

La mediatización audiovisual de la ópera como proceso de apertura a nuevos públicos.

Isabel Villanueva Benito

Dipòsit Legal: B. 9631 - 2014

ADVERTIMENT. La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX (www.tesisenxarxa.net) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

ADVERTENCIA. La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR (www.tesisenred.net) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

WARNING. On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX (www.tesisenxarxa.net) service has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized neither its spreading and availability from a site foreign to the TDX service. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service is not authorized (framing). This rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.

Programa de Doctorado en Ciencias Humanas, Sociales y Jurídicas
Facultat de Ciències de la Comunicació
Universitat Internacional de Catalunya



**LA MEDIATIZACIÓN AUDIOVISUAL DE LA ÓPERA
COMO PROCESO DE APERTURA A NUEVOS PÚBLICOS**

EL CASO DE LA OBRA *DON GIOVANNI* DE W. A. MOZART

Isabel Villanueva Benito

TESIS DOCTORAL/BARCELONA, 2014

Director de Tesis:

Dr. Jaume Radigales Babí
Universitat Ramon Llull (Blanquerna)

A mi sobrina *Martina*.

Agradecimientos

En primer lugar, quisiera mostrar mi más profundo agradecimiento al Doctor Jaume Radigales Babí por guiarme en todos los procesos de la investigación llevados a cabo durante los cuatro años que ha durado el proyecto. También debo agradecer la orientación conceptual y metodológica que el Doctor Iván Lacasa Más ha aportado en estas páginas. Finalmente agradezco de forma especial la ayuda prestada por Pedro Villanueva Irure a esta investigación, en el proceso de análisis y desarrollo de la metodología estadística empleada. Sin la ayuda de estos tres maestros no habría sido posible llevar a cabo la investigación aquí presente.

Quisiera agradecer también el soporte estructural que me han otorgado todos los miembros del proyecto de investigación I+D+i con referencia HAR2011-22492, titulado *Cine musical en España: recuperación, inventario y estudio de un género identitario* de la Universidad Ramón Llull, en el cual queda inscrito este trabajo y al que pertenezco desde el año 2012.

No puedo olvidarme de agradecer la ayuda que me ha prestado la institución en la que desarrollo mi actual ejercicio profesional, la Universitat Internacional de Catalunya. Agradezco de forma muy especial a los miembros de la Facultat de Ciències de la Comunicació, así como al equipo de la Biblioteca de la UIC, el soporte ofrecido en las labores de búsqueda y documentación de todo el material de consulta. Asimismo, muestro una sincera gratitud al Departamento de Cultura Audiovisual de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universidad de Navarra, institución donde he cursado sucesivas estancias de investigación para desarrollar el proyecto.

Finalmente, agradezco de forma especial este trabajo al apoyo incondicional de mis padres, Camino y Pedro, de mis hermanos y de mi familia, de todos mis amigos y compañeros de trabajo, así como de todos aquellos que me han acompañado durante este periodo de mi vida.

Resumen

En el siglo XX nacieron y se consolidaron las relaciones entre la ópera y los medios audiovisuales. En los estudios estéticos orientados al análisis de estas relaciones y sus efectos sociológicos, se reconoce la naturaleza audiovisual de la ópera, tradicionalmente entendida como un arte basado en la temporalidad narrativa cuyas notas esenciales bien pueden aplicarse al discurso audiovisual. Aplicando la perspectiva que ofrece el concepto de mediatización, que posibilita un estudio del tema desde la disciplina de las Ciencias de la Comunicación, se advierte que gracias a esa naturaleza audiovisual, durante más de 100 años la ópera ha sufrido un proceso lógico de audiovisualización para relacionarse con la sociedad, fuera de los escenarios. Aunque este fenómeno le ha posibilitado una difusión masiva, la relación con los medios ha parecido basarse en la función difusora que estos han ejercido sobre el arte, ya que los productos audiovisuales resultantes no han contemplado ni las lecturas, ni los lenguajes más propios de las lógicas mediáticas que hoy rigen las realidades sociales. Con la llegada de la era digital en siglo XXI, preocupadas por el cambio generacional que viven hoy los públicos asistentes al espectáculo presencial, las instituciones operísticas replantean sus relaciones con los medios, reconociendo ahora no solo el valor que tienen como herramientas de comunicación, sino su potencial valor educativo, tan necesario para que su arte pueda ser entendido por los nuevos públicos de una forma más real, actualizada y enriquecida. Para favorecer el diálogo con estas audiencias, la ópera lanza estrategias de comunicación a gran escala a través de los medios digitales. En este proceso, el nuevo reto que la ópera afronta es conseguir armonizar los usos que los públicos dan a los contenidos y a los medios, con los productos que puede ofrecerles para atraerles, educarles y fidelizarles. En el nuevo contexto teórico que ofrece la mirada de la mediatización, a través de un exhaustivo estudio teórico y un análisis empírico de una muestra de la oferta audiovisual del arte, este trabajo persigue ayudar a la ópera a adaptar sus procesos de comunicación audiovisual al nuevo contexto social, para que pueda lograr dialogar con las audiencias de una forma más eficaz y, con ello, ampliar sus públicos.

Abstract

In the twentieth century, the relationships between opera and visual media was born and consolidated. In the esthetic studies- the focus on the analysis of these relationships and its sociological effects- the visual nature of opera is recognized. Traditionally, the opera has been understood as an art, based on narrative temporality, whose essential notes may well apply to the audiovisual speech. Applying the concept of mediation, which allows studying the subject from the discipline of Communication Sciences, it's warned, that thanks to the audiovisual nature, that for more than 100 years, the opera has experienced a logical process of audiovisual mediation in order to relate to society, out of the stages. Although this phenomenon has enabled a massive dissemination, the relationship with the media seems to be based on the diffusion function that the media have had on art- since audiovisual products have not considered readings, neither the most logical languages that nowadays govern social realities. With the advent of the digital age in the XXI century, opera organizations concerned about the generational change that the face-to-face orient's spectacle experience today, have rethought their relations with the media; now recognizing, not only their value as tools of communication but its potential educational value, so necessary to this art, can be understood by new audiences, in a more real way, updated and enriched. To encourage dialogue with these audiences, the opera throws, on a large scale, communication strategies through digital media. In this process, the opera faces a new challenge: to harmonize the uses that the audiences give to the media content with the products they can offer to attract them, to educate them, and to build their loyalty. In the new theoretical framework that offers the sight of the media coverage, through a theoretical study and an empirical analysis of the art audiovisual technology, this paper aims to help the opera to adapt their processes to the new audiovisual media social context in order to achieve a more efficient dialogue with audiences, and thus renew their public.

Índice de contenidos

Capítulo 1. Estado de la cuestión: la mediatización audiovisual de la ópera

1.1.	Observaciones previas a la lectura	17
1.2.	Mediación histórica de la ópera	19
1.2.1.	Remediación artística	20
1.2.2.	<i>Liveness</i> operístico	22
1.3.	La aplicación del concepto de <i>mediatización</i>	25
1.3.1.	La mediatización audiovisual de la ópera en el siglo XXI	27
1.4.	Lógica mediática audiovisual de la ópera	31
1.4.1.	Lógica televisiva propia del espectáculo	34
1.4.1.1.	Estructura espacial del contenido	35
1.4.1.2.	Inmediatez como conexión con la realidad	36
1.4.1.3.	Presencia	38
1.4.1.4.	Estética transparente propia del naturalismo	40
1.4.1.5.	Evolución <i>multimedia</i> de la lógica televisiva	41
1.4.2.	Lógica cinematográfica de la narración	43
1.4.2.1.	Construcción temporal	44
1.4.2.2.	Inmersión narrativa	45
1.4.2.3.	Continuidad diegética	47
1.4.2.4.	Autenticidad en términos de verosimilitud	48
1.4.2.5.	Estética subjetiva y creación de autor	50
1.4.2.6.	Evolución <i>transmediática</i>	52
1.5.	Una propuesta de estudio aplicable a la ópera	53
1.5.1.	Objetivos de la investigación	55
1.5.2.	Metodología aplicada a la investigación	58
1.6.	La naturaleza audiovisual de la ópera	61
1.6.1.	Similitudes encontradas en la creación artística	62
1.6.1.1.	<i>Gesamtkunstwerk</i>	63
1.6.1.2.	Raíz dramática y estructura narrativa	64
1.6.1.3.	Elementos constituyentes	67
1.6.1.3.1.	Componente textual	68
1.6.1.3.2.	Componente musical	73
1.6.1.3.3.	Puesta en escena	75
1.6.2.	Producción artística	79
1.6.2.1.	Sistemas de producción	80
1.6.2.2.	<i>Star System</i>	83
1.6.3.	Públicos y función social	85
1.6.4.	Conclusiones	89

Capítulo 2. Siglo XX: la ópera en los medios de comunicación audiovisual

2.1.	Introducción	95
2.2.	La ópera y el cine	101
2.2.1.	Evolución histórica	103
2.2.2.	Productos cinematográficos	111
2.2.2.1.	Creación operística en su totalidad	112
2.2.2.2.	Ópera como contexto	115
2.2.2.3.	Ópera grabada desde el teatro	119
2.2.3.	Síntesis de los conceptos mediáticos tratados	120
2.2.4.	Conclusiones	131
2.3.	La ópera y la televisión analógica	137
2.3.1.	Evolución histórica	140
2.3.2.	Productos operísticos televisivos	150
2.3.3.	Síntesis de estudios mediáticos	154
2.3.4.	Conclusiones	163
2.4.	La ópera y el vídeo	169
2.4.1.	Evolución histórica	172
2.4.2.	Productos operísticos videográficos	177
2.4.3.	Síntesis de conceptos mediáticos	180
2.4.4.	Conclusiones	191

Capítulo 3. Siglo XXI: la ópera en los medios digitales

3.1.	Introducción	195
3.2.	La ópera en los cines	203
3.2.1.	Introducción	205
3.2.1.1.	Contenidos alternativos	205
3.2.1.2.	Digitalización	207
3.2.1.3.	Apuesta operística	208
3.2.1.4.	Convergencia tecnológica	209
3.2.2.	La ópera en los cines: descripción del <i>Live in HD</i>	210
3.2.3.	Características de la mediatización del <i>Live in HD</i>	215
3.2.3.1.	Tecnología integral	215
3.2.3.2.	Mediatización del vivo	216
3.2.3.3.	Hibridación entre la lógica cinematográfica y la televisiva	218
3.2.3.4.	Estrategia comercial de globalización	220
3.2.3.5.	Economía institucional	224
3.2.4.	Análisis mediático	224
3.2.4.1.	Audiencia heterogénea	225
3.2.4.2.	Conceptos mediáticos	231
3.2.5.	Conclusiones	239
3.3.	La ópera en la televisión digital	243
3.3.1.	Introducción	245
3.3.2.	Televisión digital de pago y la oferta segmentada	247

3.3.2.1.	Oferta temática digital	248
3.3.3.	Alternativas de negocio en la red	250
3.3.3.1.	Televisión interactiva	251
3.3.3.2.	Televisión móvil	252
3.3.4.	Análisis mediático	253
3.3.5.	Conclusiones	257
3.4.	La ópera en formato DVD	259
3.4.1.	Introducción	261
3.4.2.	Características del formato	263
3.4.2.1.	Temporalidad no lineal	263
3.4.2.2.	Material extra	264
3.4.2.3.	Soporte múltiple	267
3.4.2.4.	Estética formal integrada	268
3.4.2.5.	Formato para los coleccionistas de ópera	269
3.4.3.	Análisis mediático del DVD	270
3.4.3.1.	Evolución formal cinematográfica	272
3.4.3.2.	Transformación temporal	274
3.4.3.3.	Rito comunal	274
3.4.3.4.	Lenta evolución del lenguaje cinematográfico: dependencia televisiva	277
3.4.4.	Conclusiones	279
3.5.	La ópera en internet	283
3.5.1.	Introducción	285
3.5.1.1.	Generación <i>net</i>	285
3.5.1.2.	Aumento del consumo en formato audiovisual	287
3.5.1.3.	El vídeo impulsa el consumo del producto terciario	288
3.5.2.	Actualización online de la ópera	289
3.5.2.1.	Difusión audiovisual de la ópera en la red	291
3.5.2.1.1.	Vídeo <i>on Demand</i> -VOD-	291
3.5.2.1.2.	Ópera vía <i>streaming</i> desde el ordenador	293
3.5.2.2.	Productos terciarios sobre ópera en internet	296
3.5.2.2.1.	Información web audiovisualizada	297
3.5.2.2.2.	Márquetin mediático	301
3.5.2.2.3.	Fenómeno YouTube	303
3.5.3.	Fidelización artística a través de las redes sociales	305
3.5.3.1.	Aumento del consumo videográfico en las redes	306
3.5.3.2.	Potencialidades de las redes para la ópera	308
3.5.4.	Conclusiones	313

Capítulo 4. *Don Giovanni* en pantalla: una muestra representativa

4.1.	Introducción	317
4.1.1.	Título propuesto para el análisis: <i>Don Giovanni</i> de W.A. Mozart	317
4.1.2.	Descripción de la obra	319

4.1.3.	Descripción de las escenas escogidas para el análisis	320
4.2.	Criterios de selección de la muestra de análisis	322
4.2.1.	Directorio histórico de Ken Wlaschin	322
4.2.2.	Acceso al material	323
4.2.3.	Relevancia artística o institucional de la producción	324
4.2.4.	Representación mediática	325
4.2.5.	Internacionalización	326
4.3.	Presentación de la muestra	327
4.4.	Metodología de análisis	329
4.4.1.	Ordenación de los ítems de análisis	330
4.4.1.1.	Bloque 1: aspectos técnicos	331
4.4.1.2.	Bloque 2: imagen y sonido	333
4.4.1.3.	Bloque 3: lenguaje audiovisual	334
4.4.1.4.	Bloque 4: universo narrativo	335
4.4.1.5.	Bloque 5: análisis de las oberturas	337
4.5.	Resultados de la investigación	338
4.5.1.	Descripción de los resultados estadísticos significativos	339
4.5.1.1.	Aspectos técnicos	340
4.5.1.2.	Imagen y sonido	341
4.5.1.3.	Lenguaje audiovisual	343
4.5.1.4.	Universo narrativo	343
4.5.1.5.	Oberturas	344
4.5.2.	Análisis de los resultados	345
4.5.2.1.	Reflexiones sobre los aspectos técnicos	345
4.5.2.2.	Reflexiones relativas a la imagen y el sonido	352
4.5.2.3.	Conclusiones sobre el lenguaje audiovisual	356
4.5.2.4.	Reflexiones relativas al universo narrativo	372
4.5.2.5.	Conclusiones sobre el análisis de las oberturas	379
4.5.2.6.	Correlaciones significativas entre variables	383
4.5.3.	Don Giovanni en el cine: la ópera filmada	386
5.	Conclusiones finales	397
6.	Bibliografía y filmografía	
6.1.	Bibliografía	411
6.2.	Filmografía	449
7.	Anexos	453

Índice de tablas, gráficos y figuras

Tablas

Tabla 1: servicio <i>streaming</i> y de vídeo <i>on demand</i> propios de los teatros	295
Tabla 2: cantidad de información web audiovisualizada que incluyen los teatros de ópera	299
Tabla 3 (1): S.XX.	327
Tabla 3 (2): S.XXI.	329
Tabla 4: medias de variables sobre los Aspectos técnicos.	341
Tabla 5: medias de variables sobre la Imagen y Sonido.	342
Tabla 6: medias de variables sobre el Lenguaje audiovisual	343
Tabla 7: medias de variables sobre el Universo narrativo	344
Tabla 8: medias de variables sobre las Oberturas	344

Gráficas

Gráfica 1: porcentaje de grabaciones desde los teatros en cada uno de los siglos	347
Gráfica 2: porcentaje de las emisiones en directo para televisión	347
Gráfica 3: criterios de selección de escenas del siglo XX y del siglo XXI	349
Gráfica 4: principales contenidos extra educativos y no educativos incluidos en los DVD	351
Gráfica 5: presencia de planos picados y contrapicados en el siglo XX y del siglo XXI	353
Gráfica 6: justificación técnica —no narrativa— de la angulación no frontal	354
Gráfica 7: cantidad de planos utilizados en el final del primer acto	357
Gráfica 8: criterios de ritmo de montaje en la muestra de ambos siglos	360
Gráfica 9: predominio del tamaño de los planos por siglos	365
Gráfica 10: principales movimientos de cámara encontrados en la muestra	369
Gráfica 11: duración superior o inferior a los 160 minutos de la obra original	372
Gráfica 12: producciones más estáticas o dinámicas según la cantidad de planos o el movimiento de cámara	373
Gráfica 13: porcentaje de obras que incluyen planos no diegéticos en la narración	374
Gráfica 14: incorporación de elementos exclusivamente audiovisuales	376
Gráfica 15: porcentaje de obras que construyen la escena en profundidad de campo	377
Gráfica 16: sobreimpresión de los títulos de crédito antes o durante la obertura	380
Gráfica 17: porcentaje de planteamientos no diegéticos por siglos	381
Gráfica 18: planos recurso no diegéticos empleados en las oberturas	381
Gráfica 19: función simbólica de las oberturas	382

Figuras

Figura 1. Imagen de la composición de plano de <i>Don Giovanni</i> de Salzburgo del año 2008	378
Figura 2: <i>frames</i> de la planificación empleada en el final del primer acto de <i>Juan y Don Giovanni</i>	391
Figura 3: plano contrapicado de <i>Don Giovanni</i> después de ser descubierto por los invitados	393

CAPÍTULO 1

ESTADO DE LA CUESTIÓN: LA MEDIATIZACIÓN AUDIOVISUAL DE LA ÓPERA

1.1. Observaciones previas a la lectura

El proyecto de investigación expresado en estas páginas, estudia cómo el arte de la ópera puede abrirse a nuevos públicos gracias a los medios de comunicación audiovisual. La complejidad del análisis se debe tanto a la ausencia de estudios previos, como a la especificidad y a la multidisciplinariedad de la temática propuesta. Por esta razón, se ha considerado oportuno enumerar previamente los contenidos en los que se centrarán los próximos capítulos, con el fin de aportar una orientación cronológica que sirva de guía y facilite la comprensión lectora.

En este primer capítulo que se desarrollará a continuación, se expondrá el estado de la cuestión. En él se expresará con detalle tanto la problemática principal, como los objetivos de la investigación. Asimismo, en el apartado 1.6 de este capítulo, se resolverá el primer objetivo específico del proyecto: la fundamentación teórica de la naturaleza audiovisual de la ópera, que justifica la posible unión eficaz entre el discurso operístico y el de los medios audiovisuales.

Los capítulos 2 y 3 —que presentan en esencia un carácter más teórico— se centrarán en la exposición del marco conceptual y en la consecución del segundo objetivo del proyecto. El capítulo 2 describirá la realidad mediática de la ópera en el contexto del siglo XX: se expondrán las principales relaciones que el arte de la ópera ha establecido con los medios del cine, la televisión y el vídeo. Las reflexiones mediáticas se han ordenado bajo un criterio cronológico, que también se respetará en la descripción del siglo XXI expresada en el capítulo 3. En él se aportarán todas las nuevas y relevantes ideas que deben tenerse en cuenta sobre la mediatización de la ópera, y que afectan a los medios del cine digital, la televisión digital, el vídeo y, en última instancia, internet. En esta descripción se tendrán muy en cuenta aquellas perspectivas teóricas que aporten nuevas visiones, sobre todo, en relación a dos conceptos: las nuevas manifestaciones mediáticas de la ópera en estos medios digitales, y los nuevos modelos de consumo artístico que dichas manifestaciones están generando.

Finalmente, el capítulo 4 quedará destinado a la consecución del tercer objetivo de la investigación. Para comprobar si en la práctica se pueden aplicar algunos de los conceptos mediáticos expresados en el marco teórico (capítulos 1, 2 y 3), en este capítulo se detallarán los resultados —estadísticos y valorativos—, obtenidos del análisis de contenido de 31 versiones de *Don Giovanni* de W. A. Mozart en los medios audiovisuales.

Antes de dar paso al cuerpo teórico de la investigación, se ha creído oportuno indicar también algunas consideraciones relativas a los criterios formales empleados. Así, en todo este trabajo se han adoptado las orientaciones expresadas en la sexta edición del texto *Publication Manual of the American Psychological Association* —APA—, publicado en 2010. Sobre el criterio concreto de citación bibliográfica, se ha optado por incluir el número exacto de página cuando se hace referencia a una idea específica de un texto más general aportado por un autor; por indicar el intervalo de páginas que hacen referencia a una idea desarrollada en un apartado, un capítulo o un artículo concreto; así como a la ausencia de paginación si el texto de referencia se centra completamente en la temática expresada, o bien si se trata de una referencia digital que no contiene paginación. Finalmente, como indica el estilo APA, se considera necesario indicar que el tratamiento en cursivas se ha destinado a expresar los extranjerismos; a indicar el título de obras, nombres propios y personajes; a introducir un tecnicismo propio del ámbito de estudio; o indicar la primera vez que se emplea un término de forma específica en esta investigación para manifestar una intencionalidad especial o un sentido diferenciado —intencionalidad marcada, bien por la autora, o bien por alguno de los autores referenciados—.

1.2. Mediación histórica de la ópera

La historia contemporánea de las artes escénicas, en concreto la trayectoria de la ópera, ha quedado marcada por la ininterrumpida mediación audiovisual que ha sufrido el arte hasta nuestros días (Bourre, 1987; Tambling, 1987; Fawkes, 2000; Schroeder, 2002). Durante el siglo XX esta mediación, entendida como una intervención y una transmisión audiovisual de las producciones operísticas, se ha considerado una de las principales formas de comunicación del arte con sus públicos, fuera de los escenarios (Graf, 1973, pp. 207- 263; Citron, 2000, pp. 1- 19; Radigales, 2013, pp. 160- 170).¹ Debido a esta función social, las relaciones que la ópera ha establecido inicialmente con el cine y posteriormente con la televisión y el vídeo, han resultado cronológicamente fluctuantes pero duraderas, hasta el punto de instaurar a lo largo de todo un siglo lo que ha tendido a denominarse *ópera en pantalla* (Citrón, 2000, pp. 9, 23). En los últimos años, el fenómeno de la mediación audiovisual ha constituido el tema de análisis de numerosos estudios que, desde enfoques multidisciplinares —fundamentalmente el histórico, el musicológico y el artístico— han ahondado tanto en los efectos estéticos de tales relaciones como en los productos operísticos y audiovisuales resultantes (Tambling, 1987; Joe & Theresa, 2002; Schroeder, 2002; Wlaschin, 2004).

Antes de llegar a su análisis en el contexto de las artes escénicas, el concepto de mediación ya había sido ampliamente estudiado en relación a disciplinas como la sociología, la economía, el arte o la política (Martin Barbero, 1993; Silverstone, 1999; Mazzarella, 2004, pp. 345- 367; Benjamin, 2005, pp. 105- 126; Harrison & Wessels, 2009, pp. 1- 23).²

En términos generales y en un sentido tradicional del término, la mediación ha descrito las prácticas, los contextos y las circunstancias en las que se produce una interacción comunicativa entre un emisor y un receptor gracias, principalmente, a la intervención de la

¹ Tradicionalmente la ópera, como otras muchas realidades culturales, ha reconocido la elevada capacidad de comunicación a gran escala que presentan los medios audiovisuales, así como la influencia que ejercen en la creación de sistemas cognitivos simbólicos en la sociedad (Chesebro & Bertelsen, 1996, pp. 3- 30).

² El término mediación consta de una larga historia en la que se le han otorgado múltiples usos: durante muchos años ha sido utilizado en las disciplinas de la Educación y la Psicología para referirse al rol interventor que juega el proceso de comunicación en la construcción de significado. En las teorías de los Medios y de la Comunicación, el término se refiere al simple acto de transmitir un hecho a través de los medios. Este último significado se ha ido enriqueciendo a partir de los estudios surgidos en la década de los 90 del pasado siglo (Couldry, 2008, p. 379). Aunque las teorías incluyen una riqueza de matices sobre el término que refleja más fielmente las múltiples dimensiones que los fenómenos comunicativos mediados poseen hoy en día, la mediación sigue contemplando la presencia de un fuerte componente material tecnológico en la definición (Schweiger, 2007, pp. 11- 38)

tecnología de los medios de comunicación en dicho proceso (Faulstich, 2002, pp. 23-24; Utterson, 2005; Rückriem, 2010, pp. 30-38).

En las últimas décadas, el concepto de mediación aplicado a ámbitos como el de la cultura ha evolucionado significativamente, hasta el punto de contemplar dentro de su descripción, los cambios irreversibles que está provocando el fenómeno tanto en los patrones de la comunicación, como de la propia interacción social (Thompson, 1995, p. 46; Mazzarella, 2004, pp. 360- 361). Gracias a esta evolución teórica del término, cuando ha sido aplicado al ámbito de las artes escénicas, la mediación ya recogía muchas dimensiones del acto comunicativo más allá de la función tecno-determinista y transmisora del mensaje, entre las que se destacan la influencia del contexto en la emisión y en la recepción de dicho proceso, o las potencialidades y limitaciones del mismo, entre otros elementos (Neumann-Braun & Müller-Doohm, 2000, p. 34; Burkart, 2002, pp. 39-46).

1.2.1. Remediación artística.

De acuerdo con esta evolución conceptual del término, en las últimas décadas, disciplinas escénicas como el teatro, la danza o la ópera, en concreto han explicado parte del fenómeno de la mediación utilizando los conceptos de *intermedialidad* y *remediación* (Bolter & Grusin, 2000, pp. 4- 19; Azcárate, 2011, pp. 95- 114; Bilbao-Lorente, de Diego & Vázquez, 2012, pp. 1-17).

En el ámbito de la creación, el concepto de *intermedialidad* hace referencia a la participación de diversos medios y materias expresivas en un dispositivo comunicativo (Higgins, 1984; Schröter, 2008; Müller, 2002).³ Este enfoque que se le confiere a la medialidad, en el que interactúan tecnología, sociedad y factores culturales, determina los cambios en las situaciones y los contextos comunicativos.⁴ Para los teóricos, el prefijo *inter-* alude tanto a

³ Se trata de un fenómeno surgido de la progresiva especialización tecnológica que se produjo en el Renacimiento y que motivó la especialización de las artes, las ciencias y el conocimiento a través de diferentes disciplinas sujetas a cánones y academias que disputaban entre sí (Bilbao-Lorente, de Diego & Vázquez, 2012, pp. 1- 17).

⁴ Las prácticas escénicas contemporáneas han generado un giro de alcance epistémico que afecta al modo de pensar y de investigar los procesos escénicos. Este giro se ha concretado en una disolución de los tradicionales marcos disciplinares produciendo un diálogo entre los discursos teóricos y las prácticas escénicas —como el teatro, la danza, el *performance*, o el audiovisual—. Ese mismo giro reclama también una aproximación analítica interdisciplinar, característica de los estudios visuales, capaz de dar cuenta de la complejidad e hibridación de las prácticas y procesos de creación escénica (Bilbao-Lorente, de Diego & Vázquez, 2012, pp. 9- 10).

algo compartido, como a la reciprocidad de las relaciones que se establecen entre los elementos intervinientes. Así, la *intermedialidad*, entendida como un proceso de mediación posibilitado por una estructura multimediática de los elementos que entran en juego en la creación artística,⁵ se ha abordado de forma tradicional desde dos disciplinas: la de la Comunicación y los Medios, y la disciplina de las Artes Escénicas y la Narratología (Rajewsky, 2005, p. 44).

Por otro lado, desde el punto de vista de la recepción, el término *remediación* se ha empleado en el ámbito concreto del arte y de la cultura, para expresar la principal forma en que se ha materializado la intervención de los medios de comunicación audiovisual en este campo de estudio. La *remediación* es entendida en el marco teórico de la mediación audiovisual, ya que se centra en el análisis del producto y su apreciación (Bolter & Grusin, 2000, pp. 4-19). Explica un doble proceso mediante el que la actuación de los medios audiovisuales en el sistema de creación artística, es capaz de generar en el receptor una experiencia realista inmediata y, al mismo tiempo, una hipermediación del fenómeno comunicativo. Por un lado, el contenido cultural pretende situar al espectador, gracias a la sensación de inmediatez, en el mismo tiempo y espacio que el objeto artístico representado. Por otro lado, dicho contenido audiovisualizado, a partir de la integración temporal y espacial de todos sus elementos, persigue construir una realidad hipermediada nueva en la que queda inmersa la apreciación artística del espectador y que anula la percepción de su propia realidad. Gracias a esta doble cualidad, ciertamente la experiencia de la remediación ignora, diluye y transforma la enorme presencia material que adquiriría el propio medio de comunicación en el acto de la mediación (Bolter & Grusin, 2000, p. 11).⁶

⁵ Para muchos artistas, la *intermedialidad* significaría más una fertilización mutua entre artes, que una hibridación de éstas. Pero en la perspectiva contemporánea y de los estudios visuales, la *intermedialidad* es una estrategia para “producir inestabilidad y transgresión, con poder para movilizar nuevas capacidades y desbordamientos artísticos y culturales y donde la visualidad se constituye en *tertium comparationis* entre diferentes prácticas artísticas y sociales” (Chapple & Kattenbelt, 2008, pp. 19- 29).

⁶ Los medios de comunicación convencionales han oscilado entre la transparencia y la opacidad, la inmediatez y la hipermediación. Esta oscilación, para David Bolter y Richard Grusin, constituye la clave para entender cómo los nuevos medios remodelan a sus predecesores y a aquellos con los que conviven contemporáneamente. La aparición de cada medio de comunicación tiene la promesa de rehacer una nueva experiencia comunicativa más auténtica e inmediata. Esta promesa nos hace tomar conciencia del medio como medio de comunicación. Así, la inmediatez, nos conduce inevitablemente a la hipermediación. El proceso de remediación nos hace darnos cuenta de que todos los medios son, en un primer nivel, sistemas de signos. Al mismo tiempo este proceso insiste en la presencia de los medios en nuestra cultura como realidades similares a cualquier fenómeno social (Bolter & Grusin, 2000, p. 19).

1.2.2. *Liveness* operístico.

En el ámbito concreto de la ópera, la aplicación del concepto de *remediación* ha quedado altamente influenciada por la relación que dicho proceso establece entre el espectáculo representado —considerado original— y su reproducción mecánica en formato audiovisual (Benjamin, 2005; Adorno, 2006; Zizek & Dolar, 2002; Auslander, 2008).

El directo —o vivo— ha sido considerado el principal motor económico del negocio operístico desde sus orígenes (Parker, 1998, p. xi) y ha representado la principal preocupación artística de los organismos operísticos durante el siglo XX. El vivo constituye una característica fundamental de la ópera, entendida como un arte colectivo y multidisciplinario, en esencia narrativo —según el significado aristotélico—, cuyos elementos constitutivos son la música y el libreto (Aubrey & Garlington, 1982, pp. 238-244; Parker, 1998, p. xi; Ishaghpour, 1995, p. 21; Radigales, 1999, p. 15).⁷ La ópera aboga, además, por la escenificación y el uso de la técnica (Hutcheon, 2006, pp. 802- 810). Asimismo, en su concepción más ontológica, la ópera se ha considerado un espectáculo orgánico que tradicionalmente ha requerido las condiciones presenciales del directo y el efecto de comunidad en su completa apreciación de la experiencia estética. De acuerdo con Roselli, es precisamente el elemento del vivo, aquél capaz de hacer sentir al espectador una inigualable experiencia emocional que le une en comunidad (Roselli, 1998, p. 482).

Dichas condiciones, que se dan y que son propias del espectáculo original presencial, se han cuestionado en su traslado al producto audiovisual. Son todas estas características fundamentales las que, durante el siglo XX, han temido perderse en el proceso de mediación audiovisual (Senici, 2010; Morris, 2010; Lacasa & Villanueva, 2011). Ofrecida a través de los medios, la ópera podría haber puesto en peligro su motor artístico, si no hubiera propuesto estéticas de filmación transparentes que respetasen el aura de la obra original (Benjamin, 2005, pp. 105- 126).

En línea con esta tradición artística, durante el siglo XX, la remediación audiovisual de la ópera ha propuesto fundamentalmente un transporte de la experiencia estética del vivo, entendido como un modo de experimentar el arte original fuera de los escenarios de forma virtualizada —no presencial— (Vanderbeeken, 2011, p. 248). De este modo, durante el pasado siglo, la ópera parece haberse difundido de forma habitual gracias a los medios de comunicación convencionales, de modo que el espectáculo primario en los teatros ha

⁷ Aunque no coinciden en las categorizaciones, la mayoría de estos teóricos de ópera asumen ambas características como esenciales de este género musical (Hutcheon, 2006, p. 802).

convivido con una oferta audiovisual múltiple, generada gracias a la extensión que de él han producido las tecnologías audiovisuales —entre las que se incluyen la amplificación radiofónica, la televisión, el vídeo y el cine— (Vladica & Davis, 2013, p. 3).

Enmarcados en las teorías del vivo, los estudios estéticos centrados en el análisis de esta oferta audiovisual coinciden en el reconocimiento de esta postura predominantemente tecno-determinista. Por un lado, en términos generales, estas teorías se han centrado de forma exclusiva en el análisis de una de las relaciones mediáticas, como pueden ser la ópera y el cine, la ópera y la televisión y, en menor medida, la ópera y el vídeo. Por lo tanto, la mirada determinista también afecta a la propia perspectiva de los análisis, ya que apenas existen teorías sobre las relaciones formales e influencias que las mediaciones del vídeo, el cine o la televisión pueden ofrecer entre sí. Por otro lado, desde un enfoque artístico, en todas estas teorías ha prevalecido la función transmisora que la tecnología de la comunicación ha ejercido en el arte musical (Auslander, 2008; Senici, 2010; Anderson, 2011; Cenciarelli, 2013). En la última década se ha reconocido cómo durante el siglo XX, la oferta de la ópera en formato audiovisual no ha contemplado ni las lecturas, ni las lógicas ni los lenguajes más propios del cine, la televisión y el vídeo, en su proceso de *audiovisualización* mediática (Radigales & Fraile, 2006, p. 100).⁸

Varios parecen constituir los motivos de la preeminencia de esta función mediadora —en tanto que transmisora del espectáculo— que han ejercido los medios sobre el arte. Desde el punto de vista del ejercicio profesional, por un lado, se reconoce cómo el discurso audiovisual ha utilizado la ópera y su mundo de referencia principalmente como recurso temático mientras que los medios del cine, la televisión y el vídeo han ido desarrollando sus propios modos de representación institucional. Con ello parece que no han aprovechado el potencial valor cultural y educativo del fenómeno artístico, provocado por la intervención de la tecnología audiovisual en su propio proceso de creación (Lundby, 2009a, p. 13; Senici, 2009, pp. 273-312). Por otro lado, la propia ópera, consciente de que toda su fuerza proviene de su tradicional espectáculo en vivo, desde el inicio ha deseado de los medios una actitud no intrusiva. Mediante la aplicación de una estética transparente o, en cualquier caso, respetuosa con las convenciones estilísticas del arte, tanto en el lenguaje propio de cada medio, como en sus procesos de filmación, la ópera ha buscado respetar el aura de su motor económico: la producción en directo y en comunidad desde el teatro (Lacasa &

⁸ De forma sintética la *audiovisualización* puede definirse como el acto de crear una interdependencia entre el hecho musical y las artes visuales, sin que los tres niveles propios del discurso audiovisual tomen supremacía uno sobre los otros. Así, palabra, música y ruidos se imbrican en una unidad significativa. Además, esa audiovisualización, permite ilustrar la música, al tiempo que esta contribuye decisivamente a la comprensión del discurso visual (Radigales & Fraile, 2006, p.100).

Villanueva, 2011, pp. 65- 74). Así, ha inscrito en las relaciones mediáticas, no solo una limitación estética para respetar la fidelidad —*werktreue*⁹—hacia la obra original (Cowgill, 2006, pp. 145- 186; Morris, 2010, pp. 97-116), sino también unas fuertes convenciones artísticas heredadas de su época de esplendor —el siglo XIX—, propiciando que dichas relaciones con los medios audiovisuales se hayan considerado asimétricas desde el punto de vista mediático.

Estas posturas que se han manifestado en la práctica histórica, también se han visto reforzadas por la dialéctica teórica en torno al *Liveness*, que, como se ha visto, ha enmarcado los análisis de las artes escénicas en general, y los estudios estéticos de la ópera en particular. La intervención audiovisual en la creación artística tratada por Philippe Auslander a finales del siglo XX, ha descrito la persistente interpretación del espectáculo en vivo —admitiendo en ella, de forma apriorística, una separación entre el medio y el contenido— que han realizado los medios audiovisuales, al utilizarlos precisamente como mediadores del espectáculo, hasta el punto de no existir una diferencia entre el espectáculo original y el objeto representado. Heredada de las teorías de Walter Benjamin sobre la reproducción mecánica del arte, la postura de Auslander, además de defender una presencia mediática en la creación del propio vivo, manifiesta precisamente, cómo la respuesta general de los espectáculos en vivo a la opresión y superioridad económica de las formas mediatizadas ha sido convertirse en lo más parecido a ellos como les sea posible (Auslander, 2008, p. 7). De hecho, la simple existencia de la tecnología mediadora en los espectáculos constituye un elemento que, en sí mismo, genera la impresión del vivo (Marriot, 2007, pp. 41- 103; Esse, 2010, p. 89).

Dada la postura teórica predominante y dada también la tendencia que han adquirido las filmaciones en la práctica, como se ha descrito, el arte se ha asegurado de que los productos audiovisuales derivados de la relación con los medios, tales como la televisión ópera o el video ópera, presentasen siempre una intención estética con un estilo tipo *documento* y no fuesen interpretados por sus públicos como sustitutos del arte en directo (Levin, 2011; Gordillo, 2008, pp.1-20). Asimismo, aunque la ópera en el cine parece haberse regido por líneas más creativas y expresivas —dando lugar a productos híbridos como la ópera filmada—, las películas resultantes siempre han quedado limitadas o, en cualquier caso, condicionadas por las convenciones sociales del propio género artístico.

⁹ El término *Werktreue*, al que esta investigación se referirá en distintas ocasiones, ha sido empleado en la teorías del Arte y de los Medios, para expresar el grado de autenticidad que queda de la obra original en los procesos de reinterpretación artística. El concepto fue desarrollado en la disciplina de la Música a partir de los años 50 del pasado siglo (Morris, 2010, pp. 269- 275; Steichen, 2011, pp. 443- 459).

Las teorías en torno a la mediación del vivo operístico constituyen así una larga dialéctica formal todavía no resuelta (Auslander, 2008; Senici, 2009; Morris, 2010; Esse, 2010). Atendiendo a la perspectiva general que ofrece la mediación, los estudios se han centrado, sobre todo, en cuestiones relacionadas con el producto artístico audiovisual. En especial se han tratado los caminos mediante los que la incorporación de la tecnología y la técnica audiovisual, así como las convenciones mediáticas y artísticas, en la ópera, afectan a la creación de su arte y a la estética de su oferta cultural (Reason, 2004; Anderson, 2011; Barker, 2012; Vladica & Davis, 2013).

Ahí radica la novedad de una propuesta de análisis desde el ámbito de la teoría de los medios: a excepción de algunos autores que se citarán más adelante, las corrientes que conforman el marco teórico de esta investigación abordan el análisis mediático de la ópera desde el contexto de la estética y de la música, sin manifestar una clara intencionalidad en la disciplina de la Comunicación que permita profundizar en los efectos mediáticos de las hibridaciones artísticas, así como en las comparaciones entre los distintos medios y su efecto para la ópera, pero, sobre todo, para sus nuevas posibilidades de consumo cultural. Por ende, inscritos en esta postura mediadora, los estudios sobre los procesos de remediación que han experimentado las artes escénicas durante el siglo XX, han solido excluir el significativo cambio que el crecimiento acelerado de la acción de los propios medios ha provocado en la práctica de las instituciones sociales y culturales, así como en los modos de interacción social generados (Lundby, 2009, p. 13; Schrott, 2009). Precisamente en tales cambios se han centrado las recientes corrientes de la disciplina de las Ciencias Sociales que apuestan por el término *mediatización*.

1.3. La aplicación del concepto de mediatización

Con la llegada de la era digital en el siglo XXI, los medios de comunicación audiovisual han quedado sumidos en un proceso de integración (Murdock, 2000, pp. 37-38; Meikle & Young, 2012). La noción de *convergencia* se ha sumado a conceptos ya estudiados como la digitalización, la globalización o la comercialización en el recuento de factores clave que los estudiosos manejan para explicar los profundos procesos de cambio (Hasebrink, Mikos & Prommer, 2004, p. 9; Mazzarella, 2004, pp. 356- 361; Jensen, 2010, p. 15). Sin que exista una definición unitaria de convergencia, sí se ha avanzado hacia una visión más sistémica del fenómeno (Meikle & Young, 2012). Con el término hoy no solo se indican las sinergias entre varias tecnologías digitales, sino que también se describe la estética de integración

audiovisual de distintos materiales —hecha posible gracias a dichas tecnologías—, así como las industrias, los mercados, los contenidos y las audiencias que entran en juego en el proceso (Salaverría, García Avilés & Masip, 2010, pp. 43, 47-48; Kackman et al., 2010; Cenciarelli, 2013, p. 211).

Gracias, sobre todo, a este reciente fenómeno convergente, en el siglo XXI los medios de comunicación evolucionan hacia formas híbridas, globalizadas, intertextuales, multimodales y en red (Livingstone, 2009, p. ix; Merkle & Young, 2012, p. 35; Lule, 2012, pp. 48-49). Esa *mediamorfosis* (Fidler, 1998), pero sobre todo la evidencia de que las personas están convirtiendo a los nuevos medios en una parte cada vez más natural e importante de su cotidianidad (Krotz, 2007, p. 259), ha provocado que los estudios de comunicación hayan comenzado a centrar su atención en el concepto de *mediatización*. Con este término pretenden analizar las interrelaciones entre los medios, sus cambios, la sociedad y la cultura desde una perspectiva que va más allá de la que les aporta el término *mediación* (Lundby, 2009, pp. 12-14; Cottle, 2006, pp. 411-429; Couldry, 2008, pp. 373- 389).

La mediatización constituye un constructo social que ayuda a entender un doble proceso cultural. Por un lado, expresa cómo los medios han ido adquiriendo una entidad social independiente, capaz de generar sus propias dinámicas. (Hjarvard, 2008, p. 105). Por otro lado, detalla cómo dichos medios se erigen en parte integrante de multitud de subámbitos sociales, tales como la economía, la cultura, el deporte, o el arte, en la medida en que en ellos un número cada vez mayor de actividades se realiza gracias a los medios de comunicación interactivos o de difusión masiva (Hjarvard, 2008, p. 105; Meyer, 2009, p. 32). La mediatización, entendida en estos términos, cambia los procesos de construcción comunicativa que de sí mismas y del mundo hacen las personas. Así, frente al tradicional proceso mediador, el proceso mediático transforma tanto las relaciones sociales, como las maneras que las instituciones y las organizaciones encuentran de comportarse en esas realidades. Puede manifestarse, por lo tanto, que la mediatización modula la sociedad y la cultura, al incluir en el proceso además de a los productos audiovisuales, a los agentes de su creación y de su consumo (Krotz, 2007, pp. 258-259; Strömback, 2011; pp. 423- 439).

Se manifiesta así que la lógica que mueve a las personas, organizaciones e instituciones sociales está pasando a ser cada vez más dependiente de la *lógica de los medios* (Altheide & Snow, 1979; Münch & Schmidt, 2005, pp. 206-214; Schulz, 2004; Strömbäck, 2008, pp. 232-233). Esta lógica de los medios hace referencia al modo en que estos se organizan y operan profesional, comercial, material, tecnológica, estética, simbólica o culturalmente, según reglas formales e informales (Mazzoleni, 2008; Hjarvard, 2008, p. 113; Meyer, 2009,

pp. 34-35). Por lo tanto, el concepto de mediatización, diferenciado de aquél de mediación, parece ser un elemento de análisis clave que permite a las ciencias de la comunicación ganar en relevancia. El concepto otorga a los medios audiovisuales un papel principal en los procesos de cambio en los que la sociedad y la cultura están inmersas (Meyer 2009, p. 26; Krotz 2007, 2007b; Livingstone 2009, ix; Lipovetsky & Serroy, 2009; Martel, 2011).¹⁰

Como se ha descrito, la postura evolucionada y complementaria que ofrece el concepto de mediatización en relación al término de mediación (Couldry, 2008, p. 389), así como el análisis de las diferentes lógicas mediáticas que están transformando las realidades sociales, están siendo aplicados en cada vez más ámbitos: la política, el deporte, la identidad, el ocio o la cultura (Lundby, 2009b, pp. 293-302). Dado que hoy se reconoce el fenómeno de la comunicación como un proceso total que entretene los distintos planos de la vida colectiva e individual (Saxer, 2004, p. 145), a la hora de analizar las modificaciones del gran sistema social que están provocando los medios de comunicación audiovisual, resulta lógico aplicar el estudio a diferentes subcampos que están siendo afectados desde una perspectiva integral en el flujo de la comunicación —un flujo que contempla ahora desde las organizaciones, hasta el usuario individual— (Meyer, 2009, p. 32). Ese cometido es, precisamente, el que en términos generales persigue este trabajo: aplicar la mirada que ofrece el concepto de mediatización al subcampo del arte de la ópera.

1.3.1 La mediatización audiovisual de la ópera en el siglo XXI.

Después de haber afectado a casi todas las economías culturales (Bustamante, 2009, pp. 15, 20-23),¹¹ los procesos de digitalización, convergencia y mediatización también parecen haber transformado al sector cultural en el que ha quedado inscrita la industria¹² de la ópera

¹⁰ En los últimos tiempos, se ha situado el fenómeno de la mediatización en el mismo nivel de análisis que conceptos teóricos tan destacados como la globalización, la pantallización, la comercialización o la individualización (Meyer 2009, p. 26; Krotz 2007, 2007b; Livingstone 2009, ix; Lipovetsky & Serroy, 2009; Martel, 2011).

¹¹ Aunque no pertenece al objeto de estudio de esta investigación, se considera relevante apuntar las distintas consideraciones que, en los últimos años, se han tratado en relación a la descripción de los fenómenos provocados por elementos como la globalización y la convergencia mediática, en ámbitos como la cultura, la creación, la innovación, el ocio o el entretenimiento, entre otros factores. Así, hoy en día existe una cierta dialéctica conceptual que afecta a las tradicionalmente llamadas industrias culturales, a las industrias del entretenimiento, a los nuevos agentes creadores de contenido digital, o a los estudios que versan sobre la economía de la creatividad (Bustamante, 2009, pp. 1- 25).

¹² Este estudio utilizará, de aquí en adelante, la expresión *industria* de la ópera, para referirse a los procesos globales de creación, producción y distribución del espectáculo que las instituciones operísticas internacionales ponen en práctica para difundir el arte entre las audiencias masivas —presenciales y virtuales—, así como para volverse sostenibles dentro del sistema de la llamada economía de las artes y el

(Bustamante, 2011, p. 62).¹³ En los últimos años se ha reconocido cómo entre el sector de los medios y el de la creación artística existe una relación cada vez más estrecha. Sus modos de producción son cada vez más próximos, si no comunes, de tal modo que se está dando un desplazamiento de fronteras entre la creación artística, la producción cultural y la comunicación (Miège, 2006, pp. 155, 161-164).¹⁴

Bajo la influencia de estos cambios, para la ópera el siglo XXI ha constituido un periodo de transición aperturista hacia la creación y la fidelización de nuevos públicos, tras haber manifestado un deseo expreso de adaptarse a las sociedades,¹⁵ como bien puede comprobarse en la mayor parte de los manifiestos de los teatros internacionales, así como en el sinfín de publicaciones en la prensa actual (Muñiz, 2007; Gómez, 2009; Mortier, 2010; Cullell, 2013; César Villarreal, 2013; Sánchez Solís, 2013; Matabosch, 2013).¹⁶ Preocupados por el cambio generacional que viven hoy los públicos asistentes al espectáculo presencial,

espectáculo (Bawmol & Bowen, 1993). Asimismo, con el empleo de este término se pretende diferenciar el ciclo completo de producción artística a gran escala y de carácter mundial que hoy llevan a cabo muchos teatros internacionales, de las representaciones artísticas concretas producidas por los teatros en sus temporadas anuales, en un ámbito local.

¹³ De acuerdo con Enrique Bustamante, las obras de arte clásicas se convierten así en auténticas industrias culturales digitales, en las que el *aura*, el tiempo y el espacio que cobijaron y explicaron su nacimiento, “desaparecen para ser suplantadas por la reproducción inmaterial y la difusión masiva” (Bustamante 2011, p. 62).

¹⁴ Así lo confirman los recientes informes de la revista NETSA sobre la innovación en las organizaciones artísticas y culturales —años 2010 y 2012—. En ellos se estudian las variaciones que el National Theatre y la Tate Modern han emprendido para adaptarse al nuevo entorno económico y cultural en el que se ven obligados a operar. Tras su análisis, el informe llama a la industria cultural a innovar en cuatro áreas: las maneras de llegar a la audiencia, el desarrollo de las formas artísticas, la creación de valor y los modelos de negocio (2010, pp. 55-50). Considera que para ello la herramienta clave son las *tecnologías digitales* (2010, pp. 3, 6). El informe recoge explícitamente la noción de convergencia para referirse tanto a la creciente capacidad que las instituciones tienen de llegar hasta el consumidor final, aprovechando que este usa una gama cada vez más integrada de dispositivos de consumo, como al poder que dichos dispositivos otorgan al usuario (2010, pp. 13, 16).

¹⁵ Así se expone en los manifiestos esenciales de las principales organizaciones operísticas de ámbito internacional, tales como la *English National Opera* (ENO) en Gran Bretaña (<http://www.eno.org/explore/about-eno/about-eno.php>) o el *Metropolitan Opera House* de Nueva York (<http://www.metoperafamily.org/metopera/about/ourstory.aspx>), entre otros. En España pueden consultarse los manifiestos oficiales de instituciones como *Ópera XXI*, *Ópera Europa* —con ejercicio también en el ámbito internacional—, *Ópera Actual* o las editoriales online del Gran Teatre del Liceu o el Teatro Real de Madrid. Consultar, a modo de ejemplo: <http://www.operaxxi.com/conocenos>; <http://www.operaeuropa.org/en/about-us/intro-to-oe>. Último acceso: 6 de noviembre de 2013.

¹⁶ En los últimos años se han producido cuantiosas declaraciones públicas sobre la necesidad de que un arte como el de la ópera haya generado y genere estrategias de adaptación a nuevas audiencias, ya que, en 2013, el 75% de los públicos que asisten a los teatros de ópera son mayores de 60 años (Villareal, 2013). Como ejemplo, se citan las declaraciones online que el presidente de la ABAO —Asociación Bilbaína de Amigos de la Ópera— realizaba en 2006 en relación a las estrategias de programación de ópera para los más jóvenes (Matellanes, 2006); o la necesidad, según Antonio Sánchez Solís, de reflexionar sobre las nuevas medidas de comunicación de la ópera, como la reunión que con este objetivo realizaron en marzo de 2013, 86 representantes de teatros de 32 países del mundo en Viena (Sánchez Solís, 2013).

los organismos de ópera buscan conectar con nuevos espectadores, cada vez más acostumbrados a percibir el mundo a través de los medios. En la era hipermoderna, descrita por Lipovetsky (2006), la ópera parece demostrar su compromiso con el cambio a través de auténticas iniciativas sociales¹⁷ relacionadas con la comunicación audiovisual a gran escala, con la educación¹⁸ y con la digitalización del espectáculo.¹⁹ Y, como se ha expresado, estas tres iniciativas generales en la práctica, están mezcladas por su relación y dependencia con el espectáculo original representado en los teatros. De todas ellas, la ópera entiende que para fidelizar a nuevas audiencias, la iniciativa de la comunicación se considera especialmente valiosa en su labor de atracción de los públicos al arte en vivo.

Para ir más allá de meras excursiones mediáticas exploratorias que le han generado una imagen social alejada y, por lo tanto, un posible problema de actualidad, en el siglo XXI la ópera no puede contentarse con ejercer una simple difusión audiovisual de su arte. Replantea sus relaciones con los medios, manifestando reconocer no solo el valor que

¹⁷ Según el juicio de esta investigación, la innovación cultural operística se ha desarrollado, de forma más o menos consciente, en tres grandes líneas de acción: (1) educar en la ópera a las nuevas generaciones, (2) difundir la lírica gracias a las tecnologías para introducirla en los hábitos de ocio *audiovisualizado*, (3) incorporar en su discurso la imagen y la tecnología, no solo como medio, sino como objeto de reflexión artística. Todo ello sucede sin olvidar el periodo de renovación estética que atraviesa la ópera gracias a la digitalización.

¹⁸ Se destacan, a modo de ejemplo ilustrativo, los proyectos internacionales de educación social como el del Metropolitan Opera House de Nueva York y su programa educativo en los colegios. También merecen especial atención las iniciativas más actuales como las de RESEO: en un intento de coordinar colectivamente la educación en el arte, en 1996 se creó la Red Europea de Educación de Ópera y Danza, a la que hasta hoy se han adscrito más de 70 teatros. Sin constituir ni el primero ni el único organismo que aboga por la educación de la ópera, desde el comienzo de su andadura el proyecto constituyó la principal plataforma de intercambio de buenas prácticas en la educación del arte operístico en más de 20 países. RESEO coordina y promueve iniciativas, tanto en la educación operística infantil y juvenil, como en la evaluación de dicha educación a través de grupos de investigación internacional. De manera indirecta, además, favorece la construcción de un sentimiento europeo conjunto que revalorice sus artes más propias e identitarias (Martel, 2011, pp. 415-443). Las principales iniciativas docentes que la organización ha llevado a cabo en colaboración con los colegios, universidades y familias, han estado centradas fundamentalmente en las experiencias que es posible vivir gracias a la ópera representada en el teatro. Destacamos cuatro ejemplos en el ámbito infantil: las óperas programadas especialmente para jóvenes, las *óperas participativas*, los proyectos de estimulación musical para pre-escolar o las colaboraciones experimentales internacionales (Lacasa & Villanueva, 2013, pp. 219- 232). En el ámbito universitario, destacan casos internacionales como el de *Opera Oberta*, un proyecto colaborativo de *L'Anella Cultural* de I2CAT en Cataluña.

¹⁹ Las creaciones de última generación experimentan en el terreno de la ópera virtual. Dos ejemplos se estrenaron en 2011: *La Zyklus Gurs*, ópera virtual del alemán Gerhard Trimpin, y la ópera robot *The Death and the Powers*, del compositor Tod Machover. Asimismo, como se describe en el apartado destinado a la ópera en internet, en 2012 se estrenó la primera ópera participativa online, titulada *Free Will*, iniciada en Finlandia pero diseñada con un carácter internacional. En ella se utilizaron las redes sociales para desarrollar el proceso compositivo, en el que intervinieron más de 24.000 internautas. Debe señalarse al respecto la proliferación de investigaciones sobre las artes escénicas, el teatro, la danza y la ópera, en relación con las nuevas tecnologías y la digitalización, que se han producido en el territorio nacional durante los últimos 3 años. Como ejemplo se ilustran los monográficos dedicados a estos temas que han llevado a cabo revistas científicas, tales como *Telos* (nº 73), *Icono14* (nº 10), *Afuera* (nº 3) o *Signa* (nº 17), entre otras muchas. También se han multiplicado los *medialabs* experimentales como encuentros artísticos entre creadores, técnicos e informáticos cuyo objetivo es probar nuevas vías de expresión artística y su tele-comunicación con los públicos (Fernández & García, 2011, pp. 100-102).

tienen como herramientas de comunicación, sino su potencial valor educativo, tan necesario para poder ser entendida por los nuevos públicos de una forma más real, compleja y enriquecida. Para favorecer el diálogo con estas audiencias, la ópera ahora no solo utiliza los medios audiovisuales para acercarse a los mundos afectivos de los públicos, sino que parece adquirir de ellos ciertas lógicas que afectan, de manera más o menos integral, a sus procesos de producción, a sus nuevos productos artísticos, así como a las dinámicas que se generan en relación al consumo.

De entre las múltiples plataformas que hoy explora la ópera para introducirse en los nuevos hábitos de consumo de ocio audiovisual sin necesidad de asistir al teatro, se consolidan en el mercado el negocio de la ópera en los cines, el vídeo a la carta o las retransmisiones *in streaming* en la red, entre otros recursos. Con estas nuevas iniciativas, la ópera no solo prueba nuevas ventanas de difusión de su producto sino que, a fin de ser demandada por audiencias más jóvenes, intenta construir ahora a través de los nuevos medios una imagen social más cercana y generalista. Proliferan en la red contenidos audiovisuales destinados a alimentar la ópera como mundo de referencia al que asociar las vidas y deseos de los más jóvenes, intentando romper la función social elitista que se ha asignado al arte por tradición (Lacasa & Villanueva, 2013, pp. 219- 232).

Como se analizará a lo largo de esta investigación, en esta nueva etapa que protagoniza el arte de la ópera, lo que todavía parece persistir es la dependencia que sigue estableciendo con el espectáculo en vivo. Si consigue realmente diversificar su oferta mediática y crear productos que, sin dejar de ser ópera, se adapten perfectamente a las características de cada medio de comunicación, en el siglo XXI la ópera teme más que nunca que su principal motor artístico pueda verse debilitado. Ante la multiplicación de ofertas mediáticas, en la actualidad asistir al teatro o a las salas de conciertos no constituye ni el único ni el más frecuente de los modos de conseguir la participación afectiva de los públicos. La creciente oferta de ocio y, sobre todo, la atención que concentran las nuevas tecnologías y los medios audiovisuales, podrían relativizar la importancia del teatro público (Föhl & Lutz, 2010, p. 28).

De acuerdo con tales preocupaciones, de las iniciativas orientadas a la renovación de audiencias que ha iniciado la ópera, la mediatización audiovisual cobra especial importancia como estrategia de comunicación a gran escala: modificar los sistemas de creación artística y diversificar su oferta audiovisual ha de servirle para conocer a sus públicos, atraerlos al teatro y adaptarse mejor a las nuevas demandas culturales. De lo contrario, una actitud de simple difusión masiva a través de los medios modificaría negativamente la relación de la

audiencia con el vivo y, como ha sucedido durante el siglo XX, podría generar una imagen extraña y, por alejada, elitista.

Por lo tanto, uno de los retos que hoy más que nunca afronta la ópera, es conseguir armonizar los usos que los públicos dan a los contenidos y a los medios, con los espectáculos artísticos que puede ofrecer para atraerles, educarles y fidelizarles (Lacasa & Villanueva, 2011, pp. 65-88). Ya en la actualidad, el público contemporáneo de ópera es — y será en el futuro— un consumidor cada vez más mediático audiovisual (Pereira Domínguez & Urpí Guercia, 2005, pp. 77-78).²⁰ Si esto es así, la ópera debería reflexionar sobre la jerarquía de uso que el público tiene de sus productos. Quizás todavía sigue siendo distinta a la jerarquía que el arte, atendiendo al tradicional criterio del *Liveness*, sigue imprimiendo a los productos audiovisuales. Quizás nuevas alternativas mediáticas separadas del vivo, resultan necesarias para superar la herencia audiovisual del siglo XX en un nuevo entorno mediático.

Atendiendo a la evolución de las audiencias, así como al aprendizaje mediático audiovisual que del mundo hacen los públicos, parece cierto que, igual que en muchas disciplinas artísticas y culturales, los productos y los contenidos con mayor potencial de crecimiento cotidiano, serán los audiovisuales (Igarza, 2008; Díaz, 2009). Al mismo tiempo, siendo la ópera un arte que necesita de un cierto aprendizaje previo, el acceso a los conocimientos, las relaciones y los deseos que asocian a la ópera como mundo de referencia para sus públicos, encuentra su mejor aliado en los nuevos medios integrados.

1.4. Lógica mediática audiovisual de la ópera

Por todo lo hasta aquí descrito, parece del todo conveniente y pertinente que, si la ópera desea ampliar sus audiencias, centre sus esfuerzos en conocer cuáles son las características de los medios concretos a través de los que se comunica, así como los usos que otorgan los públicos potenciales a dichos medios.

En el marco que le ofrece la nueva mirada de la mediatización, se considera de vital importancia para ella conocer las lógicas mediáticas que, aun en constante evolución, hoy

²⁰ Al haberse acostumbrado los jóvenes a consumir constantemente expresiones filmicas, también en los productos audiovisuales operísticos buscarán intenciones comunicativas que añadan significación al lenguaje audiovisual utilizado en ellos. La ópera ha de entender que el proceso de percepción *mediático audiovisual*, comienza siempre a través de los estímulos formales que la obra ofrece (Pereira Domínguez & Urpí Guercia, 2005, p. 78). Si los receptores no pueden realizar una buena *lectura audiovisual*, tampoco serán capaces de captar la intención y propiedades del mensaje (Pereira Domínguez & Urpí Guercia, 2005, p.77). Solo si los públicos mediáticos son capaces de otorgar significación a la forma —las líneas, colores, sonidos, planos, montaje...— acabarán experimentando gratificaciones de especies superiores, a saber, estéticas, emotivas y narrativas, entre otras (Ferrés, 1997).

se reconocen en múltiples procesos como la producción operística en pantalla, los productos audiovisuales resultantes, así como los hábitos de consumo de las audiencias. Es importante porque, como bien se comprobará a lo largo de esta investigación, en los últimos años la ópera ha liderado su propio proceso de mediatización audiovisual (Esse, 2010, p. 82).²¹ Si quiere mostrarse actualizada, en este proceso no puede dejar de lado la aplicación al estudio artístico de la descripción y la distinción entre las características mediáticas concretas que adoptan y transforman su realidad cultural, (Hjarvard, 2004; Schulz, 2004). En definitiva, un mayor conocimiento de las lógicas de los medios audiovisuales que está adquiriendo la creación artística, le permitirá crear estrategias comunicativas de captación de audiencias que, quizás en sus procesos de adaptación a cada uno de los medios, requieran separarse del vivo.

El análisis concreto de las lógicas mediáticas constituye, por lo tanto, un reclamo general en la medida en que la mayor parte de los procesos culturales de un arte musical como la ópera —de naturaleza especialmente audiovisual—, se ven limitados por ellas a la hora de asumir un modo adecuado de representación institucional en cada una de las pantallas (Couldry, 2008, p. 376). Asimismo, algunos autores fundamentan cómo la transformación mediática también afecta a la construcción del imaginario social que realizan las comunidades culturales sobre un hecho concreto (Althusser, 2006, pp. 86-111; Shapiro, 2009).²² Si la ópera quiere renovar su imagen, como ya se ha comentado, le ayudará en el proceso conocer las dinámicas adquiridas por los medios y por los consumidores, para diversificar su oferta audiovisual y adaptar sus contenidos. Igualmente, debido a su complejidad como un fenómeno que exige igualmente procesos creativos y sociales, la oferta mediática audiovisual de la ópera, se muestra una buena oportunidad de análisis para clarificar las respectivas ventajas y desventajas de los conceptos de mediación y de mediatización (Couldry, 2008, p. 374), en el trabajo de desarrollar un entendimiento de la vida social de la ópera fuera de los teatros, a través de las pantallas.

Con esa intención se describirán a continuación las principales características audiovisuales que, durante el siglo XX y el transcurso del siglo XXI, parecen haber determinado la oferta de la *ópera en pantalla*. Dado que las lógicas que ha adoptado —de forma más o menos sistemática— el arte de la ópera en su relación con los medios, dependen de elementos tan

²¹ Las manifestaciones son múltiples. Quizás las más recientes y significativas se consideran las retransmisiones en cine por todo el territorio global o las óperas filmadas recientemente estrenadas en Europa (Esse, 2010, p. 82).

²² El imaginario es descrito como la capacidad de las personas de imaginar sus realidades en términos de ideología, es decir, la constitutiva mediación entre el sujeto y la realidad (Althusser, 2006, pp. 86-111).

concretos como la especificidad de los sistemas de producción empleados, el medio en el que se desarrolla la creación artística, o la corriente estilística a la que ha hecho referencia en la historia, es necesario construir y definir, antes de entrar en el objeto de estudio, las categorías de análisis a partir de las que se ha abordado la revisión bibliográfica.

En términos generales, dos parecen constituir las lógicas fundamentalmente adquiridas por la ópera en sus múltiples manifestaciones audiovisuales: una lógica que en este trabajo se describirá como *televisual*, y aquella que se tratará bajo la denominación de *cinemática*.

Se han escogido estos términos para que el lector pueda distinguir con claridad lo que se entiende por lógica —un comportamiento determinado que adquieren los creadores, los productos y los destinatarios, regido por dinámicas propias de un medio de comunicación audiovisual— de lo que se entiende por la característica que presenta un medio de comunicación concreto, como puede ser el televisivo o el cinematográfico. Así, como se recordará a lo largo de esta introducción, lo *televisual* no se refiere a lo *televisivo*, como lo *cinemático* no hace referencia exclusiva a lo *cinematográfico*.

Se considera oportuno exponer un ejemplo inicial para ilustrar la diferencia terminológica que pretende establecer este trabajo con los nombres escogidos: en el caso de la televisión predomina la lógica que describiremos como televisual. Sin embargo, aun constituyendo la principal forma de manifestación de los contenidos televisivos, no es la única lógica que define al medio y que se puede encontrar en él. Algunos autores del siglo XX han reconocido que, como medio audiovisual, la televisión también presenta una notable capacidad de narrar historias como lo hace el cine (Bechelloni, 1989, pp. 60- 63). Por lo tanto, en un solo medio de comunicación como es la televisión, pueden manifestarse de igual modo la lógica televisual y la lógica cinemática.²³ En las siguientes páginas se describirán de forma general los principales comportamientos —entendidos como características— que definen a las lógicas mediáticas que influyen en la ópera. Estos serán utilizados como referencias categóricas para el análisis de contenido desarrollado en el capítulo 4.

²³ La televisión se presenta así como un medio con una doble vertiente, aquella propia de la modernidad y aquella que le confiere la función de narrar historias. Por lo tanto, su pantalla se presenta como un lugar polimorfo y polivalente atravesado por una pluralidad de lógicas (Bechelloni, 1989, p. 63). Así, se ha defendido que para conseguir sus propios fines, durante el siglo XX el medio ha sido capaz de basarse en los géneros dramáticos heredados del teatro y de transformarlos de acuerdo a sus múltiples opciones de representación: en algunas ocasiones se ha superpuesto al teatro, y en otras, por ejemplo, ha asimilado esos materiales de un modo más narrativo en su propio medio ambiente (Morris, 2010, p. 97).

1.4.1 Lógica televisual propia del espectáculo.

La primera de las lógicas mediáticas adoptadas por el arte de la ópera, en su contacto con los viejos y los nuevos medios de comunicación audiovisual, es la descrita como televisual. Esta lógica responde, según las últimas corrientes teóricas, a la revalorización del concepto del *espectáculo* que ha tenido lugar con el cambio de siglo. Estas teorías defienden cómo el deseo mediático que manifiesta la cultura global contemporánea por el espectáculo se ha ido intensificando, en la medida en que se han desarrollado modelos de escenificación de las realidades sociales, gracias a la sofisticación técnica propuesta por los nuevos medios (Bolter, 2005, p. 9; King, 2005).²⁴

La lógica televisual hace referencia al lenguaje audiovisual propio y heredado de la televisión, así como a su dominio cultural en la sociedad del siglo XX (Turnock, 2007). Presenta características compartidas con el medio televisivo, como la especie de lectura permanentemente naturalista del hecho representado que se le presupone (Bechelloni, 1989, p. 56),²⁵ pero lo trasciende. Ahora esta lógica constituye, en sí misma, un medio ambiente en el que se producen las interacciones sociales (Auslander, 1999, p. 2). Por lo tanto, lo televisual no se ciñe al medio, considerado un soporte, una plataforma, o un lugar del espectáculo. Se transforma en un lenguaje, unos sistemas de producción y unas técnicas de representación con las que se habla y se presenta una realidad mediada, independientemente del medio en el que tienen lugar (Ross, 2008, pp. 20-22; Esse, 2010, p. 90).

Asimismo, gracias a fenómenos como la digitalización, la lógica televisual que muestra el mundo como un espectáculo, hoy está pensada para las audiencias globales en las naciones industrializadas acostumbradas a ejercer una *sociabilidad ritualizada* en torno al convencional soporte de la televisión (Bolter, 2005, p. 9; 2005b, pp. 13. 26; Turnock, 2007, pp. 171-192). De la pluralidad de modos de entender al usuario de lo televisual, se han privilegiado en los análisis aquellos que tienden a considerar al público como espectador masivo y como

²⁴ Según Jay David Bolter, la televisión y el cine hoy se presentan como dos formas híbridas que combinan elementos digitales con aquellos analógicos que le son propios. Así, las tecnologías propuestas por los nuevos medios, están remediando y suplantando las formas precedentes de comunicación (2005, p. 9).

²⁵ La entrevista, los diarios, la observación “naturalista” de un fenómeno, son todas ellas técnicas que construyen implícita o explícitamente, un marco que canaliza el sistema de memorización del objeto de investigación, para seleccionar algunos componentes de la experiencia televisiva, los inscritos en otros tipos de experiencias o relaciones sacados normalmente del campo del espectáculo o de aquél de consumo (Bechelloni, 1989, p. 60).

consumidor mediático al mismo tiempo, con cada vez mayor poder de decisión sobre los contenidos (Bechelloni, 1989, p. 60; Ross, 2008, pp. 71-120).

En términos generales, la lógica televisual presenta unas características comunes en el hecho representado que, si bien las teorías no las han empleado de manera uniforme, de un modo u otro han sido manifestadas en los análisis más recientes sobre la mediatización audiovisual de la ópera. Se expondrán a continuación, aquellas características principales, comúnmente aceptadas, mediante las que puede describirse la lógica mediática televisual que adquieren muchos de los productos operísticos representados en formato audiovisual. Estas características que describen sobre todo los productos, pero también los sistemas de organización y de producción artística, así como los usos de los públicos, servirán como guías para el análisis a lo largo de este trabajo de investigación.

1.4.1.1. Estructura espacial del contenido.

De acuerdo con algunos enfoques propios de las teorías de la comunicación, tradicionalmente se ha reconocido que el lenguaje más narrativo de los medios audiovisuales se construye, esencialmente, gracias a una estructuración temporal del discurso diegético (Heath, 1980, pp. 1-13; Casebier, 1991). En menor medida, también influye en esta construcción una disposición espacial del discurso conseguido gracias a técnicas como la planificación o la composición en profundidad del plano cinematográfico (Anderson & Anderson, 1980, pp. 76-95).

En la lógica televisual, sin embargo, prevalece una significativa estructuración espacial que ejerce una determinación igual o, incluso, mayor que la temporal. Esta construcción espacial es lograda, por ejemplo, gracias a la técnica multi-cámara donde se emplean múltiples ángulos de visión que no rompen la perspectiva fija —normalmente frontal— del espectador, al cual se le sitúa separado del universo narrativo. Otras técnicas las constituyen la incorporación de rótulos, gráficos e imágenes en determinadas partes del discurso para explicitar alguna información complementaria a la diégesis, o la división de la pantalla en sub-pantallas diversas y simultáneas alimentadas por señales de vídeo diferentes (Díaz, 2009, p. 70). Podría decirse, por lo tanto, que la estructuración espacial del hecho representado provoca en el espectador una actitud más separatista o alejada en términos de apreciación visual. Cabe añadir que todas estas técnicas no favorecen la continuidad o el ritmo narrativo propio de lo cinematográfico.

Asimismo, hoy se reconoce cómo el lenguaje hipertextual que presentan muchos de los medios digitales, es construido de acuerdo a esta lectura espacial. Algunos autores manifiestan cómo en internet, el mensaje se estructura en el espacio infinito de una pantalla deslizable, así como en las ventanas que se abren durante la navegación (Verhoeff, 2012, pp. 65-70). En los últimos años, dicho lenguaje hipertextual multi-pantalla ha influido significativamente en las prácticas televisuales. Así, en los análisis más recientes, se reconoce cómo la imagen central del discurso televisual que tradicionalmente ha transmitido la información principal del mensaje, ha ido perdiendo protagonismo para distribuir la atención perceptiva en distintas ventanas y formatos que se leen de forma simultánea en un proceso que entorpece la comprensión lineal del mensaje (Díaz, 2009, p. 70). Por lo tanto, es como si los gestores de contenidos entendiesen que, sobre el mensaje, la lógica televisual incorpora una superestructura que debe ser alimentada con contenidos que derivan del mensaje principal y lo complementan o enriquecen.

1.4.1.2. Inmediatez como conexión con la realidad.

Otra de las características generales que definen la lógica televisual es la inmediatez. La inmediatez, —o *inmediata vecindad*, como ha sido descrita por algunos autores—, se describe como la presencia cercana que puede sentir el público con el espectáculo, hecha posible gracias a la tecnología de los medios de comunicación (Marriot, 2007, p. 23; Esse, 2010, p. 93). Para muchos autores, la lógica televisual refuerza la intensidad del compromiso que el espectador adquiere con el entorno en el que se produce la percepción. Esta lógica potencia, precisamente, el acceso a las distintas modalidades sensoriales que el espectáculo le ofrece (Marriot, 2007, p. 23), y que no necesariamente han de ser narrativas. La interacción inmediata con la obra que la lógica televisual pretende conseguir, se basa en una construcción a partir de una serie de conexiones directas con el hecho representado. Estas conexiones emulan en el espectador la sensación de encontrarse en el propio lugar de la representación. Tradicionalmente se han empleado expresiones como *being there* o *here and now* para expresar esa conexión con una doble realidad —la suya propia como público, y la que produce el acto de mediación— (Carey, 1989, p. 203; Marriot, 2007, p. 24). Muchos autores han reconocido cómo la inmediatez, entendida como conexión directa con una expresión cultural, solo es posible gracias a fenómenos como la *simultaneidad* y la *instantaneidad* que producen los medios de comunicación audiovisual y las tecnologías de la información (Kern, 1983, p. 314; Thompson, 1995, p. 32). Mediante la recreación de la

simultaneidad temporal y espacial de dos realidades al mismo tiempo, se produce en el espectador una *extensión humana*, que le permite ampliar su espacio personal cotidiano (Marriot, 2007, p. 37).²⁶

Podrá entenderse, así, que la inmediatez pretende abolir los límites espacio-temporales entre el espectador y el hecho representado, en la medida en que se entiende que la mediación audiovisual convierte esa parte del hecho representado en parte temporal de la vecindad del espectador—ahora vista y oída a través de la pantalla—. Sin embargo, como podrá comprobarse en contraposición a la lógica cinematográfica, la inmediatez televisiva transmite una cantidad limitada del total de la información sensorial, y resume para el espectador solo una fracción de la presencia física del evento real completo (Meyrowitz, 1986, p. 258). Para que el tiempo y el espacio fueran abolidos, los espectadores tendrían que creerse recolocados en el espacio donde se produce el objeto representado, alejando de su percepción cualquier conciencia o alusión física de situación en un entorno concreto y diferente en el que esté teniendo lugar la apreciación —la pantalla doméstica, el ordenador de casa... etc. — (Marriot, 2007, p. 35). Por lo tanto, tendría que construirse el hecho representado como el total narrativo en sí mismo, no como una parte del universo que se recrea.

La lógica televisiva no pretende anular en el espectador la actitud de conciencia de su propia realidad, sino que la refuerza gracias a la mediatización. Para conseguir la conexión inmediata con la obra operística, así, una lógica televisiva ha de reforzar la instantaneidad y la simultaneidad del hecho representado, interfaces que reemplazan el encuentro directo, total e individual con la narración. La lógica mediática televisiva potencia, así, el sentimiento de presenciar “dos lugares a la vez”, en lugar de evocar el “cara a cara” con la obra, propio de otras lógicas mediáticas más inmersivas (Marriot, 2007, p. 36). En el terreno concreto de la ópera, para conseguir emular la sensación de doble realidad televisiva, mediante la que se respeta el espacio real y al mismo tiempo se recrea una recolocación espacial del espectador en el espacio mediatizado, se han puesto en práctica diversas técnicas que, precisamente, refuerzan la presencia de los medios en la apreciación del arte. Se cita, como ejemplo, la grabación y la ilustración intencionada de las circunstancias medioambientales en las que tiene lugar la obra original. Estas prácticas refuerzan el sentido espacial no diegético de la narración y separan al espectador del hecho

²⁶ En la era digital, existen fenómenos cotidianos constantes, que alimentan precisamente esta extensión temporal y espacial de las realidades personales, como pueden ser la creación de los mercados globales, el ciber-activismo, o la tecnología satélite. Todos estos, constituyen ejemplos de la penetración concreta que han ejercido las formas electrónicas de comunicación en la fábrica de nuestra distante existencia cotidiana (Marriot, 2007, p. 34).

representado —como la muestra de planos del propio público asistente al teatro, las imágenes de la orquesta y del director, o el uso de múltiples ángulos de visión del espectáculo desde una perspectiva fija, normalmente frontal—.

Por otro lado, de acuerdo con Stephanie Marriot (2007, p. 36), se considera importante establecer una distinción apriorística en relación a la sensación de inmediatez promovida por la lógica televisual. Según la autora, en los medios audiovisuales que normalmente han intervenido en la retransmisión de espectáculos en vivo, se produce tanto la *instantaneidad*, entendida como la capacidad de transmitir el espectáculo en tiempo real, como la *inmediatez*, según la cual el espectador siente el momento actual —el *ahora*— intersubjetivo en su encuentro con la obra. Todos los medios audiovisuales convencionales y actuales, tienen la propiedad de transmitir de forma instantánea —o cuasi instantánea— los mensajes. Estos, no necesariamente proporcionan inmediatez, ya que queda supeditada a las condiciones temporales de la representación. Solo en pocas circunstancias, como las retransmisiones en directo o vía *streaming* en la red de un espectáculo, esa transmisión instantánea ofrece al espectador un encuentro inmediato con una realidad artística que se está desarrollando en su propio presente, pero separada geográficamente. Esta distinción se considera muy relevante, en la medida en que la inmediatez televisual exige no solo transmitir instantáneamente un mensaje, sino transmitirlo en el momento de actualidad en el que es producido (Marriot, 2007, p. 37). Por lo tanto, según lo expresado, puede decirse que aquellos productos audiovisuales operísticos emitidos en directo para las cadenas de televisión o para el cine, se mostrarán más televisuales, en términos de inmediatez, ya que gracias al directo se consigue establecer una conexión entre el espectador y la obra, que nos lleva a definir otra característica provocada por dicho encuentro: la presencia.

1.4.1.3. Presencia.

En los últimos años, la noción *televisual* también ha sido relacionada con conceptos como la presencia, la distancia o el vivo, en los numerosos esfuerzos por definir la relación que presenta la estética de la ópera en formato audiovisual, con la representación en la escena de un teatro (Esse, 2010, p. 83). Así han proliferado los estudios con enfoques sociológicos, en relación a la presencia que puede sentir el espectador en el proceso de mediatización cultural en distintos ámbitos sociales como los programas de televisión, la retransmisión de deportes o las coberturas de eventos en la radio (Montgomery, 1986, pp. 421- 440; Ellis, 1999). La presencia ha constituido un término muy útil para entender la

percepción de los públicos frente al espectáculo operístico. De hecho, debido a la inmediatez generada por las técnicas de grabación, los espectadores se sienten parte de la obra, como si estuvieran allí, en lugar de estar experimentando, en realidad, interacciones mediadas (Murphy, 2013, p. 38).

Varias han constituido las denominaciones que se han utilizado para describir la presencia en el ámbito concreto de la mediatización televisual de los productos operísticos. Entre ellos, los más comúnmente utilizados han sido la *co-presencia*, que describe el sentido de participación afectiva que sienten los públicos con la realidad representada (Heyer, 2008), o *telepresencia*, para destacar la identificación que se produce con el medioambiente artístico de la obra desde la distancia, por encima del medioambiente físico e inmediato en el que tiene lugar la apreciación de la obra (Minsky, 1980, pp. 44- 51; Varney & Fesham, 2000; Steuer, 1992, p. 75).²⁷

La sensación de presencia, así, constituye una característica que posibilita que el espectador interactúe con la obra (Steuer, 1992, p. 80). La lógica televisual permite, por lo tanto, provocar encuentros entre el espectador y el hecho representado en la distancia, en la medida en que la propia mediatización dialoga con el público haciéndole partícipe del evento, y provoca en él emociones e identificaciones compartidas desde la distancia (Marriot, 2007, p. 127). Por ejemplo, los espectadores de ópera se sienten co-partícipes del arte ahora gracias a varias de sus múltiples formas de representación institucional a través de los medios, como pueden constituir algunas de las opciones de consumo operístico tradicional —como la *ópera televisada* o la *ópera documentada*— y las nuevas posibilidades que han surgido con el cambio de siglo —como las retransmisiones en HD desde los cines o la oferta de canales de pago en la *televisión interactiva* (Arrojo, 2008). De entre todas ellas, se considera que la televisión —y más concretamente la televisión en directo— sigue constituyendo el medio más capaz de emular esta característica presencial en una situación de ausencia de sus públicos. Asimismo, según los autores, la evolución del propio medio y de sus lógicas comunicativas heredadas, parece tender a una relación cada vez más directa con el evento representado, donde cobran importancia ciertas técnicas que refuerzan el testimonio, la improvisación, la presencia de interlocutores, o el intercambio de roles entre los participantes en el evento, así como el intercambio de lugares de representación

²⁷ Para Steuer, cuando la percepción es mediada por la tecnología de la comunicación, el espectador se ve forzado a percibir dos medioambientes simultáneos: el medioambiente físico en el que se encuentra presente, y el medioambiente representado por el medio. El término telepresencia, así, puede ser usado para describir la precedencia del último de los ambientes a favor del creador. El fenómeno telepresencia, por lo tanto, significa la extensión mediante la que un espectador se siente presente en el entorno mediatizado de forma más intensa que su realidad más inmediata (1992, p. 75).

(Marriot, 2007, p. 128). Todas estas nuevas estéticas, como podrá comprobarse a lo largo de esta investigación, deberían afectar de manera significativa a la representación audiovisual de un contenido cultural como es la ópera, en algunos de los medios actuales.

1.4.1.4. Estética transparente propia del naturalismo.

De acuerdo con Auslander (1999), en el terreno de las artes escénicas, las características de inmediatez y de presencia provocadas por la lógica televisual, se enfatizan al asociarse —de forma casi exclusiva— a un evento retransmitido en vivo y en directo (Auslander, 1999, pp. 38-54; Morris, 2010, p. 100).²⁸ Asimismo, para el autor, una de las diferencias que presenta el vivo frente a la mediatización del espectáculo es que el primero se caracteriza por la espontaneidad y genuinidad del arte presencial, que jamás puede repetirse, mientras que el segundo fenómeno se basa en la duplicación y la repetición tecnológica del espectáculo. En este sentido, para muchos autores la estética televisual responde, precisamente de una manera más natural y directa, a que los públicos —mediante el uso de la tecnología audiovisual— puedan acceder a la realidad que ofrece el espectáculo primario (Esse, 2010, p. 90). Así, la lógica televisual interviene para contener o limitar la lectura que del espectáculo original, en este caso, hace la audiencia.

En el último cuarto de siglo, la popularidad que ha provocado la expansión del medio de la televisión, claramente refleja el deseo de los públicos de apreciar los hechos reales en términos dramáticos (Bolter, 2005, p. 11). Las nociones de autenticidad y de fidelidad —*werktreue*— del espectáculo, en términos de realidad representada, han estado presentes en las producciones televisivas más convencionales y propias del medio, tales como las coberturas de eventos deportivos en directo o en diferido, los *reality shows*, o los concursos televisivos (King, 2005, p. 13). Esta tendencia pone de manifiesto la fascinación actual por presentar la realidad experimentada como una forma de espectáculo o, visto de otro modo, la fascinación por lo espectacular y el hecho de que la mediatización ha sido considerada en términos de aparente realismo (King, 2005, p. 13).

Esa experiencia conectada con nuestro mundo real que promueve el medio televisivo, responde al deseo del espectador actual de una cobertura total del medio sobre el entorno representado. Esta cobertura sugiere que nada debe ser dejado fuera: en la lógica televisual, la experiencia mediática del evento real debe ser, así, inmediata, total y, como se ha visto, fiel a la realidad que le da origen. Para ello debe anularse la sensación intervencionista de

²⁸ El autor defiende cómo la tecnología de los medios no solo puede generar, sino que está diseñada para recrear precisamente estas impresiones (Auslander, 1999, pp. 38- 54).

los medios, procurando una visión del hecho representado lo menos intrusiva y manipulada que sea posible (Bolter, 2005, p. 10). Este fenómeno ha provocado que, desde el punto de vista estético, la lógica televisual haya sido erróneamente caracterizada por la transparencia y el naturalismo en el empleo del lenguaje audiovisual. En términos generales, la transparencia ha constituido una práctica de grabación consistente en abolir cualquier interferencia que pueda producirse entre el espectador y la experiencia teatral (McAuley, 1994, p. 192; Morris, 2010, p. 97).²⁹ Según la perspectiva que se ha adoptado en este trabajo, asumida la diferencia ontológica entre el espectáculo presencial y los productos mediatizados, hoy no debería confundirse una estética visual basada en la *no mediación* del espectáculo, con una estética televisual capaz de hacer más entendible el evento como un todo representado, para lo cual es necesario aplicar lenguajes mediáticos exclusivos y basados en las características ya descritas.

Asimismo, como podrá comprobarse en algunos de los apartados teóricos destinados al análisis mediático de la ópera, el naturalismo en la estética televisual —entendido en términos de fidelidad—, no necesariamente implica espontaneidad en la representación mediatizada. De forma contraria, en el siglo XXI, una de las propuestas que genera esta lógica mediática es una *narrativización controlada* de los eventos televisuales (Bolter, 2005, p. 11), que responde a la incipiente mundialización, economización y globalización de los contenidos culturales que, como se ha visto, afectan también hoy al arte de la ópera (Martin Barbero, 1993). Inmersa en estos procesos, la producción operística deja cada vez menos espacio para la improvisación artística y la espontaneidad generada en el directo. La industria lírica modifica y orquesta hoy sus sistemas de producción en sintonía con una lógica de grabación de su espectáculo, en la que se controlan todos los elementos de los que depende la comercialización a gran escala del arte (Steichen, 2012).

1.4.1.5. Evolución multimedia de la lógica televisual.

Puede concluirse, tras las características analizadas, que la lógica televisual que algunos de los productos operísticos podrían estar adquiriendo, evoluciona de construcciones transparentes y frontales, a planteamientos que, sin romper la frontalidad de la imagen, juegan con una construcción espacial enriquecida ahora con múltiples perspectivas y ángulos de visión, pantallas simultáneas, o textos explicativos del evento. Asimismo, con el

²⁹ Históricamente se han considerado *interferencias* todas aquellas prácticas y estéticas más propiamente audiovisuales, dispuestas en el proceso de grabación de los medios de la televisión y el vídeo (McAuley, 1994, pp. 183- 194).

fin de mostrar la totalidad del hecho representado, esta lógica incorpora una estructura en 360° en la que queda enmarcado el mensaje. En esta estructura cobran cada vez más importancia los contenidos que ayuden a *totalizar* ese mensaje, como la incorporación de narradores, de efectos visuales, y de imágenes panorámicas en movimiento para aportar grandiosidad al propio espectáculo, la muestra del *backstage*, o la lectura simultánea e hipertextual de ritmos musicales, textos gráficos, y toda la información codificada que compite ahora con el propio espectáculo representado, entre otros ejemplos.

Por todas estas nuevas tendencias estéticas, algunos autores han argumentado cómo la lógica televisual es permeable a una evolución *multimedia*, a través de la que se combinen distintas formas mediáticas y lecturas simultáneas en un mismo medio audiovisual. Aunque las características multimediáticas se habían practicado mucho antes de la era digital (Packer & Jordan, 2001), la aparición de los nuevos medios (Manovich, 2001, p. 30) y, sobre todo, la expansión y la cotidianización del ordenador personal, han posibilitado el desarrollo, además de las técnicas, de nuevas estéticas multimediáticas también en los medios convencionales de la televisión, el vídeo, así como algunas corrientes cinematográficas contemporáneas (Meikle & Young, 2012, pp. 88-89).

Algunos de los ejemplos de esta tendencia que ha ido adquiriendo la lógica televisual manifestada en la ópera, son el papel narrativo que juegan los subtítulos en la apreciación de la obra, la división en distintas pantallas de la imagen generada en la televisión, la incorporación de elementos gráficos que conviven con el espectáculo narrado central — como pueden constituir un cronómetro en las óperas retransmitidas en directo para los cines— o la incorporación de los *márgenes* — nombre con el que se describen los procesos de navegación generados por los menús de inicio, o la selección de escenas... etc. — en las ediciones de los DVD. Todos ellos no dejan de ser consecuencias que las nuevas construcciones espaciales tienen sobre el mensaje central. Hasta el siglo XXI, esta lectura multi-mediática que dichas construcciones provocan, no había exigido una *integración* de todos los elementos que ahora conviven en pantalla y compiten por la atención del espectador. Dicha integración —como se verá más adelante— se ha ido notando en la estética de los productos operísticos audiovisuales del siglo XXI y responde tanto a una evolución tecnológica, como a la incorporación de estrategias comerciales en la industria cultural (Cenciarelli, 2013).

1.4.2. Lógica cinematográfica de la narración.

Otra de las lógicas mediáticas que este trabajo ha podido descubrir en muchos de los productos operísticos en formato audiovisual, es aquella que potencia las características más narrativas del espectáculo: la lógica *cinematográfica*.

Desde un punto de vista conceptual, los estudios que tratan las características de la narrativa cinematográfica, lo hacen empleando el término anglosajón *cinematic*, y la mayoría de ellos parten del análisis de los efectos del medio cinematográfico en la era de la postmodernidad (Denzin, 1995; Doane, 2002; Beller, 2006). La traducción al castellano de este concepto en un sentido literal, puede provocar ambigüedades idiomáticas, ya que la ciencia de la cinematografía hace referencia al estudio del movimiento de los cuerpos. Por ello, en las traducciones de los estudios estéticos, así como en las teorías de los medios, se han utilizado indistintamente las palabras *cinematográfico* y *cinematográfico*, mostrando una mayor tendencia de uso por la segunda opción. Aquellos que emplean el término *cinematográfico*, además de pretender enmarcar y distinguir el estudio propio de las Ciencias de la Comunicación, de otras disciplinas, lo hacen para indicar la herencia que este tipo de lenguaje presenta del convencional medio del cine.

Sin embargo, como sucedía entre los términos televisual y televisivo, aplicar la expresión *cinematográfica* en la descripción de la lógica narrativa que no hace referencia a un medio en concreto, igualmente puede dar lugar a confusiones conceptuales. Como ya se ha advertido, en este trabajo se pretenderá así matizar que lo cinematográfico no tiene que confundirse con lo cinematográfico, como lo televisual no presenta una relación directa y exclusiva con lo televisivo. Esta investigación considera más conveniente optar por la expresión cinematográfica, para distinguir el medio cinematográfico de la lógica que parte de él y que lo trasciende, actuando en los nuevos medios del siglo XXI mucho más como una interfaz cultural que determina uno de los modos que presentan tanto los organismos productores como las audiencias, de interactuar con la cultura digital (Couldry, 2008, p. 374; Cenciarelli, 2013, p. 221).

Desde hace algunas décadas, la narración digital ha captado la atención de los estudios mediáticos, por las consecuencias sociales, económicas y culturales que presenta en los sistemas de representación de la sociedad moderna. Los estudios sobre los sistemas de producción cinematográficos —*CMP* o *Cinematic Mode of Production*— analizan el tipo de relación social que ha surgido a partir del cine y que se ha generalizado en muchos más ámbitos de la realidad mediática actual (Beller, 2006, p. 1). En ella, adquiere cada vez más fuerza la

información construida en una disposición temporal y en un formato audiovisual (Manovich, 2001, p. 78).³⁰ El espectador cinemático se vuelve así el epicentro de la organización de las realidades sociales y culturales. Para muchos autores, la *cinematización* de lo visual, así como la fusión de formas de visión avanzadas, con un amplio abanico de instituciones y aparatos de carácter socio-tecnológico, dan lugar a la red de experiencias culturales que caracterizan la década del siglo XXI (Beller, 2006, p. 2). Los espectadores cinemáticos se vuelven conocedores previsores de su entorno: entienden lo que sucede en la narración, se anticipan a las acciones porque conocen sus reglas por una cultura aprendida gracias al medio del cine que ahora se manifiesta en múltiples formatos como los videojuegos. Así, desde el punto de vista del producto mediático, la lógica cinemática se caracteriza por quedar regida bajo unas normas similares —si no idénticas— a aquellas que dominan la estructura social: presentan una construcción lo más verosímil posible, de fácil entendimiento y de lectura comprensible (Ruiz, 2005, p. 58). El desarrollo del cine ha ocasionado profundos cambios estructurales y diversos alojamientos sociales en un mundo de interacciones complejas. La lógica cinemática hace referencia, así, a las formas en que los sistemas de producción cultural actuales, son organizados total o parcialmente, de acuerdo a la necesidad de mostrarse narrativamente (audio) visuales. Estos necesitan crear un modo de representación socialmente comprensible, del que, cada vez más, depende su economía, su organización y su negocio (Beller, 2006, p. 10). La interiorización de las dinámicas de producción cinemáticas constituye un proceso altamente complejo para los organismos, que resulta imposible de detallar en este trabajo. Sin embargo, como en la lógica televisual, también aquí se han reconocido algunos principios fundamentales que servirán de orientación para este análisis.

1.4.2.1. Construcción temporal.

Como la lógica cinemática ha sido heredada del medio cinematográfico, en términos generales, también ella está basada en un tipo de construcción lineal, determinada por el movimiento de las imágenes (Damisch, 1994). A diferencia de la separación física del espectador, que proponía la construcción panorámica de la lógica televisual —en la que

³⁰Mientras que la tradición del mundo impreso que inicialmente dominaba el lenguaje de las interfaces culturales, la parte jugada por los elementos propios de la cinemática esta adquiriendo cada vez más fuerza. Según Lev Manovich, los caminos cinematográficos de ver el mundo, de estructurar el tiempo, de narrar una historia, de conectar una experiencia con la siguiente, se han convertido en el modo básico en el que los usuarios acceden e interactúan con los datos culturales (2001, pp. 78-79).

prima la perspectiva espacial y en la que el espectador reprime la participación de su propia corporalidad en el propio proceso de percepción—, algunos autores defienden cómo, en la linealidad del discurso más puramente cinematográfico, se produce otro tipo de visión más voyeurística (Verhoeff, 2012, p. 43). Así, en lugar de mantenerse fuera del campo de visión, el espectador es dirigido conscientemente a través de la mirada de la cámara —una mirada considerada subjetiva y construida a partir de una linealidad temporal—. Por su parte, el autor pone en marcha un *proceso monologista* —entendido en tanto que creación personal de la que depende la construcción del discurso artístico—, que posibilita la apropiación final del contenido (Verhoeff, 2012, p. 43).

Esta idea de construcción lineal ha sido enriquecida con la aparición de los nuevos medios online. Gracias a internet, estos proponen ahora modelos de visión del espectáculo basados en el diálogo, en el compromiso y en las relaciones mutuas que despiertan una actitud más activa en el consumidor. En estos nuevos modelos de lectura visual, los espectadores son ahora más conscientes de la consecuencia que tiene el visionado de un producto narrativo en su experiencia corporal. Esta puede ser constituida gracias a una sensación física, a una reacción, un sentimiento, o a un efecto psicológico. Para algunos teóricos recientes, en la nueva propuesta mediática que ofrece el siglo XXI, el espectador, no solo es el sujeto, sino también el objeto de la mirada de la cámara (Huntemann & Aslinger, 2013).

Como consecuencia de la combinación de estas dos miradas, la *voyeurística* y dirigida, con la interactiva y experiencial, la lógica cinemática hoy es capaz de circunscribir una estética temporal única basada en la movilidad de la imagen (Friedberg, 2006, p. 162; Verhoeff, 2012, p. 43).

1.4.2.2. Inmersión narrativa.

Una de las consecuencias directas que se derivan de esta estructura lineal, es la mayor facilidad que presenta esta lógica para favorecer la inmersión del espectador en la narración. Según los teóricos, a diferencia de la conceptualización del espectáculo televisual —realizada en términos de *efecto* del fenómeno representado—, la narración propia de la lógica cinemática está basada en términos de *interpretación*, mediante la cual, mantiene al público dentro de la diégesis inmersiva (Kessler, 2006, pp. 57- 69; Verhoeff, 2012, p. 60). La narración cinemática se articula gracias a la atracción que provoca la mirada de la cámara, dispuesta en términos temporales a partir de planos fílmicos que recrean un espacio circular —no frontal— en el que queda envuelto el espectador. Por lo tanto, por

encima de representaciones más espaciales, la narración se considera una de las características que sustentan la lógica aquí descrita como cinematográfica (Jenkins, 2004, p. 123). La narrativa propuesta por la lógica cinematográfica no necesariamente tiene que hacer referencia a los modelos clásicos propios de las estructuras cinematográficas (Gunning, 1990). Sin embargo, como ocurre en el cine, gracias a su ordenación lineal en el tiempo, ha de provocar efectos en el espectador como la identificación, el suspense o la risa, en el recuento de respuestas producidas por el mecanismo de *inmersión heteropática* que produce la narración (Silverman, 1996; Verhoeff, 2012, p. 60).³¹

También de acuerdo con aspectos narrativos, en los últimos años se ha reconocido cómo las posibilidades que ofrece la interacción propia de los medios digitales, es crucial para permitir que también otros espacios mediados se construyan bajo una lógica cinematográfica. Por lo tanto, hoy la dinámica propia de esta lógica incluye también aquellas articulaciones temporales en los distintos espacios que ofrece ahora la red (Verhoeff, 2012, p. 69). Para muchos autores, la navegación digital de los nuevos medios, constituye una evolución natural de la narrativa cinematográfica, que exige una mayor participación de los espectadores. Se trata de una nueva forma de organización interactiva y narrativa, en la que las acciones son autónomas, se seleccionan por elecciones personales, y determinan el discurso del juego en términos puramente dramáticos (Murray, 2001, pp. 11-12). Así, la narrativa interactiva solo se diferencia de la narrativa clásica propuesta por el cine, en los protagonistas que ejecutan las acciones —en el caso de la primera, es el propio espectador pasivo el que actúa como narrador, como actor y como foco de la acción dramática a la vez—. Por lo tanto, la lógica cinematográfica, parece asumir el significativo cambio de concepción de la narrativa tradicional, en el que cada vez más se debilita la supremacía del tiempo sobre el espacio (Verhoeff, 2012, p. 69), para pasar a modelos de lectura más interactivos.

Debe añadirse, asimismo, que gracias a esta inmersión narrativa que experimenta la audiencia, el espectador cinematográfico también conecta de forma inmediata con la obra. Por lo tanto, se reconoce en la lógica cinematográfica también la característica de la inmediatez, pero no descrita en términos televisuales. En lugar de provocar una conexión con la obra a partir de la experimentación de una doble realidad —la percibida y la provocada por el acto mediático—, la inmediatez cinematográfica debe ser entendida como una experiencia de abstracción e identificación con la historia, capaz de anular la presencia del espectador en su propia realidad. Por ello, desde un punto de vista ontológico, la inmediatez cinematográfica

³¹ El *pathos* de dicha inmersión es *hetero*, cuando el espectador sale de sí mismo y da el salto para introducirse en el otro campo visible de la pantalla (Verhoeff, 2012, p. 60).

pertenece más a las estructuras trascendentales de la experiencia, que al reino del fenómeno representado (Phillips, 2008, p. 8). Se reduce la percepción del espectador a una sola realidad, aquella hipermediada. Por lo tanto, en esta lógica se produce un encuentro *cara a cara* con la obra, por encima de un planteamiento de doble realidad propio del medio televisivo.

Para reforzar esta idea de hipermediación, algunos autores también se han referido a la mirada *idealista* que promueve la lógica cinemática en los espectadores, para describir que en la percepción de la representación narrativa audiovisual, la naturaleza de los objetos que se aprecian, depende de la reconstrucción que lleva a cabo la mente. Así, el cine y la percepción humana comparten el proceso de codificación en el que quedan envueltos los signos icónicos (Nichols, 1981, pp. 11-12). La abstracción provocada por la lógica cinemática permite al espectador contemplar los procesos imaginativos en el espacio en el que interaccionan, no así en su realidad. Por ende, el espacio y el tiempo se producen bajo la experiencia analítica de la construcción del sujeto, gracias a la relación entre el lenguaje cinematográfico, el discurso narrativo y el acto de observar (Turim, 1980, p. 149).

1.4.2.3. Continuidad diegética.

Para muchos autores, otra de las características principales que presenta la narración cinemática frente a la lógica televisiva, es una simulación del principio de continuidad basado, precisamente, en lo que algunos teóricos han definido como la *persistencia de la visión* (Gianetti, 1976, pp. 123, 124; Anderson & Anderson, 1980, p. 76).³² La continuidad que propone la ópera audiovisual está basada en la actitud contemplativa de los públicos ante un hecho narrativo representado (Dahlhaus, 2005), en este caso, en formato audiovisual. En el discurso cinematográfico, la continuidad es un elemento generado por la propia narración, pero, además, por la técnica de edición en sí misma, la cual constituye una herramienta para eludir los huecos temporales o espaciales que se producen en el lenguaje audiovisual (Bolter, 2005, p. 11). *Suturando* —término que ha sido tradicionalmente empleado en las teorías del montaje— los planos fragmentados en una secuencia continua, el lenguaje audiovisual ayuda a generar una interpretación de los hechos narrados, que sirve para superar el sentido de dislocación diegética que sufre el espectador (Bolter, 2005, p. 11).

³² Según Louis Gianetti, el movimiento en el cine es una visión óptica. Cuando la película es vista en un proyector donde se reproducen los 24 *frames* estáticos por segundo a la misma velocidad, las fotografías son mezcladas instantáneamente por el ojo humano, provocando la ilusión de movimiento. Este fenómeno ha sido comúnmente llamado persistencia de la visión (1976, pp. 123-124). Otros autores han añadido cómo la mente es capaz de prolongar la imagen que el ojo es capaz de ver (Anderson & Anderson, 1980, p. 76).

Así, las propiedades de la lógica cinematográfica se basan en una construcción lineal y continua del montaje —creado de forma que elimina conscientemente cualquier ruptura diegética para los espectadores—, cuya introspección provoca cambios de significación (Beller, 2006, p. 10).

En relación a la continuidad, algunos autores han argumentado una actitud más contemplativa en el espectador cinematográfico que aquella que puede presentar el televisivo. Así han defendido que la lógica cinematográfica construye una temporalidad en la que el espectador no puede intervenir o no puede manipular, ya que le viene dada. Por lo tanto, la ilusión de este tipo de narrativa, como la cinematográfica o la videográfica, no solo se constituye por los temas tratados, sino por la creación de una continuidad temporal y espacial en la que el espectador no puede participar si no es a través de la contemplación pasiva o la generación del afecto (Phillips, 2008, p. 5). Además, dicha continuidad temporal siempre se produce en relación a hechos pasados, por mucho que la temática sea futurista o propia de la ciencia ficción. El propio medio del cine propone a la audiencia un compromiso con su presente diegético, en la medida en que los sistemas de reproducción técnica permiten conectar con una narración que siempre se presenta de forma atemporal (Phillips, 2008, p. 6). Se verá más adelante, cómo en el siglo XXI, gracias a la incorporación de los nuevos medios, la nueva lectura hipertextual que estos proponen es capaz de compensar parte de la actitud contemplativa propia de la narración cinematográfica. Parece, así, que la lógica cinematográfica se muestra capaz de potenciar aquellos productos en los que prima la historia por encima de cualquier otro elemento. Igualmente, presenta unas características propias de medios que no dependen de la sincronización cultural en su apreciación, como pueden ser el vídeo o el cine.

1.4.2.4. Autenticidad en términos de verosimilitud.

Desde sus orígenes en el medio cinematográfico, la lógica cinematográfica en la ópera ha procurado emular en los receptores el principio de autenticidad —*werktreue*— descrito por muchas de las teorías de la mediación artística (Morris, 2010, pp. 269- 275; Steichen, 2011, pp. 443- 459). En los medios más narrativos como el cine, esta autenticidad no se ha entendido en términos de fidelidad a la obra original preexistente —como ha ocurrido en la lógica televisiva—, sino que, más bien se ha traducido en la puesta en práctica de unos sistemas de producción que han pretendido generar en el espectador una fuerte impresión de plenitud en la apreciación de los eventos narrados (Sobchack, 1990, pp. 24- 49).

En la trayectoria audiovisual que ha presentado el arte de la ópera, muchas veces esa autenticidad no ha quedado despegada de las fuertes convenciones sociales adscritas al género lírico, como podrá comprobarse a lo largo de esta investigación. A través de un visible artificio en el diseño de producción, muchas narraciones operísticas han exigido, y todavía exigen, la recreación de un universo narrativo que presenta particularidades. En él, no es tanto la semejanza con la realidad histórica o ambiental de la obra original la que ha de calcularse para atraer a las audiencias, sino más bien la pretensión de narrar, incluso de trasladar, el convencionalismo, la familiaridad y la accesibilidad a las referencias estéticas del arte y su histórica función social (Pierson, 2005, p. 148). Así, en el *werktreue* perseguido por la lógica cinematográfica, el concepto de realismo también queda contemplado, pero debe ser entendido en términos de verosimilitud generada por el universo narrativo no tanto de la historia, sino de la propia ópera como mundo (Bolter & Grusin, 2000). Por lo tanto, la ópera en el cine, en el vídeo o, incluso, en las manifestaciones más narrativas que ha generado en televisión, parece haber mezclado dos materiales de trabajo: por un lado, las historias que le son propias, y que el arte ha traspasado de generación en generación y, por el otro, las expectativas sociales, estilísticas y artísticas que ha heredado del pasado.

En la actualidad, con la evolución de las tecnologías de la comunicación digital, se exige que la ilusión de lo *real* sea cada vez más convincente, fenómeno que afecta directamente a un arte artificioso en sus formas como la ópera. Poco a poco se han ido incorporando técnicas como los efectos especiales para potenciar la estética hiperrealista (Hayward & Wollen, 1993, p. 2). Algunos autores defienden hoy cómo, también en la ópera audiovisual más cinematográfica, podrían producirse construcciones espaciales hipermediadas en las que el espectador pueda recrearse en el propio acto de la mediatización sin salir de la inmersión narrativa, como, por ejemplo, el efecto retardado de un disparo de bala o una imagen a cámara lenta (Bolter & Grusin, 2000, pp. 6, 14, 155; Purse, 2005, p. 152). Este tipo de técnicas que articulan no solo la estética, sino también la concepción temporal de la obra,³³ serán analizadas en la oferta audiovisual de la ópera del siglo XX y del siglo XXI.

También aquí debe tratarse otro de los sentidos que se le ha conferido al concepto de autenticidad en las teorías sobre la lógica cinematográfica. Como ya se ha expuesto, en la lógica televisiva siempre existe una realidad representada, un evento del cual depende el propio acto de la mediación audiovisual. Por lo tanto la construcción de sentido mediático se

³³ El modo en que las películas juegan con la temporalidad narrativa de la obra en las secuencias de los efectos especiales, por ejemplo, está diseñado para intensificar la atención y la expectación provocada por el acto de la mediatización. En el cine más espectacular, diversas técnicas como la cámara lenta son empleadas actualmente para indicar la naturaleza grandilocuente de la acción mostrada, confiriéndole al espectador plenitud temporal para que conecte con el movimiento de la acción de la imagen (Purse, 2005, p. 154).

produce siempre en referencia a un espectáculo original. A diferencia de este proceso de construcción televisual, en la lógica más narrativa no existe una relación material entre el original y la copia, ya que se considera que el producto original lo constituye la propia representación mediática (Phillips, 2008, p. 4). Esta diferencia se considera sustancial a la hora de aplicar el concepto de mediatización al estudio de la ópera audiovisual.

Finalmente, debe mencionarse cómo el concepto de verosimilitud, en la cinemática, ha sido trabajado a partir de diversos tratamientos distintivos, tanto del lenguaje visual como del sonoro. En la lógica cinemática, la retórica función del sonido, de forma tradicional se ha entendido como una técnica que ideológicamente debe ocultar la cantidad de trabajo necesaria para transmitir el efecto de espontaneidad, de naturalidad y de profundidad de las acciones narradas —en el caso de la ópera, cantadas, una distinción que afecta a la veracidad de las acciones (Zopelli, 1994, p. 15; Ishaghpour, 1995, pp. 24-28) —. El sonido y la imagen se unen así en la misma línea estética, para conseguir producir el drama de lo individual y potenciar la verosimilitud narrativa más propia del cine. Para ello, se recurre a las técnicas capaces de recrear la perfección del mundo mostrado: los efectos de sonido, la música y el doblaje de las voces se articulan artificialmente para que queden perfectamente integrados en la narración (Doane, 1980, p. 55). Así, las técnicas de edición y mezcla de sonido hacen de esta una herramienta portadora de significado propio, que no queda subordinada a la ideología de lo visible —como suele suceder en la lógica televisual—, sino que la autentifica.

1.4.2.5. Estética subjetiva y creación de autor.

A diferencia de la lógica televisual, el lenguaje audiovisual empleado en la lógica cinemática —según las características que se han descrito—, ha de emular un universo en 360°, construido a partir de las relaciones visuales del plano-contraplano —generalmente obtenidas por el montaje de las secuencias narrativas, grabadas con una cámara—. En ellas, será altamente determinante la potenciación de la movilidad de la imagen, como herramienta que favorece la inmersión narrativa en la obra y provoca una percepción visual dinámica. Otra de las características que cobra especial relevancia en la lógica cinemática, es la puesta en escena, una práctica que entonces no queda ceñida al set, al teatro o al decorado, sino que puede ser empleada en lugares reales, en exteriores e, incluso, en recreaciones virtuales. Cualquiera que sea la localización escogida, debe procurar emular la

mayor profundidad de campo en la planificación, elemento que aporta tridimensionalidad frente a la bidimensionalidad de la escena teatral.

Asimismo, en la construcción del discurso cinematográfico, dos de las características que más se diferencian de la estética transparente televisiva son: 1) la relación intencional del creador con la obra, y 2) el método de reducción narrativa que facilita su apreciación.

En relación a la primera característica estética, Allan Casebier expone cómo, sin la evidencia de la intencionalidad creativa del autor, la obra representada en formato cinematográfico no tendría un sentido final para los públicos (1991, p. 15).³⁴ En la lógica cinematográfica, elementos como las líneas, las capas, los colores, el emplazamiento de la cámara, o la textura del sonido, producen este sentido unitario de todo el material a través del cual el autor les da una dirección intencional. Esta intencionalidad artística es la que ha alimentado el cine como modo de representación institucional desde sus orígenes. En su definición se incluye, además de un sentido industrial, la *socialización* de la *psicología del espectador*, el cual, a través de un sistema de códigos y un lenguaje de expresión, recrea la ilusión diegética (Heath, 1980, pp. 2, 3). Como tradicionalmente se ha mantenido, la intencionalidad de la mirada es la que produce el *imaginario significante* en el espectador (Metz, 1977, pp. 13-15). La intencionalidad del autor exige, así, poner a su disposición todas las herramientas y todos los recursos del lenguaje audiovisual para que este pueda interpretar de forma subjetiva un discurso. En el caso de la ópera, se produce una reinterpretación de la historia musical preexistente en la que se ponen en práctica más o menos técnicas de adaptación al medio (Hutcheon, 2006, pp. 141- 158).

En segundo lugar, otra de las características que Casebier propone en su discurso es la reducción narrativa. En el fenómeno de la apreciación artística, el cine introduce el método de la reducción narrativa para promover un entendimiento de las características esenciales de la obra sin desviar la atención del espectador (Casebier, 1991, 16). En términos generales, la reducción en la construcción narrativa se basa en una articulación a partir de la selección y la acentuación de las acciones dramáticas —no de las intenciones ni de las reacciones de los personajes—, de tal modo que el espectador pueda descubrir por su cuenta los procesos que han mediado la intencionalidad de dichos actos (Casebier, 1991, p. 16). Puede entenderse que aquellas óperas regidas por una lógica cinematográfica, a bien de adaptar sus contenidos a la mirada audiovisual, podrían plantear condensaciones de las

³⁴ Siguiendo las teorías de Edmund Husserl, el teórico Allan Casebier fue uno de los primeros autores en aplicar el concepto de intencionalidad del fenómeno narrativo al acto de percepción cinematográfica, en su obra publicada en el año 1991 y titulada *Film and phenomenology: towards a realist theory of cinematic representation* de la editorial Cambridge University Press.

tramas narrativas. En la lírica, dichas tramas son construidas gracias al texto musical. Así que las posibles condensaciones habrían de partir de la propia partitura, fenómeno que no deja de crear cierta polémica.

La reducción y la intencionalidad persiguen, así, concentrar la atención del público en una historia subjetivada. La lógica televisual, por el contrario, se rige por la norma de la totalidad en el hecho representado, mediante la cual el espectador obtiene, sin interrupciones ni aparentes intervenciones subjetivas, una visión global en la que nada quede fuera de su alcance y se muestre fiel a la realidad (Bolter, 2005, p. 10).

1.4.2.6. Evolución transmediática.

Por todo lo hasta aquí descrito, podría concluirse que la lógica cinematográfica se muestra más favorable a la evolución de un modelo *transmediático* que multimediático propio de los contenidos televisuales (Meikle & Young, 2012, p. 99).

Una narrativa *transmedia* es aquella que desarrolla un mismo contenido dramático a partir de múltiples plataformas mediáticas, en las que cada nueva construcción que proponen los medios en particular, se distingue y aporta un valor significativo al conjunto narrativo. Así, un modelo transmediático ideal, en el caso de la ópera, sería aquel a partir del cual una narración operística preexistente, se reinterpreta bajo una mirada cinematográfica, se expande a través de la televisión y los cómics, y puede, incluso, culminar su desarrollo en un videojuego o en un parque temático. Cada expresión de la ficción, por separado, debe tener una autosuficiencia narrativa, de tal forma que el espectador no necesita haber visto la película previamente o conocer la historia musical, para disfrutar del videojuego, y viceversa. Cada medio, así se construye como un punto de entrada a la franquicia —cinemática— como mundo (Jenkins, 2008, pp. 97- 98).

Como se comprobará en los próximos apartados, el propio material ficticio que contiene un arte de artes temporal como es la ópera, debido a elementos como su autosuficiencia narrativa, sus convenciones estéticas y formales, así como a sus argumentos sencillos, se presta de forma natural a las estrategias de comunicación transmediática.

La narrativa transmedia, en la actualidad, se está convirtiendo en un poderoso camino para que las industrias creativas puedan alcanzar audiencias masivas (Jenkins, 2008, pp. 97-98). A través de diversas manifestaciones mediáticas se producen ahora medioambientes adecuados en los que la ficción, las artes y los contenidos de entretenimiento tienen lugar. Así, la potencialidad que presenta esta estrategia comunicativa de comprometer

afectivamente al espectador, permite a creadores y usuarios encontrarse en diferentes espacios al cine. Sin salir de la ficción narrativa, el mundo recreado puede ahora converger con el mundo real (Meikle & Young, 2012, p. 98).

1.5. Una propuesta de estudio aplicable a la ópera

Las iniciales ideas de contexto que ofrecen los campos de estudio de la mediación y de la mediatización, así como las dos categorizaciones estéticas que, desde el punto de vista de la comunicación, se han descrito de forma introductoria en estas páginas, subrayan la premisa general de esta investigación: la lógica que mueve a las personas, organizaciones e instituciones culturales y artísticas está pasando a ser cada vez más dependiente de la *lógica de los medios* (Altheide & Snow, 1979; Münch & Schmidt, 2005, pp. 206-214). Esta *lógica* no es una fórmula conceptual cerrada, sino que, más bien hace referencia al modo en que la ópera se organiza y opera profesional, comercial, material, tecnológica, estética, simbólica o culturalmente, cada vez más según reglas formales e informales de algunos de los medios de comunicación (Mazzoleni, 2008; Meyer, 2009, pp. 34-35).

En el siglo XXI, estas dos lógicas mediáticas que de forma general han ido adquiriendo muchos de los contenidos culturales globalizados, afectan de forma significativa a un arte como el de la ópera que, dada su particular y compartida naturaleza audiovisual —como se tratará en el siguiente apartado—, se ha relacionado de forma sistémica con los medios de comunicación audiovisual.

En sintonía con el concepto de mediatización que enmarca el estado de la cuestión, debe mencionarse también que en el nuevo siglo, los procesos de convergencia digital han ocasionado que dichas lógicas actúen de forma cada vez más independiente de los medios en los que han sido engendradas. En la cultura visual moderna, la movilidad de la imagen trastoca las relaciones visuales y las coordenadas espaciales de los medios convencionales del cine, la televisión y el vídeo. Ahora en los nuevos medios, se puede producir una combinación de ambas lógicas (Kessler, 2006, pp. 57- 69) y, por consiguiente, una constante paradoja: aquella producida entre la libertad y el control de la mirada, entre la inmersión narrativa y el espectáculo, o entre una teatralización guiada de forma consciente y una representación aparentemente descontrolada. Y precisamente, esta tensión se produce en la actualidad de una manera más manifiesta cuando los medios de comunicación reflejan sus características mediáticas más propias, personales e identitarias. Algunos autores afirman cómo, precisamente, elementos como la primacía de la

navegación que hoy es posible gracias a los nuevos medios, provoca la unión en ellos de la lógica cinemática más propiamente narrativa, y la televisual del espectáculo (Verhoeff, 2012, pp. 50, 51). Asimismo se ha defendido cómo gracias a fenómenos como la convergencia o la integración, los nuevos medios se muestran igualmente compatibles para albergar tanto estrategias de comunicación transmediáticas, como aquellas multi-mediáticas, de manera altamente eficaz.

Todas estas nuevas realidades, que hoy se producen en el nuevo contexto que ofrece internet, exigen a los productores de contenidos y a los consumidores entender las propiedades y las posibilidades de todas las fórmulas audiovisuales, con el fin de poder desarrollar estrategias de comunicación eficaces. Solo así se podrán diseñar contenidos culturales capaces de trascender a las especificidades mediáticas tradicionales para responder a las demandas de los nuevos destinatarios (Meikle & Young, 2012, p. 102). Si esto se produce, ningún medio deberá confinarse a sus propios límites en la comunicación audiovisual, ya que las estrategias crossmediáticas y multi-mediáticas —a partir de un conocimiento profundo de las lógicas de los medios, así como de los usos que les son conferidos por los usuarios—, posibilitarían la expresión audiovisual a través de un modelo que incluye principalmente a los medios tradicionales de comunicación y a la nueva realidad en la que son representados (Meikle, & Young, 2012, p. 102).

El arte de la ópera, tras haber manifestado su deseo expreso de actualizarse para alcanzar nuevas y más jóvenes audiencias —audiencias que son y serán, principalmente consumidoras mediáticas, nativas y digitales (Pereira Dominguez & Urpi Guercia, 2005)—, queda inmerso en esta necesidad de conocimiento mediático en el que se encuentran sumergidos sus destinatarios potenciales. La ópera parece ser cada vez más consciente de que la actualización del arte ha de conseguirse gracias a una proporción entre la información que ofrece a través de los medios, y las expectativas de los públicos a los que se dirige (Merten, 1999, p. 203). Así, el arte, hoy más que nunca, es consciente de que no ha de conseguir demostrar una mayor relevancia musical sino una mayor accesibilidad social. Entiende que sólo si recibe más atención será considerada actual (Ruhrmann, 2005, p. 68). En las nuevas estrategias de comunicación que establece hoy con los públicos, puede ayudarle a conseguir sus objetivos de forma más eficaz, un mayor conocimiento de las lógicas mediáticas que transforman las realidades culturales, así como un mayor entendimiento de los viejos y nuevos hábitos de apreciación cultural que están adquiriendo los públicos a través de los nuevos medios. Ya que, en definitiva, la ópera es un arte que ha de reflejar la inquietud cultural de una sociedad concreta (Mortier, 2010).

1.5.1. Objetivos de la investigación.

Este es el objetivo principal que, precisamente, pretende desarrollar el trabajo de investigación propuesto en estas páginas: aplicar la perspectiva de análisis que ofrece el concepto de mediatización, a la oferta audiovisual que ha generado el arte escénico de la ópera.

Ayudar a la industria de la ópera a comprender mejor la realidad mediática en la que se vivencia hoy el arte en formato audiovisual, exige establecer un orden de propósitos específicos que puedan contribuir a despejar la principal pregunta de investigación que se plantea este trabajo: ¿Puede hoy la ópera responder mejor a la demanda cultural de la sociedad, a partir de su oferta audiovisual?

▪ Objetivos específicos

1. Fundamentar la naturaleza audiovisual de la ópera como punto de partida de la investigación

Para responder al objetivo principal, en primer lugar, este trabajo necesita establecer cuáles son los elementos ontológicos que comparte el arte de la ópera con el discurso audiovisual. Desde un punto de vista teórico, se considera necesario fundamentar mínimamente esta capacidad que presenta la ópera de manifestarse artísticamente a través de los medios audiovisuales, por un motivo principal. Todos los autores del siglo XX que han centrado sus trabajos en estas relaciones, parten de una premisa apriorística: la ópera y los medios de comunicación audiovisual comparten una naturaleza común que posibilita su hibridación artística. Sin embargo, esta investigación no ha encontrado ningún estudio dedicado a justificar por qué el arte audiovisual y la ópera pueden converger en la práctica, fenómeno que dificulta la aplicación de una mirada mediática en el análisis. Así, para abordar el cometido central de esta investigación, debe intentar construirse la síntesis de las principales ideas desarrolladas en la literatura, que justifican que ambos lenguajes artísticos comparten sus principales elementos constituyentes. Dicha síntesis pretende poder responder a una pregunta que las teorías han dado por supuesta: ¿Pueden, a efectos prácticos, hibridarse el arte de la ópera y el discurso audiovisual propio de los medios de comunicación?

2. Identificar las características que presenta la relación de la ópera con los medios convencionales y actuales

Para poder aportar posibles modelos de mediatización audiovisual que ayuden a la ópera a ser mejor entendida por los públicos, antes deben conocerse las principales características definitorias de las relaciones que el arte ha establecido históricamente con los medios. La sistematización de la oferta audiovisual operística, llevada a cabo durante el siglo XX en el cine, la televisión y el vídeo, ha dado lugar a multitud de estudios estéticos centrados en los efectos artísticos y sociológicos, pero se advierte una notable carencia de aportaciones teóricas que tengan una deliberada intención mediática, desde perspectivas propias de las Ciencias de la Comunicación. Este fenómeno quizás justifique que todas las teorías que conforman el cuerpo teórico de esta investigación (expresadas en los capítulos 2 y 3), se centren en el análisis de casos concretos generalmente pertenecientes a un solo medio: los autores han tendido a tratar, por separado y en exclusiva, la ópera y el cine (Bourre, 1987; Fawkes, 2000; Schroeder, 2002), de la ópera y la televisión (Rose, 1986; Barnes, 2003), así como de la ópera y el vídeo (Citron, 2000; Senici, 2009). Se pierde con ello la posibilidad de observar posibles influencias inter-mediáticas o diferencias prácticas entre sus distintas manifestaciones artísticas, desde la perspectiva de la mediatización. Asimismo, un análisis comparativo entre las teorías de los distintos medios, permite observar si la ópera está adaptando sus contenidos a cada uno de ellos, o si lo que en realidad hace es multiplicar sus ventanas audiovisuales pero ofreciendo siempre el mismo contenido, fenómeno que no respondería a las necesidades de los medios y, por ende, de sus públicos. Así, esta investigación procurará identificar cuáles son aquellas ideas que han sido comúnmente aceptadas en relación a la manifestación audiovisual del arte. Procurará, asimismo, señalar aquellas que influyen de manera decisiva en la mediatización de la ópera y que ayudan a despejar la hipótesis principal.

El número de estudios teóricos que incorporan dialécticas sobre los medios, en el siglo XXI, no es tan notorio. Sin embargo, comienza a advertirse en estos trabajos un distintivo enfoque audiovisual. Por lo tanto, estos estudios aportan una cantidad muy significativa de nuevas ideas, que pueden ayudar a la ópera a entender mejor el contexto actual en el que es apreciada. Esta investigación ha considerado muy necesario incluir en la revisión bibliográfica, las teorías que también hablan de la realidad audiovisual de la ópera en los medios digitales. En algunos casos, como la ópera en la televisión digital o en internet, todavía no existen aportaciones teóricas al campo de investigación concreto, de modo que se ha tenido que fundamentar el marco teórico, a partir de conceptos y autores propios de disciplinas como las Artes Escénicas, la Música, los estudios sociológicos, o, sobre todo, las

Ciencias de la Comunicación. Solo así —incluyendo el siglo XX y el XXI—, puede aportarse una síntesis completa y panorámica sobre la mediatización que ha sufrido este arte hasta nuestros días. Hasta lo que ha podido comprobar esta investigación, no existen investigaciones que aporten este enfoque, por multidisciplinario, también complejo y enriquecido, en el ámbito concreto de las artes escénicas. Gracias a la construcción de este cuerpo teórico —como segundo objetivo específico—, la investigación pretende dar respuesta a las siguientes cuestiones: 1) integrar y describir en un único trabajo, cuáles han constituido en el siglo XX las principales relaciones estéticas entre la ópera y los medios audiovisuales, y si en ellas ya puede advertirse claramente la adopción de una lógica televisual o cinematográfica; 2) comprobar si en el siglo XXI la ópera, tras quedar influenciada por la convergencia digital y manifestar un problema de actualidad y públicos, explora realmente nuevas estrategias mediáticas que le permitan abrirse a la sociedad; 3) identificar cómo lo hace y la naturaleza de los posibles obstáculos en el proceso de adaptación mediática y, por lo tanto, de comunicación con nuevos públicos; y 4) identificar si en ese intento, le ayudaría conocer e integrar mejor las lógicas mediáticas, y, por lo tanto, los lenguajes y los públicos propios de los medios convencionales y actuales.

3. Comprobar si en la práctica se pueden identificar tendencias mediáticas televisuales o cinematográficas, y apuntar medidas concretas que ayuden a la ópera a mejorar la apreciación de su oferta audiovisual

Como se ha expresado en el estado de la cuestión, las teorías de ambos siglos, al no estar fundadas con una deliberada intención mediática, consiguen apuntar problemáticas generales derivadas del arte en las pantallas. Sin embargo, la mayoría no aportan soluciones concretas sobre cómo la ópera puede mostrarse más atractiva en su ejercicio audiovisual. Esta apreciación ha motivado a la autora a aplicar metodologías que actúen en un nivel más concreto de análisis estrictamente audiovisual, que el que actualmente presenta el marco teórico del tema. Así, para corroborar si las teorías sobre la ópera y los medios se corresponden con la realidad audiovisual del arte, este trabajo ha estimado oportuno llevar a cabo un análisis de contenidos a través del cual poder extraer algunas medidas concretas que ayuden a la ópera a entender mejor su realidad audiovisual. Para identificar si el arte, de una manera eficaz, está poniendo en práctica las lógicas mediáticas audiovisuales —cinematográfica y televisual—, ha sido necesario llevar a cabo un estudio de 31 obras. Se les ha aplicado un análisis basado en las principales características que presentan cada una de las lógicas, ya descritas en este capítulo. A partir del estudio se podrá comprobar

estadísticamente si la ópera se aprovecha de las potencialidades de los medios, y se podrán marcar tendencias de futuro que ayuden al arte a expandir sus horizontes fuera de los escenarios.

En definitiva, a través de una propuesta de estudio mediático aplicable a la ópera, se desea arrojar un poco de luz sobre los procesos de actualización audiovisual de la ópera. Se desea, asimismo, apuntar modalidades mediáticas de futuro que orienten a la ópera a repensar sus relaciones con los medios para poder dialogar con nuevas audiencias.

1.5.2. Metodología aplicada a la investigación.

No puede concluirse este sub-apartado de los objetivos, sin exponer cuáles constituyen las principales metodologías que se han aplicado al objeto de estudio y que han permitido responder a la hipótesis principal de la investigación.

En primer lugar, debe destacarse el enfoque cualitativo que han aportado las distintas metodologías empleadas. La mayor parte de ellas están basadas en el análisis de obras, así como en el análisis de contenido: revisión bibliográfica y hemerográfica, entrevistas personales, prueba estadística, análisis de contenido y estudio de casos.

Para construir la parte en esencia más teórica del trabajo, correspondiente al cuerpo teórico de esta investigación (apartado 1.6 y capítulos 2 y 3), se ha llevado a cabo una vasta revisión bibliográfica, caracterizada por la pluralidad de enfoques y disciplinas necesarias para justificar el objeto de estudio perseguido. La revisión bibliográfica se ha centrado, principalmente, en tres ámbitos teóricos especializados: 1) estudios internacionales sobre la ópera en los distintos medios audiovisuales —bibliografía específica existente sobre el tema—, 2) estudios estéticos exclusivos de la ópera, así como del cine, de la televisión, del vídeo y de internet, y 3) estudios propios de la teoría la comunicación de masas y estudios sociológicos relacionados directa o indirectamente con los medios. Para fundamentar otras cuestiones que, de forma secundaria, han ido apareciendo al hilo de la premisa principal, puntualmente se ha tenido que ampliar dicha revisión bibliográfica a otros campos de estudio relacionados de un modo más general con el análisis. A tal efecto se ha consultado una notable cantidad de referencias bibliográficas procedente de ámbitos como el Márquetin en las artes escénicas, estudios sobre Teatro, Estudios Culturales, Economía, estudios clásicos de Dramaturgia, Filosofía, Literatura, Musicología y Educación, entre otros.

En estos capítulos del trabajo, también han cobrado especial relevancia otras metodologías que, en un segundo término, se han aplicado en determinados procesos de la escritura. Así, se ha llevado a cabo un seguimiento hemerográfico de las publicaciones en la prensa internacional que, del periodo transcurrido desde enero de 2010 hasta diciembre de 2013, se han generado sobre la ópera en los distintos medios de comunicación. Asimismo, se han llevado a cabo 5 entrevistas personales a profesionales del sector artístico que pudiesen aportar una visión estratégica sobre el objeto de estudio, entre las que se destacan cargos como los responsables de los departamentos audiovisuales del Teatro Real y el Gran Teatre del Liceu, miembros de organismos como *Opera Europa*, o gerentes de compañías de ópera nacionales como AGAO o ABAO. Finalmente, para la construcción del discurso teórico destinado a la ópera en internet, se ha aplicado un pequeño análisis de contenido sobre la cantidad de información audiovisual que ofrecen las páginas web oficiales de los 15 principales teatros de referencia internacional, impulsores del arte actual.

Para poder llevar a cabo la parte más práctica de la investigación expresada en el capítulo 4, y resolver con ello el objetivo nº 3, se ha recurrido a la aplicación de una metodología igualmente múltiple, compuesta por un análisis de contenidos de ópera, así como por la aplicación de una prueba estadística cuantitativa. Ambas se han llevado a cabo sobre una misma muestra compuesta por 31 versiones de un único título de ópera, *Don Giovanni* de W. A. Mozart. Como bien se justificará a lo largo del capítulo 4, se ha escogido esta obra por constituir una de las piezas musicales más prolífica en términos audiovisuales. Asimismo, se ha seleccionado el medio del vídeo como caso de análisis práctico, ante la imposibilidad formal de comprobar en una sola investigación todas y cada una de las relaciones de la ópera con los medios convencionales y actuales, expresadas en el marco teórico —comprobación cuya dimensión exigiría un proyecto de investigación colectivo—.

Por un lado, el análisis de contenido es un tipo de estudio constituido por un método de investigación que permite realizar una inferencia interpretativa replicable a partir de un texto (Früh, 2007, p. 119). Se ha escogido ese método porque es apto para analizar cualquier realidad social y cultural, gracias a que permite pasar de las características de un texto teórico a las de su contexto de interpretación (Merten, 1995, p. 59). Cuando lo que se analizan son textos singulares, como sucede en este caso con las óperas en vídeo, el análisis de contenido cualitativo tiene ventajas sobre el cuantitativo (Meyer, 2011, pp. 142-143). El estudio se ha ordenado según las categorías temáticas que, como se ha tratado en este capítulo, responden a las distintas características definitorias de lo televisual, por un lado, y

de lo cinematográfico por otro, y que permitirán, en última instancia, comprobar si la ópera está adquiriendo alguna de estas lógicas en sus productos audiovisuales.

Por otro lado, el uso de ese sistema de categorías ha permitido manejar el texto audiovisual de las 31 versiones de *Don Giovanni* y desmenuzarlo en unidades de análisis más sencillas y provechosas para esta investigación (Mayring, 2000, pp. 469-471). Esta categorización ha posibilitado, del mismo modo, introducir en el estudio un análisis cuantitativo de los datos, integrando los resultados cualitativos y cuantitativos para enriquecer y fortalecer las conclusiones de esta investigación. Debe añadirse que la perspectiva cuantitativa llevada a cabo a partir de una prueba estadística, hace que esta investigación aporte un enfoque atípico en disciplinas teóricas de naturaleza más especulativa, como las Artes Escénicas, la Musicología o los Estudios Culturales. Se considera un valor significativo a tener en cuenta en la orientación de futuros estudios metodológicos sobre el tema. Finalmente, la investigación ha sido completada por un estudio de caso comparativo de dos óperas filmadas: con los mismos criterios categóricos empleados en el análisis de contenido, se ha llevado a cabo un análisis comparativo de las dos películas más notorias de *Don Giovanni* que se han producido para el medio cinematográfico. La primera en el siglo XX —1979— y la segunda en el siglo XXI —2010—.

1.6. La naturaleza audiovisual de la ópera

Como ya se ha expresado en el estado de la cuestión, los efectos de la mediación audiovisual a la que se ha sometido la ópera durante más de cien años de existencia, constituye un campo de estudio que en las últimas décadas ha generado amplia literatura en las disciplinas de la Música, la Estética, o la Sociología (Citron, 2000, p. 3), pero que precisa de una mayor presencia en el ámbito propio y específico de las Ciencias de la Comunicación.

La mayor parte de las teorías que conforman el marco teórico de este trabajo, advierten que la hibridación de la ópera y los medios audiovisuales es posible debido a que comparten principios comunes que constituyen su razón de ser artística. Asimismo, se identifica otra tipología de semejanzas que guardan relación con la organización que adoptan en calidad de industrias culturales dirigidas a un público (Tambling, 1987; Ishagpour, 1995; Fawkes, 2000; Citron, 2000; Schroeder, 2002).

La naturaleza audiovisual de la ópera constituye así una premisa teórica en la que se han basado todos los autores que componen el marco conceptual de esta investigación. Dicha naturaleza también es una idea que asume este trabajo como punto de partida. Aunque aquí no se pretende ahondar en la fundamentación conceptual de dicha premisa teórica —ya que este ejercicio constituiría una materia de estudio en sí misma—, para entender en toda su complejidad el objeto de análisis que este proyecto acometerá en los próximos capítulos, se considera necesario antes responder al objetivo específico 1, expresado en la página 55. De forma sintética se fundamentarán, a continuación, las principales notas esenciales comunes entre el hecho operístico y el audiovisual. La mayor parte de estas posturas académicas se basan en análisis estéticos de productos operísticos audiovisuales del siglo XX y, por ello, deben interpretarse en el contexto previo al cambio global generado por la era digital.

En términos generales, puede decirse que en sus modos de representación, el cine, la televisión y el vídeo se han considerado medios de expresión, tradicionalmente más cercanos al realismo si se les compara con el artificio formal propio del arte de la ópera (Green, 1880; Fisher, 1949, pp. 204-206; Balázs, 1970, pp. 31-32; Pleasants, 1989, p. 45; Kennicott, 2005). Sin embargo, los estudios mediáticos y estéticos recurren a la génesis de estas expresiones artísticas para afirmar que, gracias al trabajo mecánico y humano, la ópera y la creación audiovisual involucran de forma similar al espectador en el mundo de las emociones y despiertan en él la capacidad de conectar con sus propias experiencias

personales (Bordwell & Thompson, 1993, p. 3; Ishaghpour, 1995, pp. 20, 21, 43; Adorno, 2006, pp. 25-40). Del mismo modo, ambas disciplinas consiguen recrear el arte gracias al desarrollo de estructuras de producción complejas, organizadas de acuerdo a lógicas de negocio fuertemente determinadas por las regulaciones territoriales, las múltiples inversiones económicas y los avances tecnológicos (Baumol & Bowen, 1966, pp. 3-11; Snowman, 2009, pp. 467- 531).

Así, la breve descripción de todos estos principios comunes entre la ópera y los medios audiovisuales, se presentará ordenada de acuerdo a las categorías de creación, producción y consumo de las artes. En relación a la creación artística se expondrán el principio definitorio común de *artes*, así como los elementos constituyentes esenciales reconocidos en ambas disciplinas. En relación a la producción, se plantearán las coincidencias organizativas de estas artes en tanto que industrias culturales que también han creado su propio sistema de producción de estrellas capaz de generar multitudes de fans. Finalmente se tratarán los públicos destinatarios de las artes y la función social que tradicionalmente les ha sido asignada.

1.6.1. Similitudes encontradas en la creación artística

En primer lugar, las múltiples teorías relacionales entre la ópera y los medios audiovisuales parten de la consideración del objeto de estudio dentro del ámbito artístico³⁵ (Mordden, 1985, p. 15; Bordwell & Thompson, 1993, pp. XV; Strohm, 1997, p. vi; Parker, 1998, p. xi; Batta, 2005, p. 873; Adorno, 2006, pp. 25-40). Aunque ambas disciplinas no coinciden en su génesis y responden a lógicas independientes, el discurso audiovisual del cine y ciertos contenidos de la televisión y el vídeo, así como el lenguaje de la ópera, se consideran artes cuyas obras resultantes pueden deleitar, producir choques emocionales y experiencias humanas afines a otras artes como la pintura, la escultura, el teatro o la danza (Auden, 1951, p. 6; Tatarkiewicz, 1996, p. 67; Rodríguez Mateos, 2007, p. 462).³⁶

³⁵ Los principales especialistas de la ópera, el cine y la televisión, han destinado parte de sus trabajos a defender la naturaleza artística de estos medios de expresión. Dicha naturaleza hoy no resulta un hecho novedoso: ya a partir de los años 90 del pasado siglo el *New Grove Dictionary of Opera* designó al género musical el término de *nuevo arte*, como también lo harían contemporáneos del cine al describirlo bajo la denominación de *séptimo arte* (Sadie, 1980, p. 545; Bordwell & Thompson, 1993, p. xv; Chion, 2002; Batta, 2005, p. 873).

³⁶ Todos los medios artísticos reflejan un área de la experiencia humana. Estas áreas a veces se solapan pero nunca coinciden, porque si coincidiesen exactamente uno de ellos se consideraría innecesario (Auden, 1951, pp. 6-10). Así, algunos autores defienden cómo antes de poder adaptar un medio artístico a otro medio de

1.6.1.1. *Gesamtkunstwerk*.

Pero el concepto del arte aplicado a la ópera y al discurso audiovisual, según las teorías, trasciende a las propias obras: ambos constituyen dos medios de expresión en los que intervienen un conjunto de esfuerzos artísticos coordinados en armonía para transmitir una síntesis artística superior (Faure, 1963, p. 71; Smith, 1993, pp. 21-61; Bordwell & Thompson, 1993, p. xv; Hutcheon, 2006, p. 802). En ambos entran en juego sonidos, música, danza, imagen, color y movimiento, conseguidos gracias a oficios puestos en escena con el fin de recrear el anhelo del universo narrativo (Ishaghpour, 1995, pp. 27-31; Radigales, 2009, pp. 197- 215). Se trata así de dos artes superiores producidas gracias a la síntesis de otras artes independientes, en las que se requiere el esfuerzo conjunto de pintores, maquilladores, productores, directores de escena, músicos, libretistas, guionistas, actores y cantantes, entre otros agentes intervinientes. Todos ellos colaboran para conseguir crear productos artísticos unificados y coherentes, conseguidos gracias a una cierta supeditación de todas estas disciplinas a la historia narrada (Bordwell & Thompson, 1993, p. XV; Adorno, 2006, pp. 25-40).

En sintonía con esta idea general, los autores que han tratado la relación directa entre ambos discursos artísticos añaden que, en su aportación a la síntesis artística, las artes independientes que colaboran en la ópera y en la narración audiovisual, adquieren una nueva significación. En el contexto de un estudio multidisciplinar, todas ellas cobran un sentido superior en sinergia con otras artes, que aquél que pueden transmitir cada una de ellas por separado (Sadie, 1980, p. 545; Smith, 1993, pp. 21-61; Hutcheon, 2006, pp. 802- 810).

Este tipo de afirmaciones quedan inspiradas en el concepto *Gesamtkunstwerk* —obra de arte total— que Richard Wagner redefinió durante más de 20 años en sus escritos *La Obra de Arte del Futuro* (1850) y *Ópera y Drama* (1851) (Paulin et al., 2000, pp. 58-79).³⁷ Al referirse a la arquitectura, la pintura, la escultura, el sonido, la danza y la poesía que colaboran en la creación lírico dramática, el compositor advierte que ni siquiera una sola capacidad ampliamente desarrollada de estas artes individuales permanece si no es al servicio de la obra de arte integral (Wagner, 2007, p. 149):

expresión, hay que explorar cuáles son sus propios principios constituyentes y el contexto social en el que se desarrolla (Sadie, 1980, p. 545).

³⁷ El propio Wagner, desde sus escritos de 1851 hasta 1880, fue redefiniendo la idea de obra de arte total, traducción que recibe el término alemán *Gesamtkunstwerk*. Así, el mismo autor evolucionó su postura inicial: de la aparente igual colaboración entre la música y la poesía en sus escritos de 1851, a la defensa, en 1879, de la función de la música (sobre todo la orquestal, no tanto la vocal) como transformadora de la ópera que existía entonces en un auténtico *drama musical*. Diversos autores como Jean-Jacques Nattiez (1993) se han dedicado a analizar partes de estas metamorfosis a lo largo de la vida y obra del compositor (Ishaghpour, 1995, pp. 15-39).

La obra de arte del futuro es una obra común y solo puede surgir de una demanda común. Esa demanda, que hasta ahora solo la hemos presentado teóricamente como necesariamente propia de la esencia de las modalidades artísticas individuales, no es prácticamente pensable más que en la asociación de todos los artistas, y la unión de todos ellos en un espacio y una época, y con una finalidad determinada, es lo que constituye esa asociación. Esa finalidad determinada es el drama, en el que todos se unen a fin de desplegar, participando en él, sus modalidades artísticas particulares hasta la plenitud suma de su esencia [...] (2007, p. 156).

Al hilo de los escritos de Wagner, numerosos autores contemporáneos tanto de la ópera como del cine y el vídeo, han hecho hincapié en la forma en la que dichas artes deberían coexistir en la escena o en la pantalla (Phillips, 2008, p. 5; Macpherson, 2012, pp. 49-60). Las teorías más recientes, incluso, han utilizado el concepto del filósofo Friedrich Nietzsche denominado *Übergesamtkunstwerk* —una traducción aproximada sería *más allá de la obra de arte total*— para intentar definir los actuales contenidos audiovisuales que muestran la obra más allá de la narración escénica, gracias a la incorporación de imágenes del *backstage* o del exterior del teatro, de entre los distintos elementos que hoy ofrecen una perspectiva y una experiencia más integral del espectáculo (Steichen, 2012, p. 446). Así, en su aplicación práctica se entiende el concepto de *Gesamtkunstwerk*, no tanto como una *integración* de distintas artes en una forma holística que da lugar a la ópera o al cine, sino como una búsqueda de la naturaleza de las artes mediante la *complementación* y *juxtaposición* de sus propiedades diferenciales —*multimediatas*— trabajando unidas dentro y fuera de la narración (Cook, 1998, p. 121; Phillips, 2008, pp. 4-7; Macpherson, 2012, pp. 50). Los oficios artísticos, a través de la complementación de sus diferencias, conseguirían entonces engendrar el núcleo de la obra total, la *acción dramática* (Wagner, 2007, p. 157).

1.6.1.2. Raíz dramática y estructura narrativa.

Esta afirmación nos introduce en otra de las características que de igual modo presentan el discurso audiovisual y el operístico: su razón de ser temporal basada en la acción narrada (Kerman, 1988, pp. 1-17; Joe & Theresa, 2002, p. 1; Lavandier, 2003, p. 17). En concreto, los teóricos coinciden en reconocer que en estos ejercicios artísticos, dicha narración además ha de constar no solo de una naturaleza narrativa, sino también de aquella dramática propia de las artes escénicas (Joe & Theresa, 2002, p. 1; Radigales, 2009, pp. 197-215).

Dado que el drama tiene su origen en la acción temporal en sí misma (Wagner, 2007, p.

157), esta dramaturgia que les da base se entiende como la representación de una acción humana en todos aquellos medios donde dicha actuación es vista y oída, tales como el teatro, el cine o la televisión (Lavandier, 2003, p. 17). Por lo tanto, uno de los sentidos que en este contexto adquiere el término de dramaturgia, es el de un arte representativo basado en la temporalidad de una narración y, como tal, no puede confundirse con otras artes como la literatura o la pintura (Aristóteles, 1974, pp. 18-19; Kerman, 1988, pp. 1-17).

De acuerdo con esta idea se comprende que las teorías relacionales hayan reconocido una composición operística y audiovisual basada en dos principios comunes, la articulación temporal y la instancia narrativa. Como se verá a continuación, aunque hoy no cabe duda de que tales componentes se encuentran en el origen de las propias artes, sí se ha cuestionado la posibilidad de establecer uniones prácticas entre sus discursos, ya que cada medio, en su ejercicio práctico, intenta responder a las peculiaridades de sus propios lenguajes (Kennicott, 2005).

En relación al primero de los principios, la articulación temporal de la obra ha sido analizada no solo desde una perspectiva estética o literaria, sino también desde un entendimiento de la duración del espectáculo (Bordwell, Staiger & Thompson, 1985, pp. 42-49; Alier, 2008, pp. 15-36; Vincent, 2012, pp. 71-90). Ante la posibilidad de hibridar las artes, la dispar y prolongada duración que presentan las óperas frente al discurso audiovisual propio de una película, se considera un factor altamente condicionante en el proceso de la mediación audiovisual (Lack, 1999, pp. 317-318; Radigales, 2005, p. 60). Ciertamente, tiende a reconocerse que las adaptaciones cinematográficas de una ópera no pueden concebirse de forma exitosa si no se sincronizan los tiempos de ambos medios de expresión, fenómeno que exigiría una modificación de la partitura original (Balázs, 1978, p. 234; Dahlhaus, 2003, pp. 107-113).³⁸ Algunos autores, no obstante, han recurrido a las

³⁸ En la dialéctica teórica en torno a la adecuación temporal entre el género lírico y el discurso audiovisual, frente a posturas que abogan por la recuperación de las extensiones originales de las obras (Williams, 2010, p. 174), se ha defendido la posibilidad de acortar ciertos pasajes musicales para intentar ajustar sus duraciones finales. Así, en la adaptación cinematográfica de una ópera puede producirse perfectamente una reducción de la música siempre y cuando se mantenga la esencia de la obra y no se alteren sus componentes narrativos (Balázs, 1978, p. 232). En los últimos años, la tendencia en ambas artes parece ser la modificación de sus duraciones para adecuarse a los nuevos tiempos de lectura en el espectador (Nieto, 2010). Así, en el cine, las películas tienen una menor duración temporal porque el tiempo de lectura de los nuevos públicos es más rápido. Con el mismo fin se suprimen en determinadas producciones operísticas de la actualidad las repeticiones de ciertos pasajes vocales y musicales, tales como la re-exposición de las arias o la repetición de letra en las *cabalette*. Igualmente, en esta línea se ha instaurado la tendencia de optar por la versión corta de los finales de conjunto en aquellas piezas que ofrecen varias formas de interpretación. Debe advertirse, no obstante, que estas tendencias en la ópera conviven con una contraria corriente purista, que se ha manifestado en muchos países europeos, y que persigue potenciar replanteamientos artísticos a partir de los textos originales de las obras, originariamente mucho más extensos que las versiones que se han instaurado en los teatros. Para ampliar información de esta tendencia, se recomienda consultar la obra de Bernard Williams, *Sobre la ópera*, publicada por la editorial Alianza en 2010.

ideas de Walter Benjamin (2005) para intentar justificar la hibridación de estos discursos al margen del componente temporal, ya que el arte representado en vivo muere más lentamente que aquél arte reproducido mecánicamente propio de los medios audiovisuales y, por lo tanto, podrían ajustarse los tiempos narrativos de ambas artes a partir de elementos como la música o el montaje, respetando la esencia de la obra original (Benjamin, 2005, pp. 105-126; Balázs, 1978, pp. 234). Si la ópera necesita más tiempo para ser reconstruida en la pantalla de un cine o de una televisión, una duración del producto audiovisual más dilatada no debería limitar o condicionar la óptima apreciación mediática del arte.

De acuerdo con el segundo de los principios comunes, las teorías que hablan sobre la instancia narrativa fundamentan que la mayor parte de los productos ofrecidos por la ópera, el cine, la televisión y el vídeo, presentan construcciones clásicas en los relatos (Guthrie, 1948, pp. 18-21; Bordwell, Staiger & Thompson, 1985, pp. 24-41; Kerman, 1988, pp. 1-17; Parker, 1998, p. xi).³⁹ La estructura narrativa se entiende como una cadena de acontecimientos con relación causa-efecto que transcurren en el tiempo y en el espacio, y que pueden llevarse a cabo a partir de diferentes elementos de la obra como los diálogos, las acciones escenificadas o la música (Bordwell & Thompson, 1993, p. 65; Abbate, 1996, pp. 3-30).⁴⁰ Esta estructura responde a la necesidad cognitiva que presentan los públicos de buscar orden y significación en la historia. A bien de satisfacerla, la instancia narrativa clásica debe resolver las tensiones planteadas con el fin de facilitar la comprensión del relato y superar las expectativas creadas en el espectador (Bordwell & Thompson, 1993, pp. 41-42; Wagner, 2007, p. 156). Asimismo, según el tipo de apreciación que presentan estos espectáculos, la estructura narrativa de los productos mediáticos y operísticos, responde, además de a la necesidad humana de transmitir historias, a la actitud contemplativa que adquieren los públicos en el propio espacio de representación de la historia: la sala de cine o los teatros (Burch, 1987, p. 49; Dahlhaus, 1988, pp. 6-7).

Según los teóricos de cada una de las artes, en el discurso audiovisual, la forma narrativa se compone a partir de la relación entre las partes de la película. En esta relación se incluyen todos aquellos componentes estilísticos que conforman el resultado visual y sonoro, tales

³⁹ Por encima de la intención estilística, musical o técnica, en las composiciones operísticas y cinematográficas existe siempre una inquietud narrativa basada en un principio, un desarrollo y un desenlace, que justifica su razón de ser (Guthrie, 1948, pp. 18-21).

⁴⁰ Una narración, así, puede coincidir con el término *historia*. Por lo general una narración comienza con una situación, se producen una serie de cambios con un esquema de causa-efecto y finalmente se provoca una situación nueva que genera el final de la narración (Bordwell & Thompson, 1993, p. 65).

como el montaje, la duración de los planos o la relación entre las distintas escenas (Bordwell & Thompson, 1993, pp. 42- 43). Por otro lado, la ópera se considera en sí misma una forma músico-dramática, en la que se articulan diferentes secciones escénicas y en la que entran en juego ciertas convenciones narrativas y estilísticas propias de la música y del teatro (Leibowitz, 1957, p. 43; Abbate, 1996; Lack, 1999, p. 317). A pesar que existen numerosas excepciones no narrativas, puede concluirse que en la historia de ambas artes siempre se han priorizado las formas lineales del relato clásico, conseguidas gracias a la interrelación de los diferentes sistemas de elementos dispuestos para crear una experiencia narrativa en los públicos (Gurthrie, 1948, pp. 18-21; Bordwell & Thompson, 1993, pp. 54-55).

Debido a todos estos principios coincidentes, los autores centrados en la relación entre el arte audiovisual y el operístico, han afirmado que de forma lógica, la ópera y el discurso audiovisual basan sus creaciones en una similar temporalidad narrativa compuesta por la relación de sus elementos constituyentes. Dicha articulación narrativa constituye uno de los factores que se han considerado más capaces de facilitar la hibridación de sus temáticas argumentales (Hutcheon, 2006 pp. 172-206).

1.6.1.3. Elementos constituyentes.

El segundo factor que se ha considerado común en la creación operística y audiovisual es la manera en que ambas artes dan forma al contenido de sus obras. Los estudios coinciden en afirmar que el discurso audiovisual y la ópera son creados, en un nivel básico de representación, gracias a la combinación de tres elementos constituyentes: el texto, la música y la puesta en escena (Balázs, 1978, pp. 210-223; Sadie, 1992, p. I; Donington, 1990, p. 9; Radigales, 1999, p. 15; Lipovetsky & Serroy, 2009, p. 318). Según los autores, con estos tres elementos, la ópera y el discurso audiovisual parecen responder a la necesidad que presenta toda expresión artística de manifestarse a partir de una forma y un contenido que, en última instancia, generen una relación con el espectador (Kahler, 1969, pp. 9-19; Bordwell & Thompson, 1993, p. 41).⁴¹

Sobre la ópera, las descripciones más contemporáneas incorporan, junto al hecho musical,

⁴¹ La dicotomía entre el contenido y la forma de las artes ha constituido un tema de reflexión recurrente en la disciplina de la historia del arte. Desde autores clásicos como Aristóteles, Virgilio o Dante, hasta los teóricos más contemporáneos, han manifestado sus preocupaciones filosóficas al respecto. En el siglo XX esta disputa teórica se considera superada. El contenido y la forma no son sino dos aspectos de una misma creación artística. Así, el *qué* en la ópera, determina el *cómo* en la obra audiovisual adaptada (Kahler, 1969, pp. 9-19).

el libreto y la puesta en escena como principales factores compositivos del arte musical (Sadie, 1992, p. I; Donington, 1990, pp. 3- 13). Por su parte, en las teorías del cine, el lenguaje del medio es descrito gracias a la dramaturgia expresada en términos como el guión, la escenografía, la música y el montaje (Balázs, 1978, pp. 210-233; Bordwell, Staiger & Thompson, 1985, pp. 1-70; Bordwell & Thompson, 1993). Ciertamente, en la definición más etimológica del discurso audiovisual, la música no constituye una condición *sine qua non* para su creación. Sin embargo, los principales autores del arte cinematográfico defienden su importancia como elemento constituyente y determinante de la banda de sonido, así como constructora del sentido emocional de cualquier obra llamada a presentar plenas características audiovisuales (Schroeder, 2002, pp. 57-70; Reay, 2004; Cohen, 2005, pp. 15-36). Según los teóricos de ambas artes, es precisamente el elemento musical el que posibilita que la ficción del cine, de la televisión y del vídeo, logre estar más cerca de la ópera que del teatro, ya que imita de esta la capacidad de apelar directamente a las emociones humanas, como lo hace la ópera a través del canto (Ishagpour, 1995, pp. 24- 28; Cohen, 2001, pp. 249-272).

Para la mayoría de los autores, estos tres elementos constituyentes hablan de la inseparable unión entre el contenido y la forma en las artes temporales: el texto y la música a través de la puesta en escena, materializan el tratamiento de la historia y constituyen la plástica estética del producto narrativo final (Bordwell & Thompson, 1993, pp. 64, 145; Savage, 1998, p. 357; Scemama & Roussel, 2007, pp. 108-109). Las analogías entre estos tres elementos han dado lugar a una abundante bibliografía propia de disciplinas estéticas y artísticas, que resulta imposible recoger de manera exhaustiva en esta investigación. Así, de forma introductoria, en el presente apartado se tratarán de apuntar aquellas similitudes más representativas que fundamentan el objeto de estudio.

1.6.1.3.1. Componente textual.

El primer elemento formal que comparten la ópera y el arte audiovisual es su composición narrativa a partir de un texto escrito: el contenido de sus argumentos se materializa en un libreto y en un guion literario (Graf, 1973, p. 21; Donington, 1990, p. 9; Radigales, 1999, p. 15; Dalhaus, 2003, pp. 85-91). Las comparaciones entre la articulación narrativa que ofrece el cine a través de los guiones, y la articulación propia de los libretos de ópera, han dado lugar a diversas investigaciones (Auden, 1951, pp. 6-10; Leibowitz, 1957, p. 391; Rosmarin, 1999; Grover-Friedlander, 2005). En ellas tiende a reconocerse que, a pesar de que el cine y

la ópera constituyen géneros esencialmente dramáticos, no debe asumirse a priori que sus mecanismos literarios están llamados a adaptarse de forma natural (Grover-Friedlander, 2005, p. 2).⁴² Se entiende así, cómo la escritura del teatro, del cine, de la ópera y de la televisión, responden a lógicas propias e independientes que quedan determinadas por factores como las técnicas de composición, la adaptación al lenguaje que ofrecen sus medios o la finalidad artística de las propias artes, entre otros elementos (Van der Lek, 1991, pp.6-10; Gorlèe, 1997, pp. 235-238).⁴³

Ante la posibilidad de solapar sus mecanismos y sus estructuras narrativas, en las teorías también se admite una mayor dificultad de adaptación de un guion audiovisual al arte musical, no sucediendo lo mismo en el proceso inverso (Fisher, 1949, pp. 204-206). Bien es cierto que existen excepcionales casos de óperas cuyos argumentos se han basado en películas cinematográficas preexistentes (Carmena, 2013).⁴⁴ Sin embargo, debido a la cantidad de productos que ha generado la historia de la ópera en sus 400 años de existencia, el arte audiovisual parece haber encontrado más fácilmente mecanismos para simplificar el lenguaje músico-dramático y nutrirse de la amplia cantidad de material operístico como fuente de inspiración (Bourre, 1987, pp. 15, 16; Schroeder, 2002, pp. 321-340, Wlaschin, 2004, pp. vii; De España, 2011). Se demuestra que las influencias argumentales entre un arte y otro han sido constantes y recurrentes a lo largo del pasado siglo.

La mayor parte de los principios comunes sobre el componente textual encontrados en la literatura, hacen referencia a dos conceptos: a) la temática argumental y b) la articulación narrativa (Robinson, 1986, pp. 1-3; Lavandier, 2003, pp. 33-35).

⁴² El cine de ficción es considerado un género dramático con plena independencia. A su vez la ópera constituye un subgénero dramático derivado del teatro (Sadie, 1980, pp. 545- 618; Ishaghpour, 1995).

⁴³ En el cine, a bien de comprender la instancia mínima narrativa, no se considera necesario ningún elemento externo al guion literario. La ópera sin embargo es capaz de provocar un impacto y una inmediatez emocional gracias a la inseparable unión musical y verbal (Rosmarin, 1999, p. 8). Por lo tanto, según los teóricos, resulta incompatible concebir el libreto sin la música para el que ha sido compuesta (Sadie, 1980, pp. 545-618; Donington, 1990, p.10).

⁴⁴ Se apuntan algunos de los escasos ejemplos de óperas inspiradas en guiones cinematográficos, como la versión operística titulada *La Mosca*, que Howard Shore realizó de la película de David Cronenberg con el mismo nombre en 2008, o la adaptación que Emir Kusturica llevó a cabo en 2007 de su película *El tiempo de gitanos*. En 2013 se finaliza la versión operística de *Brokeback Mountain*, obra compuesta por Charles Wuorinen con la colaboración del Teatro Real de Madrid. El estreno mundial desde este teatro está previsto el 28 de enero de 2014 (Carmena, 2013).

a) Temática argumental

En primer lugar, ambas artes heredan los argumentos de otras artes anteriores como la novela o el teatro (Fisher, 1949, pp. 204-206; Oliver, 1992, pp. 37-38; Dalhaus, 2003, pp. 136-146).⁴⁵ Asimismo, se reconoce cómo el cine y la ópera también se han inspirado en las fuentes mitológicas, las tradiciones, el exotismo y el folklore propio de cada época y cultura (Donington, 1990, pp. 23-24).⁴⁶ Gracias a su difusión a través de diferentes medios de expresión artística, muchos de estos argumentos originales, de carácter universal, no solo han trascendido al paso del tiempo, sino que han llegado a constituir referencias culturales en un contexto global (Radigales, 2009, pp. 197-215).⁴⁷

Otras similitudes entre el componente textual de los medios audiovisuales y de la ópera, las constituyen el origen poco sistematizado que han mostrado ambas disciplinas en el inicial desarrollo de los libretos y de los guiones, así como el carácter y el tratamiento de sus principales temáticas argumentales. En relación a estas ideas, hoy se reconoce cómo los guiones de cine de la primera mitad del siglo XX, así como los primeros libretos de ópera del siglo XVII carecían de suficientes mecanismos de articulación dramática (Burch, 1987, pp. 21-57; Donington, 1988, p. 281).⁴⁸ En la medida paulatina en que ambas artes fueron construyendo sus propios modos de representación institucional, se manifestó en ellas el surgimiento de una doble tendencia en el tratamiento de los temas: tanto la ópera como los medios audiovisuales sintieron un dual gusto por argumentos artificiosos y melodramáticos, así como por temáticas más verosímiles y cercanas a sus realidades

⁴⁵ Desde su origen en el siglo XVII, los contenidos de la ópera se basaron generalmente en la poesía lírica, el teatro y la música preexistente con antecedentes medievales e inspiración en el drama griego. La tradición ha llegado hasta la época actual. Hoy muchas de las óperas contemporáneas se basan en novelas del siglo XX y en éxitos de la narrativa contemporánea, como la ópera estrenada en 1973 *Muerte en Venecia* del compositor Benjamin Britten y el libretista Myfawny Piper, basada en la novela homónima de Thomas Mann, o la ópera titulada *Un tranvía llamado Deseo*, de André Previn, compuesta en 1995, basada en la obra de teatro homónima de Tennessee Williams (Batta, 2005, p. 889). Por su parte, la temática del cine, desde los comienzos del siglo XX, proviene de la ficción dramática, la novela, el arte pictórico y la fotografía (Fisher, 1949, pp. 204-206).

⁴⁶ En sus primeros años, el cine plasmó los temas de moda en la sociedad, como el exotismo inspirado en el descubrimiento de nuevos mundos propio de la Europa colonizadora (Bazin, 2006, pp. 41- 51). La ópera mostro desde sus inicios el deseo de satisfacer los gustos de sus públicos, reflejando en sus argumentos teatrales las tendencias culturales de cada época y sociedad (Sadie, 1980, p. 545; Donington, 1990, pp. 9- 29).

⁴⁷ Algunas óperas han conseguido otorgar fama mundial a relatos preexistentes. Se citan como ejemplos la obra de Pierre Loti titulada *Madame Crisantemo* datada de 1887, que dio origen a versiones teatrales como la de David Belasco, hasta llegar a la ópera *Madame Butterfly* de Giacomo Puccini en 1898, así como *Escenas de la vida de Bohemia* de Henry Murger, estrenada en 1849 que daría lugar a *La Bohème*, obra del mismo compositor.

⁴⁸ Las primeras películas se basaban en la representación de la realidad urbana y se centaban en el tratamiento de la imagen. Era necesario verlas más de una vez debido a la ausencia de contenido (Burch, 1987, pp. 21- 39). La ópera, por el contrario, siempre se ha encontrado más cerca del mito, de la irrealidad y del simbolismo que la esencia realista del medio cinematográfico. Así, a través de personajes arquetípicos y tramas sencillas, las primeras óperas eran capaces de transmitir valores universales (Donington, 1988, p. 281).

sociales (Mordden, 1985, pp. 263-264; Burch, 1987, pp. 21-39).⁴⁹ En esta línea, también se ha reconocido que el nacimiento del cine a principios del siglo XX marcó una especial pulsión hacia el tratamiento naturalista en la ópera grandilocuente que por entonces estaba de moda en Europa, dando lugar a argumentos realistas, también en el género musical, que intentaban promover el interés y la conciencia social: de aquella época se destacan el exotismo de las ambientaciones, el surgimiento de la corriente *verista*, o la construcción de personajes antihéroes, entre otros elementos (Mordden, 1985, p. 254; Radigales, 2009, pp. 197-215).⁵⁰ De este modo ambas artes, desde el inicio de sus relaciones, han combinado argumentos efectistas y simples con aquellos más orientados a la verosimilitud y el realismo (Burch, 1987, pp. 63-65). La bibliografía consultada no ahonda en el análisis de las temáticas comunes que, de una forma concreta, han tratado durante el siglo XX ambos medios de expresión, aunque se reconoce en las artes cierta recurrencia a los temas relacionados con la maldición, la fatalidad, la lucha del bien contra el mal, el hombre contra su destino o la evolución psicológica de los protagonistas, entre otros ejemplos (Bourre, 1987, pp. 49-50; Citron, 2000, p. 17; Schroeder, 2002, p. 37).

b) Articulación narrativa

Como ya se ha avanzado, el tratamiento textual de ambas artes coincide en un segundo elemento principal: el mecanismo interno que presentan para hacer avanzar las tramas (Auden, 1951, p. 8-10; Kerman, 1988, pp. 1-17; Ellis, 2002, pp. 62-76). La literatura defiende que la reconstrucción narrativa de una ópera en el cine es posible gracias a una común articulación de la historia a partir de conflictos y resoluciones (Auden, 1951, pp. 6-10; Lavandier, 1997, pp. 45-63; Mckee, 2002, pp. 49-167; Nieto, 2010).⁵¹ Ciertamente,

⁴⁹ Superada la primera etapa de experimentación del cine, la mayoría de los temas tendían al melodrama. Por otro lado, en sus primeros años de vida, este medio de expresión enseguida manifestó una doble tendencia temática: se desarrolló un cine objetivo y representativo de la realidad y un cine melodramático y fantasioso que perseguía el mundo de lo absoluto (Burch, 1987, pp. 41-93). Lo mismo sucedió con la ópera. En el género musical, el melodrama era ejercitado por compositores como Charles Gounod o Jules Massenet. Y como le sucedió al cine, también en Europa se manifestaron dos tendencias compositivas del género musical: el Postromanticismo y el Neoclasicismo (Mordden, 1985).

⁵⁰ Tanto el cine como la ópera se nutrían del exotismo que despertaba en los espectadores los nuevos mundos y las conquistas de tierras por descubrir, en un contexto en el que los temas coloniales adquirieron presencia social. Se advertía en las artes, la formación de una mitología en torno a las regiones conquistadas y cómo el espíritu occidental recogía e interpretaba una civilización lejana (Bazin, 2006, pp. 41-47). En este mismo periodo histórico, las óperas que se estaban componiendo, también trataban de reflejar el realismo social. Muchas composiciones de esta época se ambientaron en mundos exóticos, tratando en concreto las temáticas coloniales y las mezclas entre las culturas (Radigales, 2009, pp. 197-215).

⁵¹ Autores como W. H. Auden (1951) defienden que todo drama está basado en los malentendidos. Por eso funcionan los actos: el primero es en el que se establece el malentendido, y el segundo en el que se produce su resolución. Por lo tanto para muchos escritores y dramaturgos, los conflictos, entendidos en el sentido de

desde el punto de vista narrativo, la ópera y el cine presentan sus particulares reglas internas y responden a sus propias convenciones dramáticas. En la práctica formal de ambas artes, dicho juego de tensiones y reposos que presentan, adquiere matices propios y exclusivos de cada lenguaje específico, tales como la variación en cada una de ellas de la cantidad de conflictos planteados, o la rapidez y el modo en que estos se resuelven (Leibowitz, 1957, p. 391). En esta línea se ha defendido que, a diferencia de la ópera, los medios audiovisuales presentan un mayor número de conflictos narrativos y tratan su desarrollo de forma más progresiva que el género musical (Auden, 1951, pp. 6-10).⁵² Asimismo, algunos autores han tratado el concepto del canto como elemento diferencial que contribuye a matizar la articulación narrativa de la ópera. A través del canto se construye una narración más hiperrealista que acepta mayores saltos en la trama. Dichos saltos ayudan a plantear el discurso de acuerdo a los pasajes virtuosos en los que no interesa avanzar en la acción dramática pero sí concentrar la atención en la interpretación musical (Auden, 1951, 6-10; Sadie, 1980, pp. 545-590; Tomlinson, 2001).

Este modo de articular el discurso narrativo en la ópera, modifica la relación entre las distintas partes en las que se divide la obra, pero no afecta a la macro estructura narrativa de la misma. Al hilo de esta idea, debe concluirse que la consecución de la narrativa propuesta por cada una de las artes, queda determinada por elementos como la interpretación en directo de la ópera, el ritmo interno de la historia o la dirección escénica. Sin embargo, las teorías reconocen que estos elementos son propios del ejercicio formal que se pone en práctica en la interpretación artística de las disciplinas escénicas, y que no afectan a la estructura narrativa que prevalece en ellas como un elemento constituyente compartido (Huchteon, 2006, pp. 802- 810).

malentendidos, constituyen el motor de las historias (McKee, 2002, pp. 49-167; Nieto, 2010). La idea de sintetizar el entendimiento de las tramas a un juego binario de tensiones y reposos se ha asociado tradicionalmente a las equivalencias aristotélicas de la mimesis y de la catarsis en la obra *Poética* (Aristóteles, 1974).

⁵² En el cine, el reconocimiento del espectador es simultáneo al propio proceso de la acción y, por ello, la resolución de las acciones dramáticas es más lenta. En contraposición a esta idea, la ópera no puede aguantar la tensión generada por la música y resuelve más rápidamente. Sin embargo, la propia acción lírica en sí misma, fuertemente determinada por su lenguaje musical, es mucho más lenta. Los autores argumentan que, gracias a estas propiedades que presentan cada uno de los lenguajes, la idea de la no-graduación de las acciones dramáticas en el género musical quedaría compensada de forma natural en términos narrativos: aunque en la ópera se salte, es decir, se resuelva rápidamente, cuando se articula la progresión de los conflictos, se produce de forma más lenta que en el cine (Auden, 1951, pp. 6-10).

1.6.1.3.2. *Componente musical.*

El segundo elemento constituyente que comparten la ópera y los medios audiovisuales es el sonido y la música (Kerman, 1988, p. 17; Donington, 1990, pp. 9-12; Radigales, 1999, p.15; Burns & Thompson, 2008, pp. 11-25). No solo en la lírica, sino también en la ficción audiovisual, la música se considera un elemento estructural que determina la composición de la obra final (Rio & Rostain, 1982, pp. 73-78; Donnelly, 2005, pp. 1-7). Hoy ya no se cuestiona la inseparable imbricación entre el libreto y la música en las composiciones de ópera, pero tampoco la determinante función dramática que esta ejerce en los productos audiovisuales (Gorbman, 1987, p.11; Van der Lek, 1991, pp. 7-8; Reay, 2004, pp. 30-45).⁵³

En sinergia con elementos como el diálogo de los personajes y el canto de los divos, la música conforma y articula la banda sonora de la obra de arte, cumpliendo funciones expresivas, narrativas, estructurales y estilísticas, entre otras (Hannah, 1940, pp. 146-164; Cohen, 2013, pp. 173- 201; Fredman, 2003, pp. 7-18; Román, 2008, pp. 111-237).

En la relación entre ambas disciplinas, el componente musical ha sido analizado desde múltiples perspectivas teóricas. Por ejemplo, se han planteado similitudes entre el cine y la ópera en relación al uso de técnicas compositivas tales como el *Leitmotiv*. Este término constituye una práctica lírica que la música del cine —*Filmscoring*— y la televisión, han heredado de la concepción operística wagneriana (Paulin et al., 2000, pp. 58-84; London, 2000, pp. 85-98; Schroeder, 2002, pp. 73-84; Adorno & Eisler, 2007, p. 16-17; Buhler, 2010, pp. 27-45; Franklin, 2011, p. 93).⁵⁴ El *Leitmotiv* es una técnica compositiva consistente en desarrollar una célula musical investida de un significado narrativo particular, con el que es representada de forma simbólica cada vez que aparece en el discurso (Kennedy & Bourne, 1996; Adorno & Eisler, 2007, pp. 16-17). Su función principal es la de sugerir la evolución del drama y de los personajes, a partir del recuerdo emocional. Gracias a esta herramienta, la composición de música para el cine del siglo XX ha podido establecer

⁵³ Tradicionalmente, las corrientes teóricas propias de la Historia del Arte y de la Estética, han considerado la música un elemento expresivo determinante en la percepción de las películas (Abel & Atman, 2001, pp. 233-240). Desde los inicios del cine mudo, en la oscuridad de la sala, la música resulta una herramienta vital en la propuesta de trasladar al espectador de la rutina a la fantasía (Lack, 1999, p. 20). Durante el siglo XX la disciplina académica de la música aplicada en el cine y en los medios audiovisuales, ha generado una abundante y consolidada bibliografía que el lector puede consultar si necesita ampliar información al respecto.

⁵⁴ Desde sus orígenes la práctica de composición de música para las películas, se inspiró en la idea wagneriana del motivo conductor. El término *Leitmotiv*, acuñado en 1865 por A.W Ambros y sintetizado por el autor Hans Von Wolzogen a finales del siglo XIX en referencia a la obra del compositor, normalmente consiste en un motivo melódico, repetido y reconocible en cualquiera de sus transformaciones, que se asocia a elementos como los personajes, las tramas, los acontecimientos narrativos o las emociones tratadas, para conferirle un sentido simbólico y semiótico más completo a la obra (Rümenapp, 1997, pp. 120-133; Alcalde, 2007, p. 5).

simbolismos semióticos no solo con la imagen, sino también con el sonido, consiguiendo una concepción unitaria de la obra.

Otras perspectivas de análisis musical se han centrado en la categorización de las tipologías musicales dentro de la ópera, del cine, de la televisión y del vídeo, en relación a la creación del universo diegético (Van der Lek, 1991, p. 27; Burns & Thompson, 2008, pp. 11-25; Deaville, 2011, pp. 7-34). Al constituir la ópera un género musical en sí mismo, muchos de estos análisis recogen la tendencia que ha existido en el siglo XX de utilizar pasajes operísticos pre-existentes para ambientar escenas audiovisuales (Weiner, 2002, p. 75; Radigales, 2005, pp. 64- 67; Citron, 2010, p. 173).

De entre todas las perspectivas de análisis musical que se han llevado a cabo en el estudio de las relaciones entre estas artes, aquella que atiende a un enfoque formal se considera especialmente relevante (Leibowitz, 1957, p. 43; Satgé & Lavelli, 1979, pp. 91-92). En términos generales, la música es entendida como un elemento transformador del discurso artístico. Así, se piensa que tanto en la ópera como en el cine, la televisión y el vídeo, la música constituye un elemento estructural del que dependen aspectos como la duración temporal, el estilo y la carga emocional del producto final (Balázs, 1978, p. 233; Bordwell & Thompson, 1993, p. 247). En este sentido, incluso, algunas teorías han descrito paralelismos entre la función rítmica que ejercen sobre una película elementos no estrictamente musicales como el montaje cinematográfico, con aquella función rítmica estructural propia e intrínseca de la música de una ópera (Citron, 2000, p. 12). En atención a la cadencia temporal que presenta el ejercicio de sus lenguajes, los estudios también han defendido paralelismos en relación a la capacidad estructuradora de algunos elementos compartidos en las artes como la planificación, el montaje, la intensidad musical, la armonía o los matices expresivos, entre otros (Citron, 2005, pp. 204-206). Según la mirada de algunos realizadores cinematográficos, por ejemplo, existen claras analogías entre el lenguaje de la música y el del cine: las dinámicas en la música pueden ejercer la misma función de índice que los planos en movimiento empleados en el cine, tales como los *travellings* o *zooms* de la cámara. Asimismo, según la práctica de directores como Jean-Pierre Ponnelle, el concepto de verticalidad armónica en la música se relaciona con el color y la variedad del ajuste focal en el lenguaje audiovisual, indicando asociaciones entre el uso armónico y la posibilidad de ordenar los planos según criterios de tamaño y de ángulo (Citron, 2005, pp. 204- 206). También el ritmo musical guardaría relación con la fragmentación por corte de los planos en el montaje. Así, como sucede con la música, la planificación cinematográfica puede ejercer funciones de apoyo, dialéctica o contrapunto

de la historia narrada (Citron, 2005, pp. 204- 206).

Finalmente, desde el punto de vista formal, deben citarse también las similitudes encontradas entre las distintas partes que marca la música en una ópera, y la estructura clásica de una narración audiovisual.⁵⁵ En este sentido, se han advertido semejanzas entre las oberturas musicales y los títulos de crédito cinematográficos (Varon, 2012, pp. 92-113). También tienden a relacionarse las arias de ópera con algunas escenas de cine psicológicas, en las que se aplican técnicas de subjetivación audiovisual, tales como los monólogos interiores o los flashbacks sonoros. Todas estas intervenciones adquieren una función reflexiva en la historia: en todas ellas se detiene la acción dramática para que el personaje o el cantante expongan un sentimiento o un pensamiento capaz de emocionar o provocar una actitud reflexiva en el espectador (Citron, 2005, p. 230). Del mismo modo se han relacionado los *intermezzi* con las escenas de transición en el discurso audiovisual (Schroeder, 2002, pp. 85-96; Citron, 2005, pp. 203-240). Todas estas comparaciones no solo contemplan una función estructural desde el punto de vista formal, sino que hacen referencia a la finalidad narrativa que persigue la obra en su relación con los destinatarios finales. Por ejemplo, a las oberturas y a los títulos de crédito tanto en la ópera como en la ficción audiovisual, se les presupone una similar función de situación de contexto en el género, el estilo y las expectativas dramáticas que la obra debería satisfacer a fin de ser comprendida por los públicos destinatarios (Radigales, 2009, pp. 197-215; Varon, 2012, pp. 92-113).

Por todo lo hasta aquí descrito, puede advertirse que más allá de planteamientos estéticos —como también ocurre con el componente textual—, los estudios sobre la relación entre la ópera y los medios audiovisuales priorizan las funciones narrativa y estructural de la música como modeladoras de las artes (Oliver 1992, p. 34).

1.6.1.3.3. *Puesta en escena.*

El tercer elemento constituyente que comparten la ópera y el arte audiovisual es la puesta en escena. Se considera un elemento fundamental ya que determina la concepción formal y estética de aquellas obras que se articulan en el tiempo (Viale Ferrero, 2002, pp. 2-9;

⁵⁵ A pesar de que la ópera consta de una estructura macro-fragmentada compuesta normalmente por elementos como los conjuntos, las arias, los recitativos, los *intermezzi* y los ballets, y el cine se basa en una micro-fragmentación provocada por el montaje de los planos, el ser humano tiende a unificar esas partes gracias a la actividad de la contemplación, mediante la cual percibe el conjunto y le confiere un significado unitario (Bordwell & Thomposon, 1993, p. 42).

Scemama & Roussel, 2007, p. 56).⁵⁶ Constituye así una de las disciplinas de las que más dependen el teatro, la ópera y los medios audiovisuales, al tratarse de espectáculos propios de la representación inclinados hacia el melodrama y la comedia de las formas (Small, 1918, p. 44; Foss, 1923, p. 86; Fisher, 1949, pp. 204-206).⁵⁷ Por lo tanto, se trata de una disciplina altamente influyente en el proceso de remediación artística.

La puesta en escena constituye el punto de unión entre el contenido narrativo y la forma específica que adquiere la obra, mediante la disposición de elementos como el decorado, el vestuario, el maquillaje, la iluminación, la expresión y el movimiento de los actores, etc. (Satge & Lavelli, 1979, pp. 91-93; Bordwell & Thompson, 1993, pp. 145-178; Scemama & Roussel, 2007, pp. 98-114). En este proceso, cobra especial importancia la figura del director en tanto que creador del sentido de la composición final (Savage, 1998, p. 362).⁵⁸

A lo largo del siglo XX, la puesta en escena también ha constituido una de las disciplinas más sujeta a pulsiones contradictorias cuando se ha intentado unir la ópera con los medios audiovisuales (Balázs, 1978, p. 231). Por un lado, el ejercicio escénico aplica sus propias prácticas, que son independientes y propias, pero que al mismo tiempo son naturalmente concebidas para actuar al servicio de otras artes (Savage, 1998, pp. 355, 357). Por lo tanto poseen una elevada capacidad de adaptación a distintos lenguajes expresivos (Oliver, 1992, p. 33). Así, su fácil transmutación de un medio a otro convierte a la escenografía en una de las disciplinas más permeable y flexible a los cambios económicos, estéticos y tecnológicos que han parecido determinar el éxito de las hibridaciones operísticas y audiovisuales del pasado siglo (Vincent, 2012, pp. 72-75).

Por otro lado, la escenografía también ha heredado las tradiciones sociales propias de las artes clásicas europeas como el ballet, la ópera y el teatro (Martel, 2011, p. 435), a las cuales ha quedado fuertemente adscrita (Viale Ferrero, 2002, pp. 40-48). Dichas convenciones

⁵⁶ De todos los nuevos añadidos que se le confieren a la acepción *ópera* en el *New Grove Dictionary of Music*, uno de los más significativos es el de la *puesta en escena* como elemento definitorio y determinante del arte. Sin esta, los estudios operísticos quedarían incompletos ya que no se tendría en cuenta la totalidad de la composición artística (Aubrey & Garlington, 1982, pp. 238-244). Asimismo, la puesta en escena es considerada el elemento constitutivo cinematográfico del cual, en última instancia, más se acuerda el espectador (Bordwell & Thompson, 1993, p. 145).

⁵⁷ A principios del siglo XX aparecieron los primeros estudios que consideraban la puesta en escena no un oficio, sino una disciplina artística independiente. Se reconocía su subordinación al servicio de la música en las óperas y los ballets, pero con la misma importancia que esta en la totalidad de la obra. Con ello, se confería a este nuevo arte una significación simbólica y una justificación narrativa (Scemama & Roussel, 2007, pp. 98-99).

⁵⁸ Para algunos teóricos del cine, la puesta en escena es la organización voluntaria de los elementos físicos ubicados ante el objetivo de la cámara que se transmutan en signos inscritos en la pantalla o en la banda sonora. En este proceso, el director no puede renunciar a la producción de sentido, ya que cada imagen es la expresión de un punto de vista subjetivo (Balázs, 1970, pp. 31-32).

han impedido en muchas ocasiones romper una postura anquilosada en la práctica del oficio escénico y conseguir que la evolución de la propia disciplina se haya producido de forma simultánea a las transformaciones estilísticas que han ido demandando la ópera y los medios, entre otras cuestiones, por los cambios estéticos de los distintos periodos históricos y los avances tecnológicos (Savage, 1998, pp. 363, 379, 390; Viale Ferrero, 2002, pp. 48-101).

En relación con esta idea, en los años 40 se planteó que la ópera no tendría futuro como medio artístico por utilizar una escenografía rígida y alejada del naturalismo que entonces ofrecía el medio del cine (Sabaneev & Pring, 1940, pp. 9-11; Balazs, 1978, p. 231).⁵⁹ Asimismo, con la aparición de las primeras filmaciones realizadas desde los teatros, se cuestionó el papel de esta disciplina en la conservación, en ellas, del aura de la obra original: en este caso la representación operística en vivo y en directo. Con la llegada de estas primeras grabaciones, la escenografía considerada apta para el espectáculo operístico se mostraba ahora antinatural y poco permeable a las necesidades del nuevo medio (Balazs, 1972, pp. 231-232; Oliver, 1992, pp. 37). Frente a los que defendían que la puesta en escena debía permanecer fiel a la teatralidad de la ópera (Lindberg, 2013, pp. 300-317), algunos teóricos consideraron que la pérdida del directo en la representación filmada, quedaba suplida por el vencimiento del tiempo y del espacio que entonces ofrecía una puesta en escena más propia del medio cinematográfico. Asimismo, las grabaciones de las óperas magnificaban la imagen de los cantantes, alimentando con ello nuevas famas engrandecidas y atemporales. De todas estas formas la magia y el efecto de la primera representación, para muchos, conseguía ser traspasada a su derivado audiovisual (Sabaneev & Pring, 1940, pp. 9-11).

Asimismo y de un modo inverso, diversas teorías han cuestionado la estética esencialmente naturalista del cine. Según ellas, una vez perdida la inocencia y el realismo de sus primeros años, nada ha impedido al séptimo arte destacar el artificio de la imagen en su lenguaje (Burch, 1987; Bazin, 2006; Berfelder et al. 2007, pp. 11-21). Con la posibilidad que ofrece el discurso audiovisual de alejarse del realismo estético que le ha caracterizado, podrían entonces crearse producciones teatrales y operísticas con los lenguajes propios del medio cinematográfico (Guthrie, 1948, pp. 18-21; Ishaghpour, 1995, pp. 69-70, 96).

⁵⁹ A mediados del siglo XX, muchos autores creían que a causa de la rigidez de su puesta en escena, la ópera no sobreviviría a la modernidad. La idea de la creación en una única y presencial ubicación teatral no tenía nada que ver con la fotografía múltiple y orgánica del cine. Tampoco eran comparables los colores, la profundidad y los relieves de las formas recreadas (Baláz, 1978, pp. 231). Sin embargo el medio cinematográfico, al abolir los obstáculos del tiempo y del espacio, se mostraba un arte más propicio para experimentar en las nuevas creaciones (Sabaneev & Spring, 1940, pp. 9-11).

De forma paulatina, la aparición de la televisión y, posteriormente, del vídeo, han movido a la escenografía operística a llevar a cabo importantes renovaciones estilísticas, con el fin de mostrarse menos estereotipada y cada vez más cercana al naturalismo y al simbolismo que promueve el lenguaje de los *massmedia* (Scemama & Roussel, 2007, p. 42).⁶⁰ Sin embargo, en atención a la evolución estética que estos han ido presentando durante el siglo XX, tales renovaciones no se han producido con la celeridad esperada. Tampoco han contado con una amplia aceptación dentro de la industria operística (Radigales, 2005, p. 60; Bové, 2011).⁶¹ Diversos factores han contribuido a frenar la natural adaptación escénica de la ópera a los medios audiovisuales: por un lado, se reconoce que los procesos de filmación han dependido fuertemente de una tradicional representación del arte dentro de los límites espacio-temporales del teatro (Tambling, 1987; Ishagpour, 1995; Vincent, 2012, p. 83).⁶² Por otro lado, se han detectado inconvenientes relacionados con los propios procesos de filmación de las óperas, como pueden constituir la lentitud de ciertos pasajes musicales, la rigidez interpretativa de los artistas, o la grabación del canto, entre otros elementos (Donington, 1988, p. 281; Atkinson, 2006, pp. 95-108; Heyer, 2008, pp. 591- 604; Morris, 2010, pp. 96- 119; Bové, 2011).⁶³

Solo en la medida en que la ópera ha ido incorporando una mayor lógica mediática en sus sistemas de producción, la puesta en escena ha logrado modificar ligeramente una

⁶⁰ Las primeras transformaciones escénicas en los teatros para adaptarse a los medios audiovisuales, se produjeron con el surgimiento de la ópera en televisión. El maquillaje y el decorado del set se volvían más naturales para conseguir el realismo exigido por el nuevo medio en las producciones de directores como Giancarlo Menotti, Benjamin Britten o Peter Sellars, entre otros (Barnes, 2003).

⁶¹ Como se tratará a lo largo de este escrito, la tendencia actual de la industria de la ópera es marcar una línea audiovisual no intervencionista en las grabaciones de las obras, con el fin de mantenerse fiel a la reproducción de la representación teatral, considerada esta el principal motor económico del arte. Este hecho implica no modificar aspectos propios de la escenografía en su natural proceso de adaptación al nuevo lenguaje audiovisual que interviene, de modo que se podría frenar, con ello, la evolución artística de la disciplina (D'Agostino, 2010).

⁶² En el siglo XX las filmaciones de ópera se han inscrito dentro de la tradición de los teatros de ópera. Este hecho significa que muchas veces el entorno físico se ha mostrado dentro de la propia representación: el uso de planos de la orquesta o del director, ha ayudado a crear esta dimensión de mito y ha reforzado una estilización *no natural* del hecho filmado. Separan al espectador de la narración y le acercan al *pathos* musical (Ishagpour, 1995).

⁶³ Se citan como ejemplos algunas de las preocupaciones escénicas encontradas en la literatura, en relación al proceso de adaptación de las óperas a los medios audiovisuales: el estatismo de la escenografía tradicional operística generada por la composición en un único cuadro teatral; la ausencia de libertad interpretativa y de movimientos de los actores al quedar condicionados por la música; la rigidez facial que exige la mirada a la cámara; la lentitud narrativa de ciertos pasajes musicales como las oberturas y los *intermezzi*, la excesiva duración de las óperas, o la falta de preparación tecnológica de los teatros. Todos ellos se han reconocido como factores altamente determinantes en la consecución de una fidedigna recreación operística y al mismo tiempo con legítimas propiedades audiovisuales (Tambling, 1987; Citron, 1994; Scemama & Roussel, 2007, p. 60). De todos ellos, la problemática en torno a la filmación del canto es el factor que ha generado mayor especulación estética (Atkinson, 2006, pp. 95-108; Esse, 2010, pp. 81- 95).

perspectiva en exceso teatral heredada del siglo XIX (D'Agostino, 2012, p. 155; Radigales, 2012, pp. 126-127).⁶⁴ En lugar de pensarse como un elemento estético independiente, en los últimos años se ha cuestionado cómo la dirección de escena operística, mediante la inspiración en otras artes —como, en este caso, el audiovisual—, y mediante la aplicación de nuevas técnicas, podría propiciar una auténtica renovación musical (Satge & Lavelli, 1979, pp. 91-92). En este sentido, a pesar de que la puesta en escena se considera pionera en el terreno de la innovación, los estudios consideran que un mayor acercamiento de la disciplina a los lenguajes audiovisuales podría posibilitar que la música se mostrase más actual. De esta forma podría renovarse la visión en exceso historicista de las convenciones del arte y mostrarse más familiar a ojos de los nuevos públicos mediáticos (Lacasa & Villanueva, 2012, pp. 413- 418).

1.6.2. Producción artística

Como ya se ha apuntado al inicio de este apartado, los estudios sobre la naturaleza audiovisual de la ópera se han centrado también en la semejanza que plantean los sistemas de producción del género musical, por un lado, y de la creación audiovisual por el otro (Volbach, 1967, pp. 7-9; Alexander, 2003; Peterson & Anand, 2004). La producción artística de ambos espectáculos se ha estudiado desde perspectivas multidisciplinares, tales como la económica, la sociológica o la tecnológica (Martorella, 1977, pp. 354-366; Hansmann, 1981, pp. 341-361; Preece, 2011, pp. 103-120). En línea con las nuevas miradas que ofrece la teoría de los medios, se considera muy relevante que el estudio de los sistemas de producción, poco a poco, también vaya incorporándose en teorías de la Comunicación o de la Musicología.

Desde que surgiera la denominada *economía de las artes* en los años 70, numerosos estudios han intentado definir y analizar la producción de estas industrias culturales en relación al tipo de consumo que presentan (Baumol & Bowen, 1966; Gapinski, 1986, pp. 20-25; Throsby, 1994, pp. 1-2). Así, la ópera y la creación audiovisual responden con su creación a un consumo cultural entendido como un proceso que conduce tanto a la satisfacción

⁶⁴ El cambio escénico en las organizaciones productoras de ópera y en los teatros, ha llegado cuando en los procesos de producción de la obra se han incorporado equipos de grabación multi-cámara para vender la representación a las televisiones, ser retransmitida en directo a otros países o comercializar la versión en DVD. Los principales teatros del mundo hoy cuentan con departamentos audiovisuales completos y equipados con los últimos avances tecnológicos, capaces de ofrecer simultáneamente la retransmisión en calidad HD, el plano máster en las pantallas de los asientos del teatro, y grabar planos recurso gracias a las cámaras móviles robotizadas (D'Agostino, 2010).

instantánea como a la acumulación de conocimientos y experiencias que afectan a su gratificación futura (Throsby, 1994, p. 3, Wing Chang & Goldthorpe, 2005, pp. 193-212). No obstante, de acuerdo con el concepto de mediatización, dado que la tipología de consumo modifica los sistemas de producción de los bienes culturales, los estudios más recientes parten de la distinción apriorística entre los espectáculos presenciales colectivos propios del cine y de la ópera, de aquel consumo individual y doméstico que presentan la televisión y el vídeo (Ellis, 2002, pp. 160-171; Cameron, 1988, pp. 73-80; Morley & Silverstone, 1990, pp. 150-153; Rodríguez Mateos, 2007, p. 642; Lipovetsky & Serroy, 2009, pp. 277, 314; Martel, 2011, pp. 438-439). Las principales ideas que argumentan la similitud entre ambas producciones artísticas se expondrán a continuación ordenadas de acuerdo a las categorías *sistemas de producción* y *Star System*.

1.6.2.1. Sistemas de Producción.

Los sistemas de producción de estas industrias culturales constituyen procesos organizados de trabajo, capaces de generar espectáculos colectivos de grandes dimensiones en los que entran en juego, como se ha visto, una notable cantidad de disciplinas artísticas divididas por equipos en función del tiempo y del espacio en el que actúan: antes, durante o después del espectáculo; dentro o fuera del campo visual de representación (Radigales, 2005, pp. 59-84; Martel, 2011, pp. 415-443; Havens & Lotz, 2012). Asimismo, se considera que la ópera y la creación audiovisual comparten la mayor parte de las fases y los factores que definen hoy los sistemas de producción estándar de las industrias creativas globales (Peterson, 1990, pp. 91-116; Peterson & Anand, 2004, pp. 314-318).

El primer factor común de la tradicional y actual organización de la producción de estas artes, lo constituye el uso de la tecnología (Culshaw, 1969; Perkins, 1976, pp. 47-69; Théberge, 1997; Phillips, 2006, pp. ; Havens & Lotz, 2012, pp. 47-64; Pérez, 2012, pp. 7-8). Desde el punto de vista artístico, todas las artes que colaboran en la producción de una ópera y de una película, quedan fuertemente influenciadas por los cambios tecnológicos, ya que de ellos depende la disposición de los recursos y de los equipos de trabajo (Bordwell, Staiger & Thompson, 1985, pp. 243-261; Schevers et al., 2007, pp. 437-462; Paradiso, 1999, pp. 130-149; Berini, 2011). Asimismo, en ambas industrias la dependencia tecnológica no solo se entiende como la digitalización de los procesos de producción, o la incorporación de maquinaria de última generación en las artes, sino que este concepto también es interpretado como la disposición técnica que presentan aquellos lenguajes específicos que

entran en juego para recrear el universo narrativo (Balázs, 1978, pp. 38-127; Burch, 1987, pp. 15-39; Bordwell & Thompson, 1993, pp. 3-8; Bazin, 2006, pp. 23-30).⁶⁵ En este sentido, al considerarse artes cuyo grado de improbabilidad de éxito es muy alto, exigen el empleo de toda la riqueza, la ostentación, la maquinaria, las convenciones técnicas y las costumbres para llevarse a cabo (Ishaghpour, 1995). Así, de acuerdo a esta teoría, la tecnificación en la ópera se manifiesta, por ejemplo, a través del canto, de la composición y de la orquestación musical, entre otros elementos (Adorno & Levin, 1990, pp. 62-66). Por su parte, en el discurso audiovisual la tecnología queda patente en gran medida a través del ejercicio de disciplinas como la edición, la iluminación o la dirección escénica (Balázs, 1978, pp. 121-127; Bazin, 2006, pp. 81-100).

El segundo factor industrial que comparten los organismos audiovisuales y operísticos, es la fuerte dependencia que presentan sus sistemas de producción, de las instituciones gubernamentales, de las subvenciones públicas y privadas, así como de la regulación legislativa de cada territorio (Di Maggio, 1991; Peterson & Anand, 2004, pp. 314-318). Mientras en Europa la producción operística y cinematográfica se nutre en mayor medida de ayudas gubernamentales (Bianconi, 1987), las grandes producciones norteamericanas propias de teatros como el Metropolitan Opera House de Nueva York –Met—, así como las *majors* cinematográficas, dependen más directamente del sector privado y de los beneficios de taquilla (Martorella, 1977, p. 358; Staiger, 1988, pp. 311-319; Puttnam & Watson, 1997; Nicolodi, 1998, pp. 165-177; Steichen, 2012, p. 452). Al constituir espectáculos que exigen esfuerzos económicos colectivos, en muchas ocasiones, sus programaciones quedan fuertemente mediadas por la necesidad de amortizar la inversión y satisfacer aquellos gustos más amplios, perdiendo cierta libertad creativa en el proceso (Martorella, 1977, pp. 354-366; Mortier, 2010, pp. 9-32). Asimismo, en los últimos años, las programaciones mediáticas y operísticas deben poder demostrar el beneficio cultural que comporta su actuación en la sociedad (Throsby, 1994, p. 20). Dicho valor cultural y social queda regulado por la ley y de él dependen, con cada vez con mayor frecuencia, las ayudas públicas a la creación artística (Monzoncillo & Villanueva, 2006, pp. 37-38; Ramírez, 2011; Matabosch, 2013).

⁶⁵ En el cine, la técnica se considera un factor determinante que no solo se manifiesta en la maquinaria empleada para su reproducción (Balázs, 1978, pp. 38-127; Bordwell & Thompson, 1993, pp. 3-8; Bazin, 2006, pp. 23-30). Para muchos autores, el dominio de la técnica es necesario para llevar a término los lenguajes específicos propios del montaje, la planificación, la escenografía o los efectos especiales, entre otras disciplinas (Balázs, 1978, pp. 121-127; Bazin, 2006, pp. 81-100). En la ópera no solo es necesario el empleo de toda la maquinaria escénica posible para conseguir recrear el anhelo del universo narrativo (Ishaghpour, 1995; Tomlinson, 2001). Igual que ocurre en el cine, la técnica entendida como lenguaje debe ejercitarse para conseguir expresar a través de la música las pasiones humanas (Adorno & Levin, 1990, pp. 62-66).

Un tercer factor común manifestado en los sistemas de producción de ambas industrias culturales, se produce como resultado de los dos anteriormente descritos (Peterson & Anand, 2004, pp. 315-316). Numerosos autores han analizado el proceso de *institucionalización* —o *dramaturgia institucional*, como se ha denominado al caso concreto del Met— al que se han sometido las industrias artísticas, debido a los cambios tecnológicos y a la evolución de las disposiciones legales, así como de los nuevos mercados (DiMaggio & Powell, 1991; Jones, 2001; Steichen, 2012). Fruto de tales cambios, la reorganización institucional que están gestando las grandes industrias del cine, de la televisión y de la ópera, responde a la necesidad de romper con modelos de negocio agotados y buscar lógicas más cercanas a las estrategias de creación de marcas mediante sinergias con otros mercados (Peterson & Anand, 2004, p. 316).⁶⁶ Así, la ópera, el cine y los nuevos medios, han iniciado un proceso de creación de bienes culturales y servicios compartidos con el fin de reorientar sus negocios (Lacasa & Villanueva, 2011). En sus sistemas productivos, tanto la pequeña como la gran industria del arte y el entretenimiento, incorporan hoy principios de aplicación propios de disciplinas como el márketing en las artes escénicas para poder alcanzar nuevas audiencias (Yorke & Jones, 1984, pp. 90- 99; Colbert & Cuadrado, 2003). Es en este tipo de procesos de convergencia donde la ópera y los medios audiovisuales parecen estar llamados hoy más que nunca a retroalimentarse, provocando el surgimiento de grandes conglomerados industriales lanzados a probar nuevos modelos organizacionales. Asimismo, mediante la integración vertical de otras disciplinas en sus negocios, posibilitan el acceso a nuevos mercados (Turow, 1992; Hesmondhalgh, 2008).⁶⁷ Con todos estos procesos mediáticos y convergentes, no solo se modifican los sistemas de producción interna, tales como la división artística o la organización departamental. También afecta a las fases de la macro estructura industrial, tales como la distribución y la comercialización de las obras (Miège, 2006, pp. 155-166). Esta nueva organización cultural

⁶⁶ Existen varias formas de organización propia de las industrias culturales. Algunas de ellas adquieren formas burocráticas en las que se produce una fuerte jerarquización de los procesos de trabajo. Es el caso de los teatros de ópera, las productoras de cine multinacionales y los grupos mediáticos. Las instituciones más pequeñas, sin embargo, intentan aprovechar el potencial de las grandes empresas burocráticas caracterizadas por el control central, pero flexibilizan la adquisición de servicios creativos a través de contratos a corto plazo (Peterson & Anand, 2004, p. 316). El primer modelo explota mejor los canales de distribución a gran escala (Coser et al., 1982). Las organizaciones pequeñas son mejores en el análisis y la exploración de nuevas modas y tendencias (Crane, 1997). Sus pequeñas estructuras fomentan interacciones informales capaces de permitir la toma rápida de decisiones y la comunicación para facilitar una producción innovadora (Peterson & Berger, 1971).

⁶⁷ Uno de los ejemplos más notables de este tipo de negocios es el Metropolitan Opera House de Nueva York. El desarrollo de esta empresa se describirá y analizará en detalle en el apartado de esta investigación que aborda las relaciones de la ópera y los nuevos medios en el siglo XXI.

iniciada por las grandes industrias cinematográficas, y seguida por muchas de las economías mediáticas y artísticas —en la que también ha quedado inmersa la industria de la ópera a gran escala⁶⁸—, parece tender a redefinir su trabajo en unidades distintivas de negocio, más pequeñas, para simplificar el control y favorecer el liderazgo empresarial (Starkey, 2000; Eisenmann & Bower, 2000; Berini, 2011). Fruto de la convergencia digital, el siglo XXI propone nuevos modelos de negocio industrial en los que se experimentan sistemas de producción cada vez más integrales y orientados a la explotación multiplataforma y *crossmediática* de los productos artísticos.

1.6.2.2. Star System.

En este contexto industrial debe describirse brevemente el negocio paralelo de producción de estrellas que ambas artes también han consolidado durante el siglo XX. El cine y la ópera han construido del mismo modo mundos de referencia principalmente basados en la promoción de sus divos en la pantalla y en el escenario (Tambling, 1987, pp. 1-10; Ishaghpour, 1995, p. 13; Citron, 2000, p. 2). Si bien las iniciativas globales propias del máquetin en las artes han ayudado a sus industrias a aumentar los ingresos (Yorke & Jones, 1984, pp. 90- 99; McLean, 1994; Scheff & Kotler, 1996; Cuadrado, 2003), la creación de un *Star System* propio igualmente les ha posibilitado fidelizar a grandes audiencias y colectivos de seguidores en el ámbito internacional.

Los estudios reconocen que los mundos de referencia creados para consolidar los públicos del arte audiovisual y del operístico, han tendido a retroalimentarse durante más de cien años (Powrie, 2007; Villanueva & Radigales, 2012). Se reconoce hoy en la ópera una clara inspiración en las técnicas promocionales que de sus estrellas lleva a cabo la industria cinematográfica. Parece imitar de esta sus modelos comunicativos, con el fin de generar multitudes de fans. Debido a las nuevas exigencias mediáticas, los divos del siglo XXI tales como Renée Fleming, Anna Netrebko, Angela Gheorghiu, Natalie Dessay, Rolando Villazón, Juan Diego Flórez, Cecilia Bartoli o Roberto Alagna, han construido sus imágenes no solo a partir de su talento vocal, sino condicionados ahora por aspectos como el carisma, la estética o la telegenia (Sánchez, 2008, pp. 36-37). Asimismo, con cada vez mayor

⁶⁸ Como la mayor parte de las economías culturales, en las últimas décadas la industria de la ópera ha tomado como referencia el sector cinematográfico e imita de él algunos de sus sistemas de producción con el fin de alcanzar una mayor sofisticación en detrimento de otros factores que consiguen el equilibrio (Guthrie, 1948, pp. 18-21; Bustamante, 2003; Lipovetsky & Serroy, 2009).

frecuencia quedan condicionados por las opiniones que generan sus seguidores en las comunidades virtuales y las nuevas redes sociales.

De forma paradójica, este mismo fenómeno tuvo lugar de manera inversa a principios del siglo pasado, cuando se establecieron las primeras relaciones entre la ópera y los medios audiovisuales. Algunos estudios demuestran cómo, desde sus orígenes, el cine ha aprovechado de manera intuitiva el atractivo lírico y su cultura aprendida. Más que sus productos en concreto, se ha inspirado en sus símbolos creados, sus anhelos y sus aspiraciones (Tambling, 1987; Powrie, 2007). De entre todos los atractivos líricos, el canto ha constituido uno de los elementos que mayor admiración ha despertado entre los creadores y los públicos de ambas artes (Schroeder, 2002, p. 48).⁶⁹ De este modo, durante la primera mitad del siglo XX, la utilización de divos como reclamo comercial de muchos títulos de cine, se acompañaba con la actuación en directo el mismo día del estreno de los célebres cantantes, que ahora iniciaban carreras estelares en la gran pantalla (Radigales, 2005, p. 63). A lo largo de su historia, el medio audiovisual ha ido aprovechando esta fascinación por el canto para apoyar sus modos de representación en el tejido del *Star System* lírico que le ha generado multitudes de seguidores.

Más adelante, con la estandarización de la televisión y del vídeo, el universo de estrellas lírico ha constituido una fuente intermitente de recursos temáticos, narrativos, artísticos y comerciales, de la que se han nutrido hasta que estos medios han encontrado sus propios modelos de representación institucional y, como la ópera, han mostrado amplia capacidad para crear sus audiencias masivas (Barnes, 2003; Senici, 2012).

Como ya se ha avanzado, en el siglo XXI es la industria de la ópera la que parece volver la mirada al universo de estrellas generado por el cine de Hollywood. Aprende de los medios audiovisuales a acercarse a los mundos afectivos de sus públicos mediante la creación de estrellas globales capaces de mostrarse conectadas y comprometidas con las inquietudes más actuales (Lacasa & Villanueva, 2012, pp. 413- 418). Así, gracias a Internet y las redes

⁶⁹ Los primeros cineastas asociaban el canto al mundo del glamour, la atención pública, la excentricidad y el acceso a la aristocracia. Asimismo, la fascinación de la sociedad por los cantantes encontraba su seno en un oscuro anhelo: muchos divos de entonces —de clase baja que con solo la voz, aparentemente poco trabajo y gran dosis de suerte— habían conseguido encarnar fácilmente algunas de las principales aspiraciones de la clase trabajadora, tales como el dinero y la fama (Schroeder, 2002, p. 48). Atendiendo a razones artísticas, hasta el siglo XX, el canto había constituido el principal elemento operístico capaz de trasladar al espectador a un estado contemplativo desde el cual justificar emocionalmente cualquier irrealidad, hiperrealidad e incluso irracionalidad propuesta en la escena narrada (Bourre, 1987; Dahlhaus, 1988, pp. 6-7; Ishagpour, 1995; Tomlinson, 2001, p. 10). El nuevo espectáculo cinematográfico también necesitaba del público este pacto previo con la irrealidad y, de forma natural, muchas de las primeras producciones utilizaron argumentos y estrellas de ópera para atraer y volver creíble el nuevo medio a ojos de audiencias en esencia operófilas (Tambling, 1987; Fawkes, 2000; Schroeder, 2002; Radigales, 2005).

sociales, los divos están consiguiendo actualizar el mundo de la ópera, no solo transformando su propia imagen —ahora más terrenal—, sino provocando en los públicos identificaciones y asociaciones compartidas, a través de sus vidas, también con el arte (Gordillo, 2008, pp. 9-10). En la actualidad, el *Star System* de ambas industrias parece constituir uno de los principales caminos que han encontrado las artes para conectar, ampliar y fidelizar a las audiencias globales.

1.6.3. Públicos y función social

Como todo arte, la ópera y el cine constituyen realidades abiertas que desean tener públicos (Eco, 1985, pp. 30, 66, 67). La audiencia a la que se deben ambas expresiones, ha constituido uno de los principales objetos de análisis académico del siglo XX (Bordwell & Thompson, 1993, p. 41; Ahlquist, 1997, p. xi; Roselli, 1998, pp. 450-482; Heller, 2007, p. 34; Johnson, Fulcher & Ertman, 2007). Se trata de una condición externa a las propias artes, pero constituye la finalidad última de los espectáculos mediáticos y escénicos: el resultado de sus ejercicios siempre provoca un producto dirigido a un público (Auden, 1951, pp. 6-20; Aumont & Marie, 1990, p.17). Asimismo, las audiencias de la ópera, el cine, la televisión y el vídeo, constituyen un factor condicionante en la constitución misma de sus obras, ya que este demanda y al mismo tiempo modula las variaciones estéticas que sufren las producciones en el proceso de adaptación a cada época y región (Mordden, 1985, p. 275; Jullier, 2002, p. 41; Benzecry, 2011, p. 2).⁷⁰ En este sentido, tradicionalmente el cine ha presentado una menor necesidad de renovarse para responder a las expectativas de sus públicos que la ópera. Desde sus orígenes el género musical, precisamente por la condición formal que presenta el arte, sus elevados costes de producción y su menor alcance social, siempre ha mostrado una constante preocupación por su obsolescencia artística (Steichen, 2012, p. 451).⁷¹

⁷⁰ Todos los teóricos de la ópera y el cine advierten, al intentar definir las artes, la imposibilidad de generalizar al 100% en sus escritos, dado que ambos, el cine y la ópera, dependen del tiempo en el que se producen (Sadie, 1980, p. 545). Gary Tomlinson (2001), por ejemplo, indica que la ópera debe ser pensada como un conjunto de manifestaciones diversas que constituyen rasgos determinantes de todo contexto cultural y que, por lo tanto, su historia puede ser trazada de acuerdo con los diferentes ámbitos suprasensibles que en cada época entiende el oyente (Tomlinson, 2001, pp. 9-20). Así no podría hablarse de ópera sin atender a las peculiaridades espaciales y temporales concretas en cada caso. Asimismo David Bordwell y Kristin Thompson (1993) aseguran que no es posible establecer una definición del arte del cine sin contemplar las particularidades de cada época y la cultura de cada nación en la que se desarrolla (Bordwell y Thompson, 1993, p. 9). Por lo tanto, el cine y la ópera quedan mediados por el entorno sociocultural en el que se llevan a cabo.

⁷¹ Algunas teorías recientes reconocen, en el discurso sobre la actualización del género musical, cómo la ópera desde sus orígenes debe entenderse como un arte descontextualizado. Desde sus inicios en el siglo XVII se

Durante el siglo XX ha existido una disyuntiva todavía no resuelta en relación a la tipología, la clase a la que pertenece y la función social asignada al público de la lírica, en comparación con aquél propio de los medios audiovisuales (Benzecry, 2011, pp. xii-xv).

Sobre la ópera, por un lado, existen numerosos ensayos en torno a la posible democratización de un arte asociado, por tradición decimonónica, a las clases sociales altas, a la burguesía y a la élite política (Tambling, 1987, p. 1; Laenen, 2003, p. 11; Adorno, 2006). Otra de las principales premisas subyacentes sobre los públicos de la ópera es que en ellos debe existir cierta educación cultural previa en el arte o, en su defecto, cierto deseo añadido de aprenderlo (Eco, 1985, pp. 30, 66-67; Smith, 1993, pp. 21-61). Tales posturas han podido influir en el hecho de que la industria operística, en los últimos años, haya manifestado tener un paulatino problema de actualidad y de conexión con audiencias más amplias (Campos, 2008, p. 132). A ojos de los más jóvenes, este gran arte se ha mostrado alejado y sometido a convenciones propias de otro siglo (Roselli, 1998, pp. 450-451; Radigales, 2005, p. 59).

Por otro lado, en relación a los medios audiovisuales, algunos autores coinciden en considerarlos vías de expresión populares destinadas a audiencias masivas (Renckstorf, McQuail & Jankowski, 1996; McQuail, 2000, pp. 28-30). Sin la necesidad de educar en su arte, las industrias de la ficción propias del cine, de la televisión y del vídeo, priorizan la voluntad de gratificar a las audiencias a partir del entretenimiento y del placer contemplativo (Burch, 1987, p.49; Adorno, 1992, pp. 16, 32; Jullier, 2002, p. 44). Por lo tanto, se entiende que a diferencia de la ópera, estos públicos no necesitan conocimientos previos para apreciar el arte audiovisual de una forma integral o completa (Dyer & Vincendeau, 1992, p.1).

Tales afirmaciones se alejan, a priori, de la posibilidad de que el cine y la ópera hayan podido responder a las mismas demandas sociales en su historia y, por ende, hayan podido establecerse uniones entre sus productos artísticos y para estos crearse mercados de consumo (Bourre, 1987, pp.14-15; Weiner, 2002, p.75; Adorno, 2006). Sin embargo, como se ha enunciado en el comienzo de este apartado, durante todo el siglo XX han proliferado miles de hibridaciones entre ambas artes cuyo fin era satisfacer tanto a las audiencias operófilas como a las mediáticas (Wlaschin, 2004, pp. vii). Esta constante búsqueda de un mercado común para ambas industrias culturales ha motivado, en los últimos años, la aparición de posturas teóricas complementarias en torno al consumo de las artes (Benzecry, 2011, pp. xii, xiii). En ellas se pone especial atención al estudio de la génesis de la ópera y

percibió como una solución retroactiva que encontró la cultura a la inherente crisis que sufrió la música, considerada entonces como un arte impuro (Zizek & Dolar, 2002, pp. viii- ix).

del discurso audiovisual, para intentar diferenciar entre las características de las artes en sí mismas y el uso que de estas hacen las sociedades (Jullier, 2002, p. 24; Radigales, 2005, p. 59).

Atendiendo a la naturaleza artística, estas posturas han cuestionado, por ejemplo, que la ópera constituya un espectáculo concebido para minorías elitistas. Desde sus orígenes, para la producción del género musical se ha requerido la colaboración de tantos profesionales, maquinaria y capital, que solo se ha podido justificar con la asistencia de un elevado número de público a la representación (Strohm, 1997; Roselli, 1998, pp. 450-482). Asimismo, como espectáculos de entretenimiento anteriores a la aparición de los medios audiovisuales, los estrenos de las óperas en Europa constituyeron auténticos fenómenos de masas comparables a cualquier *premier* de película hollywoodiense, en cuanto al carácter popular del acontecimiento (Radigales, 2005, p. 59). Con la aparición de los teatros públicos en el siglo XVII y su estandarización en las principales ciudades de Italia, además del *dramma per musica* creado en las cortes, se asentó otro tipo de ópera concebido como un arte popular cuyos espectadores no necesitaban conocimientos músico-teatrales previos para apreciarlo (Roselli, 1998, pp. 450-482). Esta tipología de ópera más comercial y popular todavía continúa vigente a través de fenómenos artísticos que son concebidos para grandes masas ⁷² (Graf, 1973; Snowman, 2009). Hoy la ópera desea recuperar este planteamiento en la relación del género musical con los nuevos públicos: en lugar de ser necesaria una educación previa de las audiencias en el arte, a estas se les debe guiar, mediante el acercamiento mediático de las obras a su mundo, para que puedan entender la ópera como un espectáculo mucho más complejo y enriquecido de lo que presenta únicamente el hecho musical (Mortier, 2010, p. 29).

La existencia de esta dualidad artística, constituida por una ópera de masas y un espectáculo para minorías, también se ha reconocido en la génesis del cine (Burch, 1987, p. 59; Bazin, 2006, pp. 38, 39). De manera opuesta a la ópera, en el arte cinematográfico se manifestó primero la finalidad popular y masiva del medio que surgía ⁷³, para desarrollarse

⁷² Se creó a partir de 1860 hasta 1950, una verdadera ópera popular —la propia de algunos de los compositores más programados de la historia como Donizetti, Rossini o Bellini— a la que asistían carniceros, cocheros, oficinistas, viajantes de comercio o vendedores, en ciudades muy populosas. Dicha ópera conectaba fácilmente con las pasiones humanas y posteriormente daría paso al cine, a la radiodifusión y a la televisión. Se programaban representaciones casi a diario y, en muchas ocasiones, las entradas se regalaban para llenar los aforos de estos populares espectáculos (Roselli, 1998, pp. 450-482). Posteriormente, las aportaciones de compositores como Giacomo Puccini o Ruggero Leoncavallo, precisamente por conectar con el anhelo y las pasiones de un público alejado de toda connotación elitista utilizando la música como vehículo expresivo, han contribuido a reforzar la popularización de este tipo de fenómeno operístico (Radigales, 2009, pp. 197-215).

⁷³ Desde el punto de vista ideológico, en sus inicios, el cine no se concebía como un arte porque no tenía palabras, relieve o actuación en vivo. Era constituido tan solo por una puesta en escena con argumentos

posteriormente un espectáculo más artístico destinado a los círculos burgueses heredados del teatro⁷⁴ (Perkins, 1976, p. 11; Radigales, 2009, pp. 197-215). Ambas corrientes dieron lugar a la dicotomía que ha centrado los estudios del medio durante el pasado siglo: se ha teorizado ampliamente sobre el mercado del *movie* (entretenimiento) frente al *film* (arte) en los que se ha enmarcado el consumo cinematográfico norteamericano y europeo respectivamente (Jullier, 2002, p.41). Asimismo, aunque el cine más comercial, con el fin de ser entendido, no exija un conocimiento previo de los códigos de lectura por parte de los espectadores, la apreciación de toda película siempre responde mínimamente a unas pautas culturales aprendidas, unos criterios históricos, sociales y contextuales en los que se enmarca la apreciación del producto (Perkins, 1976, p. 9; Jullier, 2002, p. 59).

De acuerdo con estas ideas, puede manifestarse una clara distinción entre la naturaleza común que presentan la ópera y los medios audiovisuales como artes de artes narrativas — expresada en los epígrafes anteriores—, de la función social que se les ha asignado a lo largo de la historia (Calhoun, 2007, pp. xxi-xxx). En respuesta a esta última, ambas industrias han creado tanto obras elitistas que deben crearse su público instruido previamente en el arte, como obras comerciales hechas pensadas para audiencias masivas (Bourdieu, 1992, p. 303).

En este contexto se ha retomado en los últimos años la dialéctica en torno a la democratización de la ópera (*Ópera Actual*, 2008, p. 37; Heyer, 2008, pp. 591-604; Benzecry, 2011). Hoy se entiende por democratización el proceso de apertura social hacia públicos más amplios y jóvenes que, como se ha visto, ha iniciado la industria cultural del arte escénico desde finales del siglo XX, y que queda manifestado a partir de las medidas globales relacionadas con el tipo de programación, la educación y la comunicación (Lacasa & Villanueva, 2011, pp. 88-89).⁷⁵ De entre tales iniciativas, ya se ha explicado en el estado

sabidos, donde no cabía la inteligencia. Hasta 1914, el primer cine surgido en Francia, Inglaterra y Estados Unidos, se pensaba como un espectáculo masivo de carácter tan popular que algunos estudiosos lo han denominado *teatro de los pobres* (Burch, 1987, pp. 41-57).

⁷⁴ El intento del primer cine en Francia, Inglaterra y Estados Unidos, fue volverse más atractivo y artístico a ojos de la burguesía. Se comenzó a gestar así un *film d'art* nuevo justificado por las salas de cine permanentes cuya entrada no era popular. Para ellas se creaban temáticas de exploración de los intereses del público minoritario al que iba dirigido (Burch, 1987, pp. 21-57).

⁷⁵ Como ya se ha tratado en la introducción, en los últimos años, de entre las iniciativas que ha desarrollado la ópera para darse a conocer a las nuevas audiencias, destacan las nuevas estrategias de comunicación y promoción global, pero también cuestiones como el cambio de ubicación espacial de las producciones, o el uso de la tecnología o la difusión audiovisual del espectáculo más allá de los escenarios, entre otros elementos (Ramírez, 2011). Estos y otros temas han centrado las preocupaciones de las últimas conferencias internacionales, como las organizadas por Opera Europa en 2011 y 2012 en Londres y Lyon. Consultar: <http://www.opera-europa.org/view.asp?id=1255>. Último acceso: 4 de abril de 2013.

de la cuestión, que la grabación y distribución audiovisual de la ópera se ha defendido como una de las principales vías para conseguir popularizar el arte entre las clases medias (Guthrie 1948: 18-21; Adorno 2006; Alier, 2008). Con la difusión audiovisual de títulos populares propios de las obras de Mozart, Verdi o Puccini, el género musical ha pretendido darse a conocer y conectar con los amplios públicos más mediáticos (Radigales, 2009, pp. 197-215). Al mismo tiempo, el deseo de la ópera hoy es conectar con aquellas audiencias habituadas a destinar su tiempo de ocio al consumo de proyectos artísticos y culturales de forma presencial y, cada vez más y principalmente, a través de los medios de comunicación y de la plataformas integradas de acceso a las artes (Ramírez, 2011; Matabosch, 2009). Estos públicos son los que están llamados a consumir indistintamente productos culturales, como la ópera, que presenten características propiamente mediáticas —cinemáticas o televisuales— capaces de posibilitar identificaciones y emociones compartidas con el arte. En el siglo XXI la ópera y los medios audiovisuales pueden, más que nunca, responder a las demandas compartidas de un público global.

1.6.4. Conclusiones

Con un carácter sintético e introductorio, en estas últimas páginas se ha pretendido argumentar la naturaleza audiovisual de la ópera, una característica que hace posible la unión entre el arte audiovisual y el género musical. Aunque la mayor parte de los autores del marco teórico parten de esta característica y la dan por supuesta, no se han encontrado estudios al uso destinados a justificar y definir en profundidad esta nota considerada esencial en el arte escénico. El fenómeno puede justificarse, en parte, porque tal estudio debería partir de la complejidad formal que presentan ambas artes al estar constituidas por la síntesis y colaboración de otras artes independientes (Smith, 1993, pp. 21-61; Bordwell & Thompson, 1993, p. xv). Como se ha intentado reconstruir aquí, dicho análisis requeriría de enfoques tan amplios y multidisciplinarios que constituye, a nuestro juicio, un objeto de estudio académico en sí mismo que podría dar lugar a investigaciones sobre el tema en concreto. Este apartado ha constituido un acercamiento teórico al objeto de estudio que se considera necesario para fundamentar el enfoque de la investigación, así como para manifestar la complejidad que comporta un ámbito académico tan multidisciplinar. Así, se ha perseguido presentar la síntesis, en un solo texto, de las principales ideas expresadas en la literatura tanto de las artes, como de la música, de la economía y de la sociología, que

hasta la fecha han justificado una naturaleza común entre la ópera y los medios audiovisuales.

Los autores que defienden la posibilidad de hibridar sus discursos, lo hacen al entender la ópera como un género escénico músico-dramático basado en la temporalidad narrativa cuyas notas esenciales —el libreto, la música y la puesta en escena— bien pueden aplicarse al discurso mediático audiovisual. Superado un análisis meramente conceptual y de carácter estético, en las teorías se ha encontrado cierto interés por defender esta naturaleza común para poder aplicar en la práctica algunas innovaciones estilísticas relacionadas con la fusión de los lenguajes, las formas y las convenciones propias de cada arte. Existe asimismo un actual interés por comparar cómo la ópera y la industria audiovisual se organizan de acuerdo a flujos de negocio cada vez más compartidos. Se ha advertido cómo, en los recientes procesos de mediatización, tanto el cine como la ópera han desarrollado sistemas de producción industrial similares e, incluso, convergentes, para concebir espectáculos melodramáticos destinados a grandes multitudes (Parker, 1998, p. xi; Citron, 2000, p. 24). En una búsqueda constante de nuevas audiencias y colectivos de seguidores, han construido a su vez mundos de referencia principalmente basados en la creación de un *Star System* (Citron, 2000, p. 2; Ishaghpour 1995, p. 13; Tambling, 1987, pp. 1-10).

Atendiendo a todas estas similitudes, puede manifestarse que la naturaleza narrativa de la ópera constituye una característica esencial del género musical, que ha hecho posible la apreciación y el consumo del arte en formatos audiovisuales, fuera de los escenarios. Por ello, desde principios del siglo XX y hasta nuestros días el arte musical ha sufrido un proceso lógico de *audiovisualización* mediática. Inmersa en el fenómeno de la remediación artística que ha afectado a muchas de las artes clásicas del pasado siglo (Bolter & Grusin, 2000; Martel, 2011), la ópera ha adquirido un nuevo sentido en el momento en el que es asumida por la pantalla, sea esta grande —cine— o doméstica —televisión y vídeo— (Radigales & Fraile, 2006, p. 100).

Aunque el hecho de la *audiovisualización* de la ópera y su *Star System* haya posibilitado difundir el género musical, confiriéndole una mayor visibilidad y alcance social, como se comprobará a continuación, las relaciones que durante el siglo XX ha establecido el arte de la ópera con el cine, la televisión y el vídeo, no se han considerado completamente satisfactorias. Las relaciones han logrado constituir mercados intermitentes y minoritarios. Enmarcados en una tendencia *mediadora* más que *mediática*, los productos se han considerado, desde el punto de vista artístico, demasiado irregulares. En términos generales, estos parecen haber contribuido a desvirtuar el sentido tradicional del arte al

mostrarlo, en apariencia estética, similar y dependiente del espectáculo presencial, pero desde la distancia y la ausencia del espectador, ahora separado de sus convenciones sociales y de las reglas que exigen de este un cierto aprendizaje previo (Citron, 2000, p. 18; Benjamin, 2005). Las causas que se apuntan han tenido que ver, entre otros factores, más con la disposición que han mostrado cada una de las industrias artísticas en el proceso de mediación artística, que con las inmensas posibilidades estilísticas que presenta un espectáculo de naturaleza audiovisual como la ópera, en contacto con los medios de comunicación.

Como parte del marco teórico, en los siguientes capítulos se tratarán de exponer las principales características que ha mostrado el proceso de mediación audiovisual de la ópera en el siglo XX.

CAPÍTULO 2
SIGLO XX: LA ÓPERA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

2.1. Introducción

Antes de exponer las principales tendencias que, desde un punto de vista estético e histórico, han adoptado los medios de comunicación audiovisual en su contacto con la ópera durante el siglo XX, se describirán a continuación algunas ideas generales que deben tenerse en cuenta para contextualizar el marco teórico de esta investigación.

En primer lugar debe advertirse que en la literatura existente se produce una cierta falta de diferenciación entre las nomenclaturas y las definiciones empleadas en algunos medios y formatos audiovisuales. A finales del siglo XX, algunos autores comenzaron a percibir la fusión terminológica que se ha empleado en ciertos momentos de la historia para describir y denominar al cine y al vídeo, por un lado, y a la televisión y al vídeo por el otro (Fawkes, 2000; Barnes, 2003; Senici, 2009).⁷⁶ Esta fusión de términos y conceptos, en ocasiones, ha dificultado el análisis de ciertos fenómenos históricos relacionados con la remediación de la ópera llevada a cabo por los medios de comunicación audiovisual. Esta cierta falta de sistematización académica, a juicio de esta investigación, también responde a la inmadurez que presenta el objeto de estudio abordado desde disciplinas propias de las Ciencias de la Comunicación, como la teoría de los medios.

La mayor parte de los autores se han esforzado por definir por separado, las características de los lenguajes mediáticos audiovisuales en su relación con el arte. Sin embargo, en el contexto de la cultura visual que ya ha sido ampliamente estudiado durante el siglo XX, no solo los medios, sino también las pantallas y el ambiente en el que se produce su recepción —se hace referencia a los formatos—, han constituido recientes preocupaciones que, de forma evolucionada, han ido incorporando los académicos, y que actualmente precisan de análisis más complejos (Lipovetsky & Serroy; 2009; Verhoeff, 2012). Así, se recupera una mirada histórica que asume que no todos los medios pueden consumirse a través de todas las pantallas: durante el periodo que a continuación se va a exponer, el cine solo ha podido

⁷⁶ Uno de los primeros autores en reconocer la necesidad de distinguir entre el vídeo y el cine fue Richard Fawkes. En su obra *Opera on Film* publicada en el año 2000, el autor justifica la importante necesidad de diferenciar entre el cine y el vídeo, términos que normalmente se confunden. El mercado del vídeo está repleto de óperas filmadas en su reproducción en vivo, a modo de documental, en los grandes teatros y de la mano de cantantes renombrados. Para el autor este hecho nada tiene que ver con el cine que ha filmado ópera, como medio específico, para proyectarse en la gran pantalla. El trabajo del autor se constituye únicamente en este ámbito, analizando desde los comienzos del cine la trayectoria de la ópera filmada y destacando aquellas obras y autores más relevantes que han refinado y perfeccionado este producto híbrido. Por otro lado, en relación a la ópera televisada, Jennifer Barnes hace hincapié en la misma necesidad diferenciadora, al afirmar que a partir de los años 50 la mayor parte de los críticos y teóricos de la ópera en televisión han utilizado en sus denominaciones indistintamente términos como *video opera* o *television opera* para referirse a las grabaciones del género musical para la pantalla doméstica, dificultando la labor de establecer características que los conviertan en productos artísticos independientes (Barnes, 2003, p. 1).

apreciarse en las salas al efecto; la transmisión televisiva en el televisor y, más recientemente, también el videocasete se ha incorporado a este medio doméstico. Con la mirada puesta en las pantallas, hoy se enfatizan los comportamientos y las interacciones sociales que implican los diferentes tipos de consumo del arte, dialéctica que se legitima, con más fuerza que nunca, en el nuevo contexto actual que ofrece la mediatización artística (Senici, 2009, pp. 280, 312).⁷⁷ Este nuevo paradigma confiere al estudio mediático de la ópera una nueva dimensión: hoy ya no se considera suficiente el análisis histórico compartimentado de la relación operística con cada uno de los medios convencionales, sino que, volviendo la mirada al pasado y aplicando el concepto de mediatización, es necesario poner en relación las distintas transformaciones que ha sufrido la ópera en los distintos medios entre sí, para poder entender las lógicas que están adquiriendo en entorno digital.

Así, bajo esta compleja distinción entre los formatos de recepción y los lenguajes mediáticos, ha de entenderse la exposición teórica de los principales efectos, así como de los productos artísticos generados por la mediación de la ópera durante el pasado siglo. Y, tal y como se ha expuesto, de los análisis que conforman el cuerpo teórico de esta investigación pertenecientes a disciplinas como la Música, la Sociología o la Economía, se han extraído las principales ideas que afectan a la perspectiva de las Ciencias de la Comunicación, ya que ninguna de las disciplinas que ha abordado históricamente el objeto de estudio, ha presentado una intención exclusivamente mediática en los análisis.

En segundo lugar, aunque la televisión ópera, la ópera filmada y la ópera en vídeo constituyen productos —cada uno de ellos— gobernados por unos procesos de producción distintos, capaces de conseguir resultados artísticos muy diferentes que deben ser analizados con autonomía (Barnes, 2003, p. 2), la dialéctica estética que parece haber afectado a casi todos los análisis, es la relación que establecen los medios con el espectáculo original en vivo (Benjamin, 2005, pp. 105- 126; Auslander, 1999; Senici, 2009; Esse, 2010; Morris, 2010; Cenciarelli, 2013). Las distinciones al parecer ontológicas — como se ha descrito en la introducción de este trabajo— inspiradas en Walter Benjamin, que separan el espectáculo en directo, de la mediación audiovisual de la representación, afectan especialmente a los estudios sobre la televisión y el vídeo —no sucediendo tanto con el medio cinematográfico—. Estos han partido de la idea de la *presencia* y de la *ausencia* del

⁷⁷ Por ejemplo, algunos autores han enfatizado que la posibilidad de llevarse a casa una representación operística en formato videográfico, de poder disfrutarla con amigos en el cine o, incluso de mostrarla en clase, provoca interacciones sociales con el arte mucho más inmediatas, directas y capilares que las que provocaba una grabación exclusivamente sonora (Senici, 2009, p. 312).

espectáculo en su apreciación artística. De acuerdo con la aportación que en 1999 realizó Philip Auslander en su obra titulada *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*, el estudio mediático ha quedado fuertemente influido por esta perspectiva, analizando casi en exclusiva los efectos de la relación entre el espectáculo considerado original y su representación audiovisual. Auslander muestra en su estudio un amplio número de caminos en los que, en el marco de lo televisual, el espectáculo mediatizado está preparado para ser capaz de producir un sentimiento vivencial cercano a la experiencia en el directo, del mismo modo que el espectáculo en directo ha ido poco a poco adquiriendo lógicas mediáticas en su propia concepción, producción y comercialización (Auslander, 1999; Cenciarelli, 2013, p. 204). La mirada histórica que se expondrá a continuación, ha de entenderse en el contexto de la constante y omnipresente relación teórica con el vivo.

En esta misma línea, de acuerdo con Youssef Ishaghpour (1995, p. 53), las óperas y los productos audiovisuales operísticos tratados como obras de arte, son paradójicos al presentar características históricas y atemporales al mismo tiempo. Por eso los académicos que conforman el cuerpo teórico de esta investigación, han precisado conceptualizar la relación temporal y espacial del espectáculo operístico con su análogo audiovisual, intentando diferenciar las características esenciales en las que se produce una representación operística convencional, para entender en qué medida son conservadas posteriormente por los medios. Así, se han encontrado esfuerzos por distinguir conceptos como la representación en *vivo*, en *directo* y en *comunidad*, condiciones todas ellas consideradas propias del arte primario. La sensación de comunidad implica una participación colectiva y social del arte y, como se tratará más adelante, ha sido ampliamente teorizada en disciplinas como el teatro, el cine o el ballet (Roselli, 1998; Kolb, 2005; Curioni, 2011). La condición del directo relaciona a los espectadores con la obra desde una perspectiva eminentemente temporal. Por otro lado, la representación en vivo implica una situación artística más compleja, en la medida en que los espectadores se relacionan con la obra, presencialmente o no, de forma directa o indirecta, tanto en términos espaciales como temporales. En los últimos años, se ha despertado el interés por estudiar las formas en que los medios convencionales son capaces de transmitir, evocar o recrear estas condiciones derivadas del espectáculo presencial, discurso que, como se tratará, adquiere una relevancia fundamental en el siglo XXI, con la incorporación de los nuevos medios (Senici, 2009, p. 290).

Para muchos autores, hoy esta relación entre el espectáculo en directo y sus productos audiovisuales derivados ha quedado en parte superada o, en todo caso, trasladada a

hipótesis más relacionadas con los usos que los consumidores dan al arte, que con la propia razón de ser de las obras mediadas. Justifican así que la experiencia contemporánea del vivo está plagada de medios tecnológicos capaces de modificar el contexto en el que se desarrolla el directo más puro —ahora un término más cercano al idealismo propio de la mediatización que a la realidad artística en la que se ha descrito la mediación audiovisual del arte— (Morris, 2010, p. 100). Por este motivo, resulta deseable que el lector realice una interpretación de los conceptos que se abordarán en el capítulo dedicado al siglo XX, como una transición ideológica hacia el siglo XXI, necesaria para entender en profundidad la aplicación de una mirada mediática en el nuevo paradigma digital en el que actúa la ópera. Finalmente, no parece superfluo explicitar que, a excepción de las posturas más historicistas, la mayor parte de las referencias encontradas sobre la relación de la ópera con los medios de comunicación del siglo XX, también han quedado enmarcadas en el concepto teórico de *democratización* de un arte cuya función social ha sido elitista por tradición.⁷⁸ Así, casi todos los estudios han aportado la perspectiva de la recepción del público además de los enfoques propiamente técnicos, productivos o industriales.⁷⁹ En conclusión, el apartado destinado al análisis mediático del siglo XX que a continuación se describirá, tiene por objeto presentar una visión panorámica de los principales conceptos mediáticos que se han tratado en el análisis artístico, musicológico y sociológico de cada uno de los medios audiovisuales. De forma novedosa, en un solo texto se compararán entre sí los efectos de la mediación provocados por la intervención del cine, de la televisión y del vídeo con el arte. Con el fin de facilitar una mayor ordenación del discurso y situar en la terminología específica al lector, se presentará una estructura cronológica similar en la exposición de cada uno de los apartados, compuesta por los subapartados *evolución histórica*, *productos audiovisuales* y *síntesis de los principales conceptos mediáticos*.

⁷⁸ Por tradición se ha considerado que la ópera implica un modo de producción cultural dirigido a la élite. La ópera es un perfecto vehículo para evocar el deseo de lo inaccesible. El cierto conservadurismo de algunas óperas, el hecho de que exista el fenómeno estelar de las divas por encima de la propia música, los rituales que corren alrededor de los montajes, la hierática organización de cantantes y director, la existencia de producciones de 20 años de antigüedad en el repertorio de los teatros de ópera, son ideas que han reforzado estandarizada opinión de ser un arte antiguo y fijo que sirve a los intereses del conservadurismo social (Tambling, 1987, pp. 13-18). Esta servidumbre a la clase dirigente ha fundamentado durante todo el siglo XX los esfuerzos teóricos por abrir el arte a nuevos públicos, como ya se ha descrito en el capítulo anterior.

⁷⁹ Las cuestiones relacionadas con el tipo de tecnología empleada en la grabación y realización audiovisual, así como los distintos formatos que presentan los soportes mediáticos, se consideran conceptos múltiples y complejos que requieren la atención de estudios específicos al respecto, no directamente relacionados con el objeto de análisis central de este trabajo (Senici, 2009, p. 278).

LA ÓPERA Y EL CINE

2.2. La ópera y el cine

Como ya se ha tratado en el estado de la cuestión, desde los inicios del siglo XX, las relaciones entre la ópera y el cine han generado una notable producción artística e importantes protagonistas.⁸⁰ Este trabajo no persigue detallar con exhaustividad la oferta cinematográfica de la ópera ni sus principales actores. Sin embargo, debe apuntarse que hasta el final de siglo, no se ha despertado un interés significativo por la disciplina como materia de estudio académico (Ishaghpour, 1995; Fawkes, 2000; Citron, 2002; Radigales, 2005).⁸¹ La mayor parte de las investigaciones sobre el tema se han llevado a cabo a partir de los años 80 del siglo XX, y se han prolongado hasta nuestros días. En términos generales, todos los estudios también coinciden en afirmar que las relaciones que la ópera ha establecido con el resto de los medios audiovisuales, se deben a las bases que desde sus orígenes se establecieron con el medio del cine (Tambling, 1987; Fawkes, 2000; Schroeder, 2002).

Casi todos los estudios contemporáneos sobre la ópera en pantalla parten de las perspectivas histórica y artística que ya ofrecen estos preexistentes estudios cinematográficos.⁸² Esta herencia cinematográfica ha enmarcado sobre todo los estudios de

⁸⁰ Para ilustrar la significativa cantidad de producción artística producida gracias al contacto que la ópera ha mantenido con el cine y los medios audiovisuales, se recomienda consultar, entre otras, dos obras consideradas de referencia internacional. En primer lugar, se destaca el catálogo histórico que el teórico Ken Wlaschin pudo recopilar sobre gran parte de los productos operísticos conservados hasta el cambio de siglo, en la obra titulada *Encyclopedia of Opera on Screen*, publicada por Yale University Press en 1997 y reeditada en el año 2004. Asimismo, se recomienda consultar al respecto la compilación de Helga Bertz-Dostal (1973) publicó en Alemania en los años 70, titulada *Opera and Ballet on Film*.

⁸¹ Las relaciones entre la ópera y el cine han dado origen a una interesantísima y ya abundante bibliografía. El objeto de este trabajo no es analizar el papel que la ópera ha tenido a lo largo de la historia del cine, pero se apuntarán a continuación los principales referentes bibliográficos que se han utilizado sobre el tema. A finales de los años 80 aparecieron los primeros estudios en los que se trataban cuestiones estéticas sobre la ópera filmada: *Opéra et Cinéma*, publicado en 1987 por el realizador Jean-Paul Bourre, y *Opera, Ideology and Film* texto de corte más ideológico de Jeremy Tambling (1987). De los años 90 se destacan las aportaciones al tema ofrecidas por Gianfranco Casadio (1995) en su obra titulada *Opera e Cinema*, el español Juan Puellas López (1997) gracias a *El cine, la ópera y la ópera en el cine*, Jeongwon Joe (1998) mediante su obra *Opera on Film, Film in Opera: Postmodern Implications of the Cinematic Influence on Opera*, o Youssef Ishaghpour (1995) en *Opéra et Theatre dans le Cinema d'aujourd'hui*. A partir del año 2000 se incorporaron al tema de estudio perspectivas más historicistas, como la que ofrece Richard Fawkes en su obra titulada *Opera on Film*, del año 2000, o el análisis de casos realizado por David Schroeder (2002) en su obra *Cinema's Illusions, Opera's Allure*, o el que presenta Marcia Citron (2000) en *Opera on Screen* y en la posterior continuación del estudio en 2010 con *When Opera meets Film*. También debe destacarse la perspectiva estética de Michael Grover-Friedlander (2005) expresada en *Vocal apparitions. The attraction of Cinema to Opera*, entre otros. Debe mencionarse, finalmente, que el interés literario por la ópera en vídeo y en televisión ha sido sustancialmente inferior (Morris, 2010, p. 98). Todas estas referencias aluden exclusivamente a los manuales bibliográficos, sin olvidar que la mayor parte de las aportaciones estéticas de los últimos tiempos se han realizado a través de publicaciones científicas de impacto internacional y de carácter periódico, que también se tendrán muy en cuenta en esta investigación.

⁸² Los principales autores que analizan la relación entre la ópera y el cine se dividen en dos perspectivas teóricas: por un lado, los académicos como Jeremy Tambling (1987), Youssef Ishaghpour (1995) y —en un

la ópera en televisión y de la ópera en vídeo (Barnes, 2003; Morris, 2010). Asimismo, las teorías se han centrado normalmente en cómo la ópera ha influido en el cine, sin ahondar en cómo el cine ha podido modificar la concepción de la ópera del siglo XX. Tal asimetría en la cantidad de estudios comparativos no se da por falta de interés en el segundo de los enfoques, sino que encuentra justificación en la vasta existencia de productos operísticos generados durante más de cuatro siglos de historia de la ópera que, de forma lógica, han orientado los estudios estéticos del medio cinematográfico⁸³ (Tambling, 1987, pp. 41-90; Schubin, 2013).

También en sus análisis, la mayor parte de los autores realizan una diferenciación entre los productos y los mercados, de acuerdo a la corriente estética y al periodo histórico al que han hecho referencia sus casos de estudio (Tambling, 1987; Bourre, 1987; Fawkes, 2000). De acuerdo a Youssef Ishaghpour, el análisis de los productos audiovisuales operísticos en concreto, sirve para poder inferir rasgos estéticos generales gracias, precisamente, a la paradójica dualidad histórica y atemporal que presentan al mismo tiempo:

[...] históricas porque se enraízan y ofrecen la condición de posibilidad. Atemporales porque transforman sus condiciones formales, de sentido, idea o mundo, trascendiendo a su historicismo e independizándose, en tanto que obra, del espacio y el tiempo, sobre todo, a partir de la existencia de la reproducción mecánica y de los sistemas de grabación (1995, p. 53).

plano más práctico— Béla Balázs (1978) o Jean-Paul Bourre (1987), presentan análisis conceptuales de carácter estético y filosófico. Por su parte, Marcia J. Citron (2000), Richard Fawkes (2000), o David Schroeder (2002), entre los más representativos, tratan la ópera en el cine desde una perspectiva más histórica, atendiendo al análisis de aquellos productos artísticos concretos, como las películas influidas por la ópera, las óperas que generan ambientes y argumentos cinematográficos, o el análisis de la ópera filmada.

⁸³ A pesar de que la mayor parte de los autores reconocen que el movimiento ópera-cine se da en dos sentidos, son pocos los que acaban ahondando en el análisis inverso, es decir, en cómo el cine influye en la composición del arte musical contemporáneo (Tambling, 1987). Los autores que adoptan esta perspectiva afirman que el cine se ha impuesto a sí mismo de manera mucho más significativa e influyente de lo esperado en las creaciones de ópera del siglo XX. Por ejemplo, compositores como Stockhausen o Zimmermann han usado el cine en parte de sus creaciones, donde el teatro musical ha perseguido producir sonido como un evento teatral y a tal efecto se ha empleado la música electrónica, las cintas y las fotografías como parte del discurso narrativo (Tambling, 1987, pp. 68-90). Asimismo, desde el punto de vista del ejercicio práctico, son pocas las óperas históricas inspiradas exclusivamente en material cinematográfico. Se apuntan algunos ejemplos: la ópera titulada *La fortaiture*, estrenada en 1922, se basó en la película del año 1915 *The Cheat*. En el año 1963, se estrenó *Our Man in Havana*, ópera inspirada en su obra cinematográfica homónima producida 4 años antes. Lo mismo sucedió con la ópera *La Strada* del año 1982, basada en la película del año 1954. En el año 1992 se estrenó la composición *McTeague*, ópera inspirada en la película de 1924 titulada *Greed*. Un año más tarde, volvió a repetirse el proceso creativo en la composición de *Orphée*, en la que se empleó el guion de la película homónima estrenada en el año 1949. Como ejemplos más recientes, se destacan las sendas versiones de *La belle et la Bête*, de Glass y Ruegg, estrenadas en el año 1994 a partir de la película del año 1949, o el estreno de *Bed and Sofa* en el año 1996, ópera basada en la película homónima del año 1926 (Schubin, 2013).

Esta constante alusión que han presentado las teorías, a los productos artísticos dependientes de un tiempo y un espacio concretos, así como dependientes de una corriente estética determinada, evidencia la complejidad de ordenar la información que conforma el cuerpo teórico de esta investigación. Dada la elevada cantidad de fuentes consultadas, con el fin de clarificar el discurso y de facilitar la comprensión del texto, se ha considerado oportuno contextualizar, en primer lugar, la trayectoria general que han presentado los productos audiovisuales operísticos durante el transcurso del siglo XX, en un primer apartado titulado *evolución histórica*. Conocer la génesis y la evolución del mercado de la ópera en el cine ayudará al lector a entender los matices de los principales productos mediáticos ofrecidos durante este periodo por el género musical —expuestos en el apartado siguiente bajo el título *productos cinematográficos*—. Pero sobre todo y principalmente, le ayudará a comprender la dimensión social, cultural y artística que adquieren las principales teorías estéticas sobre la mediación cinematográfica de la ópera —expresadas en el apartado sobre la *síntesis de conceptos mediáticos*—. El análisis teórico se ordenará, así, de acuerdo a las siguientes tres categorías: evolución histórica, productos cinematográficos y síntesis de conceptos mediáticos. El esquema de lectura se mantendrá también en los apartados concernientes a la ópera y la televisión, así como a la ópera y el vídeo del siglo XX.

2.2.1. Evolución histórica.

La ópera y el cine han protagonizado una historia de relaciones, productos y mercados en constante fluctuación, caracterizada por la multiplicidad de posturas estéticas, de visiones de negocio, así como de organizaciones productivas (Citron, 2000, pp. 24- 69). Por un lado, el análisis de su evolución histórica ha quedado determinado por una distinción geográfica que atiende a dos tipologías de productos y de mercados, el europeo y el estadounidense.⁸⁴ Por otro lado, se han manifestado constantes diferencias en el tratamiento estético y la tipología de productos, de acuerdo a si la ópera es filmada de manera independiente —tratándose de un proyecto artístico que surge nuevo desde el inicio de su creación— o, por

⁸⁴ Según los principales estudios, en Europa proliferaron las hibridaciones artísticas consideradas de autor y en Estados Unidos prosperó una mirada cinematográfica más comercial de la ópera (Citron, 2000; Fawkes, 2000).

el contrario, si la película constituye la manifestación formal de una producción preexistente filmada desde un teatro.⁸⁵

Los estudios coinciden en afirmar que, desde sus orígenes, el cine intentó aprovechar el atractivo de la ópera, su cultura aprendida y su esencia melodramática para establecer su propio modo de representación institucional (Tambling, 1987; Fawkes, 2000, pp. 1-12; Radigales, 2005).⁸⁶ El nuevo espectáculo cinematográfico utilizó los argumentos y las estrellas líricas para atraer a las audiencias teatrales y volverse creíble a sus ojos, generando la explosión de lo que describiremos aquí como un tipo de *cine musical operístico*, que marcaría la moda americana y europea de las primeras décadas del siglo (Tambling, 1987; Ishagpour, 1995; Schroeder, 2002; Radigales, 2005).⁸⁷ En las primeras óperas producidas para el nuevo medio no se reconocía una intención explícita de adaptación del género musical al lenguaje cinematográfico, pero sí se caracterizaron por constituir proyectos complejos y laboriosos basados en la finalidad del entretenimiento (Citron, 2000, pp. 20-42).

Como nuevo medio de comunicación, el cine constituía la herramienta para expresar los valores presentados en la ópera de forma mucho más precisa, gracias a características como su reinención técnica, su potencial narrativo conseguido por elementos como el montaje, así como su capacidad de evocación —a partir del detalle— de parte de la realidad objetiva

⁸⁵ Muchos músicos como Arnold Schoenberg se declararon contrarios al nuevo producto, una ópera filmada pensada expresamente para la gran pantalla, ya que temían que pudiese acabar con las reproducciones en vivo. Esta resistencia no la mostraron así para aquellas películas que se filmaban a partir de una representación de un teatro, ya que se consideraban productos no artísticos, sino más bien archivísticos y de carácter documental. Poco a poco se comprendió que el cine no iba a causar la muerte de la ópera, sino que le ofrecía nuevas interpretaciones gracias, precisamente, a esta diversificación de productos artísticos que posibilitaba el medio cinematográfico (Citron, 2000).

⁸⁶ En los años 20 del pasado siglo, elementos como el canto lírico despertaron gran admiración entre creadores y audiencias, ya que la lírica entonces se asociaba al glamour, a la atención pública, a la excentricidad y al acceso a la aristocracia (Schroeder, 2002, p. 48). Atendiendo a razones artísticas, el canto también constituía el principal elemento operístico capaz de trasladar al espectador a un estado contemplativo desde el cual justificar emocionalmente cualquier irrealidad propuesta en la escena narrada (Dahlhaus, 1988, pp. 6-7; Tomlinson, 2001, p. 10). El nuevo espectáculo cinematográfico también necesitaba del público este pacto previo con la irrealidad y, de forma natural, la ópera se utilizó para atraer y volver creíble el nuevo medio a ojos de audiencias en esencia operófilas (Schroeder, 2002, p. 49).

⁸⁷ Entre otras prácticas, se estilaron durante esos años la filmación de escenas de óperas conocidas, o la utilización de divos como reclamo comercial el día del estreno de una película con un argumento que no necesariamente debía ser operístico (Radigales, 2005, p. 63). Se citan como ejemplos las múltiples versiones del mito de *Carmen* —llevado a la ópera por Georges Bizet en el año 1875— que realizadores como Cecil B de Mille estrenaron en los años 20, con la colaboración de estrellas como Geraldine Farrar (Powrie, 2006). También constituye un ejemplo relevante el *Don Quijote* de G.W. Pabst que en el año 1933 contó con el bajo ruso Fiodor Chaliapín, o la producción en el año 1932 de *La novia vendida* de Bedrich Smetana, reinterpretada por el creador Max Ophüls en la que colaboró la diva Jarmila Novotná (Christiansen, 1984).

(Fawkes, 2000, pp. 1-12).⁸⁸ Para volverse atractivo y popular, hizo uso de los argumentos simples y conocidos por el público gracias a los espectáculos que entonces estaban de moda, como la citada ópera o el teatro. También se priorizó en estas primeras películas la música en directo frente a la sincronización técnica, con el fin de emular en las salas la recreación de la experiencia teatral propia de la ópera. De forma intuitiva, muchos de los primeros cineastas como Cecile B DeMille, supieron establecer paralelismos formales entre la ópera y el cine: la magia musical y vocal debía ser suplida por las capacidades físicas e interpretativas del actor (Powrie, 2006). Elementos como la fotogenia, una gestualidad más realista y la música, podrían llevar al espectador a estados de euforia y emoción como lo hacía el *bel canto* sin ser este utilizado expresamente (Schroeder, 2002, pp. 13-24). Se posibilitó entonces que, gracias a la ópera, se produjese una temprana asimilación social del nuevo medio (Fawkes, 2000, pp. 1-12).⁸⁹

Durante la primera mitad del siglo XX se manifestó una doble tendencia en el desarrollo del cine musical operístico. Por un lado en Europa, la ópera filmada se instauró como producto cinematográfico de larga duración con entidad propia. La ópera filmada constituía una obra operística reinterpretada para la gran pantalla de cine, en la que el tratamiento sonoro se concebía como una marca estilística competitiva. Estas películas poseían la característica de ser universales debido, además de a sus argumentos simples heredados de la música, a que las grandes óperas escogidas para su filmación ya constituían parte del repertorio romántico estándar de todo el continente.⁹⁰ Por otro lado, Estados Unidos se centró mayoritariamente en el desarrollo del cine musical y el tratamiento cómico de la ópera en el cine.⁹¹ Se priorizó el uso de la música, no como materia narrativa

⁸⁸ Para algunos autores, la propia evolución no solo del *verismo* operístico, sino también de los efectos especiales de las óperas de Wagner a principios del siglo, exigían un nuevo medio de expresión como el que entonces presentaba el cine (Ishaghpour, 1995, pp. 14,15).

⁸⁹ Estos y otros fenómenos provocaron una paulatina adecuación del cine como nuevo medio entre los círculos sociales, ya que la audiencia estaba acostumbrada al sonido directo en las reproducciones de teatro y de ópera. Entre 1900 y 1910 hubo más de 80 intentos de sincronizar las películas con el sonido de la ópera. Muchas de estas primeras películas que experimentaron la sincronización puramente técnica fracasaban en su reproducción. Resultó, desde el inicio, más lógico y efectivo contratar a cantantes y músicos que interpretasen en vivo lo que ocurría en pantalla (Fawkes, 2000).

⁹⁰ Durante la Primera Guerra Mundial, en Alemania e Italia la ópera filmada se practicó de forma grandilocuente bajo la supervisión del régimen. Francia siguió produciendo con la misma intensidad que los años previos a la guerra, en este caso sustituyendo la producción hollywoodiense —la cual había replegado sus equipos en América— por la industria germánica. Gran Bretaña apenas mostró interés por la ópera filmada durante los años de la guerra. Se acercó más a la tradición hollywoodiense del musical y a la *operetta* (Fawkes, 2000).

⁹¹ En los primeros años del cine Estados Unidos se centró en la creación de un *star-system* operístico en el que se buscaban cantantes-actores, que pudiesen cosechar grandes éxitos en taquilla como lo harían Grace Moore o Deanna Durbin, pero poco a poco se fue trasladando esta búsqueda al terreno del musical. Hasta los años

en sí misma, sino como potenciadora de la capacidad dramática del cine y al mismo tiempo transmisora del prestigio del arte musical al nuevo medio (Bourre, 1987, pp. 17- 37). Se estandarizaron, así —por encima de las películas operísticas que se extendían por Europa—, aquellos formatos que versaban sobre el mundo y las convenciones de la ópera (Tambling, 1987; Radigales, 2005). Fruto de esta corriente estilística estadounidense, hasta los años 40 del pasado siglo se pusieron de moda en el país prácticas como las *backstage-opera films*, la introducción de arias en películas no musicales, los *bio-pics* líricos o las *shadow-operas*, entre otros ejemplos que se describirán más adelante (Tambling, 1987).⁹²

Los autores defienden que ya en todas estas primeras manifestaciones cinematográficas del arte —en especial en aquellos tratamientos de la ópera filmada en Europa—, se reconocía un deseo de reinterpretar la música y el argumento de una forma libre pero sin perder su esencia, más que adoptar literalmente la obra original. Este deseo pretendía conseguir que el nuevo producto cinematográfico funcionase como símbolo de una sociedad concreta (Tambling, 1987, pp. 13-39).⁹³ La complejidad de dichas reinterpretaciones se encontraba, sin embargo, en la forma en que el lenguaje de la ópera era adoptado por el nuevo medio: la dificultad principal recaía en el equilibrio de mostrar la ópera como un arte más accesible a los nuevos públicos sin perder con ello parte de su exclusividad social, para seguir presentándose fiel a su tradición cultural (Benjamin, 2005, p. 105- 126).⁹⁴ Desde el punto de vista formal, dicho equilibrio resultó muy difícil de llevar a cabo.

30 la industria de Hollywood había filmado más de 300 cortos musicales en los que se entremezclaba el género operístico y el musical. En la mayor parte de las producciones se priorizaba el tratamiento cómico de las historias o la adaptación de la operetta (Fawkes, 2000, pp. 1- 13).

⁹² En los años 20 la ópera en el cine constituía una práctica muy extendida en los países anglosajones. Se denominaba *backstage-opera films* a aquellas películas donde se recreaban los mundos en los que se desenvolvían los divos y se mostraba el glamour y el lujo de sus vidas. También se pusieron de moda argumentos en los que el romanticismo se expresaba gracias a la ópera y donde se confrontaban dos mundos: la Europa peligrosa frente a la inocencia americana. A partir de los años 30 Hollywood rechazaba filmar óperas para el cine porque se consideraba un material dramático en exceso estático, pero se aficionó a incluir la música y las arias más famosas de algunas óperas en beneficio de sus propias narraciones no musicales. Y si parece que a partir de estos años el interés del cine puesto en la ópera en tanto que drama musical disminuyó de forma significativa, se estandarizaron nuevas prácticas como los *bio-pics* sobre la figura de cantantes y compositores de ópera, o las *shadow operas*, especie de pastiches musicales de las óperas del siglo XIX versionadas expresamente para partes de películas que así lo requerían (Tambling, 1987). Todos estos formatos se describirán de forma concreta en el apartado siguiente denominado *productos cinematográficos*.

⁹³ Según algunos autores, los cambios culturales vienen determinados por intereses e ideologías de una sociedad concreta y son estas sociedades las que toman la ópera y el cine como parte de su discurso dominante. La cultura se encuentra en la naturaleza de los valores de las clases sociales. La cultura consigue hacer real un consenso de la clase media entera, y en aquél periodo, la cultura demandaba un cine que explorase sobre las formas artísticas preexistentes (Tambling, 1987, p. 10).

⁹⁴ De forma tradicional, la ideología de la ópera ha quedado supeditada a la rigidez de sus convenciones y sus usos sociales y, por lo tanto, es difícil en ella mostrar con claridad las ideas. El cine puede mostrar el texto musical y dramático tal y como es, con todas sus implicaciones. Cuando la ópera permanece innata, cuando

De acuerdo con un enfoque cinematográfico, influido por el movimiento expresionista de los años 20, este medio también se inspiró pronto en la capacidad ensoñadora, dramática y simbólica de la ópera. Muchos de los primeros cineastas como Fritz Lang o Sergei Eisenstein, no utilizaban expresamente material operístico, pero otorgaban a las películas tratamientos narrativos al estilo de la ópera más grandilocuente propia del siglo XIX, ya que en ellas, los temas y las acciones eran reconstruidos según los fundamentos de la dramaturgia (Bourre, 1987, pp. 34-39; Schroeder 2002, pp. 57-69).⁹⁵ Incluso, para algunos autores, el cine ha constituido el medio idóneo para transmitir la postura cultural y artística que adoptó la obra musical y filosófica de Richard Wagner en el siglo XIX (Schroeder, 2002, pp. 151-228).⁹⁶

Los autores coinciden en afirmar que, desde el punto de vista formal, todas estas primeras producciones mostraban un estilo estereotipado y un gesto afectado tanto en la interpretación como en la escenografía —muy similar todavía al gesto de la escena operística—, dándole un mayor valor al componente músico-teatral, que al lenguaje estrictamente cinematográfico (Schroeder, 2002, pp. 48-50; Radigales & Villanueva, 2011).⁹⁷ En términos generales, puede afirmarse que el peso estético de la ópera modeló el primer cine musical desde un punto de vista estético.

no es funcional, es el cine el que debería transmitir esta magia haciéndole ver al espectador qué se ha perdido (Tambling, 1987, pp. 13- 39).

⁹⁵ El cine hereda de la ópera la dramaturgia y el tratamiento de temas universales como el destino, la fatalidad, el amor, la mitología o la muerte. Muchos de los grandes cineastas de los años 20 del pasado siglo se inspiraban en las partituras de Richard Wagner o Giuseppe Verdi para captar la ensoñación generada por la música y poder expresarla en el nuevo medio. Se describen, como ejemplos, la forma en que Fritz Lang, David Griffith o Sergei Eisenstein trabajaron la dramaturgia en sus películas a partir de las óperas de Wagner (Bourre, 1987, pp. 34-39). Para ellos, la musicalidad debía manifestarse ya en la concepción cinematográfica, dándole a las imágenes el impulso emocional. Trabajaban, entre otros, el concepto de sinestesia musical — fusión entre la imagen y la música—, buscando paralelismos entre sus propias teorías del montaje y la obra wagneriana (Schroeder 2002, pp. 57-69).

⁹⁶ Muchos cineastas no han realizado una referencia explícita a Wagner ni al mundo de la ópera, pero sus obras están recubiertas de ciertas intenciones propias de la ópera, sobre todo expresadas en la estructura, el uso de temas grandilocuentes como el amor o la muerte, así como una cierta seducción musical que envuelve las películas. La entrada del cineasta en un estado operístico, le hace describir la narración a través de los sentidos, transmitir la esencia musical mediante las imágenes y manifestar el hecho de que, no solo Wagner, sino numerosos compositores pueden inspirar a los artistas. Como ejemplos de directores del siglo XX que han manifestado cierta mentalidad operística en su trabajo se citan Alfred Hitchcock, Jean Cocteau, Pier Paolo Pasolini, Marcel Camus o Jean-Luc Godard, entre otros. Gracias a la ópera grandilocuente, propia del Romanticismo tardío, todos ellos han sido atraídos por el mundo sensorial del cine concebido como ópera (Schroeder, 2000).

⁹⁷ El carácter sofisticado de la ópera generó así que las primeras creaciones híbridas entre ambas artes se mostrasen como productos extraños a ojos de los públicos operófilos, ya que ponían en juego una cuestión de clases, más que de la obra de arte en sí misma (Tambling, 1987, pp. 14, 16).

En los años 40, la industria cinematográfica sufrió un descenso significativo en la producción del cine musical operístico.⁹⁸ Tras la Primera Guerra Mundial, el espectador demandaba un nuevo escapismo en los modos de entretenimiento, pero producido de forma menos fantasiosa y más acorde al contexto que vivía en su realidad concreta. Las audiencias europeas mostraban interés por el recuerdo del pasado, pero manifestado entonces desde perspectivas menos grandilocuentes y, deseablemente, algo más desencantadas (Fawkes 2000: 89-116).⁹⁹ La ópera en el cine no desapareció, pero su producción sufrió significativas mutaciones según la evolución que presentaban en cada territorio. Así, en Europa aumentó la tendencia de las co-producciones entre países como Alemania e Italia. En Francia se sustituyeron las contrataciones americanas por compañías nacionales. Por el contrario, en Estados Unidos se intentó consolidar un *star-system* operístico propio que, debido a las complejidades que presentaban los sistemas de producción, poco a poco fue cediendo terreno al cine musical (Fawkes, 2000).¹⁰⁰

Los autores coinciden en reconocer que la filmación de ópera como un producto artístico con características mediáticas propias y exclusivas —la ópera filmada— no surgió hasta los años 50 del pasado siglo.¹⁰¹ Fue entonces cuando en Europa se empezaron a transformar los tradicionales elementos que habían dado vida a la ópera en la gran pantalla, tales como los decorados, el empleo de exteriores en la escenografía, o el uso de una mayor libertad en

⁹⁸ Como ejemplo, se aporta un dato significativo: durante los tres años previos a la Segunda Guerra Mundial, la filmación de ópera en Estados Unidos, por ejemplo, pasó de 45 productos en 1936 a 21 en 1938 (Fawkes, 2000).

⁹⁹ Los teóricos de cine manifiestan como, tras la Primera Guerra Mundial, ambos bandos entendieron enseguida la necesidad de entretener a las sociedades. Gracias a la necesidad y el deseo de la diversión, la industria cinematográfica se vio menos afectada de lo común por la guerra que lo que pudo suceder con el resto de las artes clásicas y de algunos sectores culturales (Fawkes, 2000).

¹⁰⁰ La evolución natural del lenguaje fílmico provocó un distanciamiento cada vez mayor entre las gestualidades propias del cine y de la ópera, en la medida en que el primero iba construyendo su propio modo de representación institucional y la segunda seguía queriendo satisfacer a sus públicos tradicionales. Poco a poco, el hecho de contratar a un cantante para asumir un rol no cantado fue resultando inusual y forzoso, ya que muy pocos divos reunían toda la combinación de cualidades exigidas frente a la cámara: habilidad dramática para conseguir telegenia sin perder la flexibilidad gestual propia del canto, personalidad fascinante, o apariencia física y popularidad, entre otros ejemplos (Schroeder, 2002, p. 296). A excepción de casos como la reconocida capacidad actoral de Geraldine Farrar, Mario Lanza, o, incluso, María Callas en la *Medea* producida ya en 1969 por el director Pier Paolo Pasolini, muy pocos cantantes obtuvieron éxito al ser contratados como actores (Radigales, 2005).

¹⁰¹ El producto que hoy se conoce bajo la denominación de ópera filmada, en el pleno sentido de la expresión, no llegó hasta los años de la postguerra en países como Italia (Bourre, 1987). En el periodo inmediatamente posterior a la guerra, los aliados habían decidido que el territorio nacional no tuviese un sistema de producción cinematográfica propio por miedo a nuevas exaltaciones propagandísticas. Para volver a construir entonces los valores de la nación, había que recordar los ideales y los símbolos tradicionales de Italia y remontarse a formas de arte naturales que para el pueblo constituían iconos culturales con un marcado carácter familiar, como el género musical de la ópera. No debe olvidarse que este arte había nacido precisamente en los círculos camerísticos de Italia 300 años antes (Fawkes, 2000, pp. 117-126; Senici, 2012).

la narración. Todas estas transformaciones evidenciaron una mayor subjetividad en la interpretación de los textos musicales, capaz de provocar significativos cambios estilísticos en la ópera filmada. También en estos años aparecieron las primeras dialécticas teóricas — desde enfoques artísticos—, en torno a la filmación de la ópera. Las principales inquietudes que surgieron en relación a la mediación de la obra audiovisual guardaban relación, entre otras cuestiones, con la carga de realismo que debía contener el producto resultante, o el mayor uso de efectos propios del lenguaje audiovisual para favorecer una perspectiva más narrativa frente al espectáculo tridimensional propio del arte musical en las salas de los teatros (Fawkes, 2000). En los tres años posteriores al fin de la Segunda Guerra Mundial se rodaron en países como Francia e Italia más de 20 óperas filmadas en las que se ponía de manifiesto una clara intención creativa del medio cinematográfico que le daba vida (Wlaschin, 1997; Fawkes, 2000). Muchas de estas producciones derivaron en lo que se ha categorizado bajo la denominación de *melo-opera*, películas basadas en la música y los argumentos de la ópera grandilocuente del siglo XIX, propia de compositores como Giuseppe Verdi o Giacomo Puccini, en las que se subraya y refuerza el carácter melodramático de las pasiones humanas que contiene la narración del texto musical preexistente (Bourre, 1987, pp. 50- 56).¹⁰² Se reconoce así, en esta época, un mayor interés artístico por el fenómeno de la ópera filmada.

La aparición de la televisión llegó en un momento en el que se comprobaba que ciertas características del propio género musical dificultaban su adaptación a un medio más narrativo como el cine —tales como la simplicidad argumental y el carácter en exceso artificioso en sus formas—. Gracias a la expansión del nuevo medio, en los años 60 del pasado siglo, el mercado de la ópera en la gran pantalla, aunque no dejase de constituir un fenómeno destinado a un público minoritario, se consiguió consolidar a nivel internacional.¹⁰³ Debido a éxitos comerciales de carácter mundial como *El Gran Caruso*, del director Richard Thorpe (1951), y a la ampliación de nuevos mercados como la expansión del género por La Unión Soviética, la visibilidad de la ópera filmada en tanto que producto cinematográfico, aunque intermitente, consiguió mantenerse vigente en Europa hasta los años 70 (Fawkes, 2000, pp. 127-170).

¹⁰² En este sentido se reconoce cómo directores tales como Carmine Gallone o Paul Czinner comenzaron a modificar las convenciones establecidas a través de los sistemas de grabación de las voces, el uso de multicámara o los efectos realistas incluidos en la escenografía y el montaje, entre otros elementos (Bourre, 1987, pp. 50- 56).

¹⁰³ La ópera enseguida constituyó un foco de inspiración para el nuevo medio de la televisión. Esta desde el principio retransmitió óperas en directo desde los teatros y produjo sus propias versiones artísticas, nutriendo con ello el interés social por la ópera producida para el cine (Fawkes, 2000, pp. 127-170).

Además de la ópera filmada, durante el último tercio del siglo XX, se recuperó de manera significativa la producción de películas que recurrían a la ópera como mundo de referencia y como fuente de inspiración argumental. En muchas películas de las décadas de los 70 y de los 80, la lírica constituyó una herramienta de énfasis del melodrama, en la línea de las producciones de ópera filmada italiana de los años 40 (Tambling, 1987, pp. 42- 67).¹⁰⁴ Al mismo tiempo, durante estos años, se reconocieron las características estéticas que, desde un punto de vista académico, institucionalizaban la ópera filmada como un producto artístico independiente capaz de justificar la existencia de una subcategoría cinematográfica propia, más sofisticada y dirigida a un público burgués (Tambling, 1987).

Así, a partir de los años 70, se produjo la mayor parte de las óperas filmadas reconocidas por la academia, la crítica y el público, como obras de arte con entidad propia. Se destacan como ejemplos la versión de *Die Zauberflöte* de Mozart que Ingmar Bergman realizó en el año 1982, la interpretación de *Don Giovanni* de Mozart que Josep Losey produjo en el año 1979, el *Parsifal* wagneriano de Hans-Jürgen Syberberg del mismo año, o la adaptación del *Otello* de Verdi que Franco Zeffirelli llevó al cine en 1986, entre otros ejemplos destacables (Tambling, 1987; Citron, 2000; Schroeder, 2002; Levin, 2002; Radigales, 2005).¹⁰⁵ Todas ellas se concibieron bajo la aspiración de llegar a constituir auténticas obras de arte, fruto de la hibridación de dos lenguajes y la experimentación de nuevos modos de contar una misma narración sin renunciar a la calidad creativa. Ciertamente, cuando se llevaron a cabo todas estas obras, la mayor parte de las técnicas ya habían sido probadas en la filmación de las artes. Sin embargo, en las últimas décadas del siglo XX, la ópera filmada tendría que hacer frente a nuevos retos como la aparición del vídeo o la introducción del color en la televisión (Fawkes, 2000, p. 171).

La causa de que la creación de las óperas filmadas haya disminuido de manera sustancial en el siglo XXI parece deberse a la evolución del producto artístico en sí mismo: a partir de los años 80, la ópera filmada constituía una película altamente elitista destinada a un mercado minoritario, mucho más enfocado a audiencias operísticas que cinematográficas (Fawkes, 2000, pp. 171- 209). Pese al carácter comercial minoritario, los productos no han dejado de producirse y refinarse hasta entrado el nuevo siglo, más fruto de la obsesión personal de un

¹⁰⁴ Realizadores como Bernardo Bertolucci o Federico Fellini utilizaban la ópera, dentro de sus películas, como un metalenguaje fantástico que pretendía expresar, con cierta ironía o carácter crítico, lo extremo de la ornamentación de la cultura barroca en círculos sociales asociados al glamour y a los excesos (Tambling, 1987, pp. 42- 67).

¹⁰⁵ La mayor parte de los autores centrados en el estudio sobre las relaciones entre la ópera y el cine, han destinado parte de sus investigaciones al análisis estético de casos como los citados (Tambling, 1987; Citron 2000; Schroeder, 2002; Levin, 2002).

músico o cineasta, que de la visión comercial y corporativa de ambas industrias actuales — la operística y la cinematográfica— (Lacasa & Villanueva, 2011, pp. 65- 74).

2.2.2. Productos cinematográficos.

Como bien se ha podido comprobar, durante el siglo XX las relaciones entre la ópera y el medio cinematográfico se han materializado en una amplia diversidad de productos audiovisuales musicales. No todos ellos son considerados hibridaciones artísticas, ni todos ellos han contado con la misma aceptación por parte de la crítica y de los públicos (Citron, 2000). Con el fin de esclarecer algunas dudas terminológicas y ordenar el discurso estético en relación al grado de audiovisualización mediática que presenta la oferta de la ópera en la gran pantalla, se describirán a continuación, las tipologías de productos más representativos que ha generado esta inicial relación entre el arte y el discurso audiovisual. Se advierte que en la bibliografía consultada en torno al cine musical operístico, no se ha encontrado una completa unanimidad en la definición, así como en la terminología empleada para denominar algunos de los productos existentes.¹⁰⁶ Así, el objetivo de este apartado es sintetizar y exponer las principales categorías de la oferta cinematográfica de la ópera, así como definir las distintas usabilidades que se les ha otorgado en la historia.

Antes de abordar la descripción de cada uno de los productos más extendidos, deben apuntarse dos variables en torno a las que se ha ordenado la oferta cinematográfica de la ópera: 1) la filmación o no de una narración operística completa; 2) la filmación desde el teatro —en directo o en diferido—, o bien concebida como un producto artístico autónomo y nuevo desde su creación.

En relación a la primera variable, la bibliografía expresa la necesidad de realizar una diferenciación apriorística entre aquellos productos que ofrecen una ópera en su totalidad, de aquellos que utilizan el género musical como mundo de referencia o fuente de inspiración temática. Los primeros interpretan, versionan o adaptan una ópera mediante el lenguaje del cine. Los segundos se constituyen por películas de corte musical que versan sobre la ópera y sus protagonistas, así como por aquellas películas que utilizan la ópera como parte activa de la ambientación musical de la película.

¹⁰⁶ Por lo que ha podido comprobar esta investigación, ningún autor se ha centrado en analizar y recopilar, de manera exhaustiva, la terminología empleada para los distintos tipos de productos surgidos de la relación que ha establecido la ópera con el cine a lo largo del siglo XX. En este estudio se expondrán, además de las tipologías más comúnmente empleadas en el mercado audiovisual, aquellas menos extendidas pero utilizadas por los autores que conforman el marco teórico y que, por lo tanto, se consideran relevantes desde el punto de vista mediático.

En relación a la segunda variable, se reconoce una significativa diferencia entre aquellas tipologías de productos cuya finalidad artística es crear una obra operística y cinematográfica nueva, de aquellas obras audiovisuales derivadas de la grabación del espectáculo desde los teatros. Se considera interesante ordenar la descripción de los productos históricos de acuerdo a estas variables, así como al mayor grado de aceptación y estandarización académica internacional de las tipologías propuestas.

2.2.2.1. Creación operística en su totalidad.

- Ópera filmada

De acuerdo a aquellas tipologías que presentan la narración operística en su totalidad, debe citarse en primer lugar la ópera filmada. En términos generales, la ópera filmada es entendida como aquella película que traslada a la gran pantalla una obra pre-existente, en la que pueden producirse mínimas modificaciones musicales y narrativas con respecto a la ópera original, en el proceso de remediación artística —normalmente reducciones musicales para adecuar los distintos tiempos que proponen el medio cinematográfico y el operístico— (Citron, 2000, p. 6).

El concepto de ópera filmada ha sido reinterpretado durante los últimos 20 años. Aunque existe cierta unanimidad en el empleo de su terminología, no todos los autores le confieren el mismo significado y ni la misma aplicación estética. Para la mayoría de ellos, la ópera filmada constituye un proceso creativo basado en la libertad artística del cineasta para reacentuar, adaptar e, incluso, reinterpretar una ópera a través del lenguaje del cine (Tambling, 1987; Fawkes, 2000; Citron, 2000; De España, 2011).¹⁰⁷ En la adopción de este significado, también se sobrentiende una cierta subordinación de la música que contiene la obra original, al proceso de redefinición artística en su contacto con el lenguaje del nuevo medio. Para ello, se ponen en práctica multitud de modalidades de producción distintas, con el fin de conseguir la verosimilitud del argumento y la coherencia artística.¹⁰⁸

¹⁰⁷ Algunos autores han defendido cómo, gracias a este proceso creativo, el cine puede liberar a la ópera de una producción hierática. Así, el nuevo lenguaje audiovisual que entra en contacto con el operístico, en su proceso de reinterpretación, no debería depender de la obra musical, sino que debería actuar con total libertad como medio de expresión (Tambling, 1987).

¹⁰⁸ Los cantantes pueden actuar en vivo, o bien pueden ser actores de cine doblados por divos, o las estrellas del canto que actúan y luego son dobladas en estudio por ellas mismas; los escenarios pueden constituirse a partir de reproducciones en estudio, o bien en localizaciones exteriores; las ambientaciones pueden ser más realistas, vanguardistas o fieles al libreto original; la planificación puede hacer uso de una o varias cámaras... Todas las técnicas se ponen a merced de la creatividad del autor y de las exigencias de la industria cinematográfica, así como de los gustos del público destinatario.

Existen algunas posturas que acentúan o matizan esta definición general del producto audiovisual. Por ejemplo, el realizador Bela Balázs, en los años 40, diferenció distintos niveles de libertad creativa, en función de la postura que adopta el cineasta ante una ópera existente con independencia del film. Por un lado, si la intención del artista es popularizar la música en su forma clásica e inmutable, la libertad creativa debe quedar determinada por la escritura de la obra original. Por otro lado, la intención del cineasta también puede versar sobre la idea de encontrar en la ópera y en sus motivos musicales, únicamente material para la adaptación cinematográfica. Por lo tanto esta última intención posee mayor libertad creativa (Balázs, 1978, pp. 230-234). Por último, se menciona otra significación que se ha asignado al concepto de ópera filmada. Para Richard Fawkes, este producto artístico también puede referirse a una película pensada para la gran pantalla donde se aglutinan partes de óperas ya existentes dentro de un argumento relacionado con el mundo operístico —aunque, como se tratará más adelante, este significado se ha asociado comúnmente a términos más extendidos en el mercado, como ciertos enfoques que recoge la *película operística*, o las *shadow-óperas*— (Fawkes, 2000).

- *Film-opera*

El segundo producto que los estudios han reconocido como operístico en su totalidad es el film-ópera. De forma contraria a lo que sucede con la ópera filmada, no existe un significado general comúnmente aceptado por los académicos que emplean este término. El film-ópera tampoco ha generado una suficiente cantidad de productos artísticos exclusivos de esta categoría, como para ser defendido como un subgénero musical propio (Citron, 2000, p. 31). En atención a la originaria concepción que Béla Balázs aportó en los años 40, el film-ópera se describe como aquella película para la que se compone expresamente una ópera o una obra musical (Balázs, 1978, p. 232). Hasta nuestros días, pocos constituyen los ejemplos de óperas que han sido compuestas expresamente para la gran pantalla. A los elevados costes de producción que comporta esta práctica, debe citarse como causa principal la complejidad que conlleva la generación de un texto nuevo musical —de carácter más artificioso y mágico— para ser expresado en un medio que tiende al realismo (Balázs, 1978, pp. 231- 234).¹⁰⁹ La mayor parte de los ejemplos existentes se han

¹⁰⁹ De acuerdo con Béla Balázs, para realizar exitosamente un film-ópera en el medio cinematográfico, la imagen debe estilizarse más de la cuenta para transmitir parte de ese realismo mágico propio de la lírica. Con ayuda de la técnica, esta estilización cinematográfica será más convincente si parte del contenido de la nueva obra. Esto significa que, en la escritura del texto musical, aun pensado para la gran pantalla, el realismo se supedita a la instancia narrativa expresada en la música (1978, pp. 231- 234).

producido en los orígenes de la relación entre ambas artes. Estos títulos tenían un carácter experimental y normalmente se orientaban a un público culto. Como ejemplo se destaca la proposición, en los años 30, que el compositor George Antheil realizó para denominar aquellas *óperas para las películas*, o *Motion- Pictures Operas*. Llamó así a las composiciones musicales encargadas para producciones cinematográficas inscritas en el primer cine sonoro, que se presentaban como formatos más adecuados al medio, que la filmación condensada de trabajos escénicos preexistentes que ya se practicaban en la época (Antheil, 1936, p. 48). De este periodo datan trabajos como la producción alemana titulada *Jenseits des Stromes*, dirigida por Ludwig Czerny y compuesta por Ferdinand Hummel en el año 1922, o la realización británica titulada *The Robber Symphony*, compuesta y dirigida por Friedrich Feher en el año 1936 (Simpson, 1990, pp. 21- 22; Citron, 2000, p. 31).

Algunos planteamientos más modernos han acuñado el término de film-ópera a aquellas películas que, por su grandilocuencia y su estética algo artificiosa, se han basado en estructuras operísticas para ser rodadas y postproducidas —significado que más adelante se describirá como película operística, un término más comúnmente utilizado por las teorías— (Bourre, 1987; Schroeder, 2002).

- Ópera en prosa

Entre las décadas de los años 30 y 40 del pasado siglo, se pusieron de moda las denominadas óperas en prosa —*opera in prose*—. El término hace referencia a aquellos tratamientos cinematográficos de las óperas en los que el texto cantado se transformaba a diálogo —no cantado—, escrito en un estilo literario. En ellos se empleaba la música operística como soporte diegético ambiental. Uno de los primeros ejemplos de este tipo de productos lo ofrece la producción que en 1942 llevó a cabo el director Marcel L'Herbier, titulada *La Vie de Bohème*. La película se basó tanto en la obra literaria de Henri Murguer, como en la ópera de Giacomo Puccini. También de esta época se destaca la producción de *Luise*, ópera de Gustave Charpentier, que Abel Gance, junto con el propio compositor de la obra original, realizaron en el año 1938. Con la intención de poder materializar un novedoso *film lyrique* —como así lo describieron los aurores—, la mayor parte de los recitativos se transformaron en partes dialogadas de la película. En la historia de la ópera en pantalla, la producción de óperas en prosa no ha dejado de ser anecdótica, entre otras razones, por la falta de apoyo de la crítica recibida en estos primeros ejemplos experimentales (Citron, 2000, pp. 33- 34).

- *Shadow-opera*

Sin trascender a lo largo de los años —como en el caso de la ópera en prosa—, algunos autores reconocen también rasgos característicos comunes y propios, de lo que podría considerarse un cuarto producto, puesto de moda en Estados Unidos en los años 40 del pasado siglo y denominado *shadow-operas*. Se trataba de fragmentos cinematográficos híbridos consistentes en una especie de pastiches musicales de las óperas del siglo XIX versionadas expresamente para partes de películas que así lo requerían, generalmente planteadas con un argumento extra-musical (Tambling, 1987, pp. 41-67).

2.2.2.2. *Ópera como contexto.*

- Película operística

Como ya se ha avanzado en estas páginas, la ópera en el cine no necesariamente puede concebirse como una obra narrativa completa, adaptada o transportada a la gran pantalla. En relación a aquellos productos que tratan la ópera como contexto y como mundo de referencia al cual los espectadores pueden asociar sus gustos y deseos, se destaca en primer lugar la *película operística*. Es un término considerado más amplio que el de film-ópera y engloba aquellos productos cinematográficos cuya temática es la ópera, su mundo y sus convenciones, es decir, películas que tratan la ópera como objeto. La categoría hace referencia a una heterogénea tipología de obras que muestran distintos grados de influencia de la ópera en el discurso cinematográfico. Los tratamientos argumentales y estéticos, en este tipo de productos, suelen realizarse desde una perspectiva seria y grandilocuente, como es el caso de la obra titulada *Ciudadano Kane* que el realizador Orson Welles llevó a la gran pantalla en el año 1941. La ópera como mundo ha sido un término empleado para definir algunas de estas películas (Radigales, 2005; Mortier, 2013).

Algunos autores han matizado cómo este término también puede referirse a aquellas películas que se estructuran y se articulan narrativa, musical y estilísticamente como una ópera —como por ejemplo *Alexander Nevski* (1938),¹¹⁰ de Sergei Eisenstein o *Senso*, película que Luchino Visconti estrenó en el año 1954— (Schroeder, 2002). En el grado más

¹¹⁰ Los estudios han definido dentro de esta categoría grandilocuentes películas que, por su concepción multi-mediática, su puesta en escena, por la función de la música que incorporan en el discurso, o bien por elementos como la planificación y el montaje, bien podrían propiciar grandes óperas (Schroeder, 2002). Algunas películas propias del *cine ensayo*, de hecho, han conseguido expresar reflexiones a partir de la simbiosis que se produce entre la música y el texto, como pueden ser la versión de la wagneriana *Parsifal* que Hans-Jürgen Syberberg realizó en el año 1982, o la versión de *Moses und Aron* que llevaron a cabo en el año 1973 Jean Marie Straub y Danièle Huillet.

profundo de influencia de la ópera como mundo de referencia, dentro del tratamiento cinematográfico, se encuentran aquellas películas que conciben la ópera como una obsesión o como un efecto especial.¹¹¹ Intentan emular el tipo de consumo del arte que han vivido los fanáticos de la ópera durante siglos y que responde a una clase social elevada y a una filosofía cultural muy identificada con las artes clásicas y con la alta cultura (Benzecry, 2011).¹¹² La ópera como obsesión se ha reflejado en la gran pantalla a través de obras como *Diva*, una producción sobre el mundo de la ópera que Jean-Jacques Beineix llevó al cine en el año 1981, o *Fitzcarraldo*, estrenada por Werner Herzog en el año 1985 (Schroeder, 2002, pp. 284-295).

- *Backstage-opera films*

Otra de las acepciones comúnmente asumidas por los estudios que definen la ópera como objeto es el término *Backstage-opera film*. En cierto modo similar a lo entendido como película operística, esta nomenclatura se puso de moda a partir de 1930 en Estados Unidos y también se practicó en Europa de la mano de realizadores como Carmine Gallone. Hace referencia a aquellas películas que querían atraer la audiencia de los teatros de ópera al cine. Para ello se utilizaba la ópera como ambientación o contexto pero, a diferencia de las películas operísticas, normalmente en un registro cómico. En términos generales, en estas obras los argumentos extra-musicales, así como las tramas principales de la historia, se desarrollaban en situaciones relacionadas con el entorno físico del arte. En otras ocasiones los protagonistas eran cantantes o estrellas de la ópera, o bien la trama se mezclaba con el mundo de la producción lírica. De manera significativa, las *backstage-opera films* coincidieron con el surgimiento de un nuevo tipo de cine musical en Estados Unidos (Tambling, 1987, p. 42). En este tipo de películas, la influencia de la ópera como mundo elitista y propio de clases sociales altas, en el que se expresaba la ornamentación, la tragedia y la fantasía del arte en estado puro, sirvió a los cineastas para realizar una crítica —a modo de parodia—,

¹¹¹ Como ejemplos de películas que tratan la ópera como efecto especial de forma grandilocuente pueden destacarse *2001: Odisea en el Espacio*, que Stanley Kubrick estrenó en el año 1969, o la obra *The Hunger*, realizada por Tony Scott en el año 1983. Según los estudios, el éxtasis de ensoñación al que llega el espectador cinematográfico en estas grandes producciones, así como la composición narrativa que entra en juego en la creación de este tipo de películas, son semejantes a la producción de una ópera y a la experiencia de poder apreciarla en la sala de un teatro (Bourre, 1987, p. 99).

¹¹² Esta forma de concebir la ópera como una obsesión artística —quizás la más extendida y común dentro de esta categoría—, no solo ha constituido una mirada expresada por los cineastas. Muchos científicos, artistas o políticos han reconocido practicar habitualmente un consumo de ópera como arte o religión que les transporta a estados placenteros. Este consumo corresponde a un tipo de vida, una filosofía de fondo, unas prácticas culturales y un sentido de pertenencia social (Schroeder, 2002, pp. 284- 295).

de las convenciones sociales impuestas en las artes clásicas (Schroeder, 2002, Joe & Theresa, 2002).¹¹³ En muchas de estas obras, la forma de parodiar se llevaba a cabo a través de la destrucción de la ostentación y la grandilocuencia del arte, como se puede comprobar en *E la Nave Va*, producción de Federico Fellini en el año 1983 en la que se trata el mundo de la ópera como esperpento (Schroeder, 2002, pp. 99-147).

- “Cine musical”

Debe incluirse en este apartado un breve comentario a la descripción del llamado *cine musical*. Hasta los años 30 del pasado siglo, el cine musical en Norteamérica lo constituía aquél tipo de películas en las que se insertaban en la narración las partes más conocidas de operetas y de óperas con un carácter más cómico. A partir de entonces y en los años posteriores, el cine musical se concibió como un tipo de obra pastiche que basaba parte de su discurso en la música, pero esta recibiría influencia de diferentes fuentes, entre las que se incluía la ópera, la música tradicional popular, o el folclore regional, entre otros estilos. Se apuntaba así la evolución natural de la categoría musical hacia estilos más modernos, como pueden ser el *jazz*, el *country*, el *soul*, el *gospel*, el *rock*...etc. En la actualidad, algunos autores defienden cómo las distintas tipologías de ópera en pantalla —en especial la ópera filmada— deberían inscribirse dentro del subgénero de cine musical, no tanto como productos que cumplen las características estilísticas del género cinematográfico en sí mismo, sino de acuerdo a las similitudes que presentan sus sistemas de producción (Radigales & Villanueva, 2011).

- Biopic operístico

Posiblemente, el producto operístico que más ha influido en la imagen que de la ópera han tenido los públicos del siglo XX es el *biopic lírico*.¹¹⁴ Se trata de una película sobre la vida de

¹¹³ Se han analizado distintos tipos de parodia dentro de la tipología del *Backstage-opera film*: desde los ejemplos más sutiles, como la versión de *Carmen* de Georges Bizet de 1915 interpretada por Charles Chaplin, en la que se burlan ciertos valores de la obra en sí misma, hasta la satírica parodia sobre la función social que se asigna al gran arte de la ópera en general, como sucede en *Una Noche en la Ópera*, película de Sam Wood estrenada en 1935 y protagonizada por los Hermanos Marx.

¹¹⁴ El biopic se trata de una subcategoría de cine que continua existiendo en la actualidad y que se manifiesta en todas las temáticas y géneros del arte. Por lo tanto, no constituye un espectáculo exclusivamente operístico, mediado por el cine, la televisión o el vídeo. Las biografías filmicas —*biopics*— han contado con una gran aceptación popular durante todo el siglo XX, ya que se trata de películas inspiradas en la vida de personajes famosos —reales o ficticios—, que por su influencia en distintos ámbitos de la vida pública, despiertan el interés de las sociedades y de las culturas (Bingham, 2010).

algunos de los grandes personajes de la historia que, en el terreno de la ópera, se pusieron de moda entre los años 30 y 40 del pasado siglo. En concreto, el biopic lírico suele hacer referencia tanto a la biografía, como a la obra de los grandes cantantes de ópera —en ocasiones reales, imaginarios, o incluso los propios divos interpretándose a sí mismos—, así como de los compositores más famosos dentro del género musical. Estas películas servían para realizar un pastiche de los grandes éxitos musicales, la arias y los conjuntos procedentes de distintas obras de moda en cada época que interpreta un actor simulando al divo o diva a lo largo de la película.¹¹⁵ Durante el siglo XX, el biopic se ha considerado un producto pensado para un mercado más comercial que otros productos operísticos, ya que su temática recurrente conseguía despertar un mayor interés social, hasta el punto de generar significativos éxitos de taquilla. Se citan los ejemplos de *El Gran Caruso* que Richard Thorpe estrenó en 1950, *La muerte de María Malibrán*, producida por Werner Schroeder en 1971, o algunas de las versiones de la vida del célebre tenor Julián Gayarre producidas por el cine español.¹¹⁶ En todas ellas se dibujan las vidas privadas de los divos y se acentúan los acontecimientos más melodramáticos que favorecen la narración y provocan el interés cinematográfico. Como ejemplos al respecto se citan *Callas Forever*, estrenada en 2002 por Franco Zeffirelli, *Si, Giorgio*, encarnada por Pavarotti y dirigida por Franklin Schaffner en 1982, o la historia de *Farinelli, il Castrato*, estrenada en 1994 por Gérard Corbiau.

- Ópera como recurso diegético

Deba apuntarse también, que algunos autores han distinguido el uso de la ópera en las películas como recurso diegético, para describir aquellas películas en las que se ambienta una escena concreta, se caracteriza a los personajes protagonistas o,¹¹⁷ en un nivel más sofisticado, se provoca una intertextualidad con la obra original en un momento puntual de

¹¹⁵ Aunque casi todas parten de biografías reales documentadas, la tendencia en todas estas películas ha sido mostrar, de una manera selectiva y distorsionada por la ficción narrativa, las personalidades más carismáticas y extravagantes de los divos. Como si contasen con un guion preestablecido, en todas estas películas se destaca la genialidad y el virtuosismo innato de sus voces, que apenas necesitan ser trabajadas, entre otros ejemplos.

¹¹⁶ En la filmografía española coinciden tres películas biopics sobre el legendario tenor Julián Gayarre (1844-1890). La primera película documentada sobre el cantante fue *El canto del ruiseñor*, estrenada por Carlos San Martín en 1934. Un cuarto de siglo más tarde, Domingo Viladomat dirigió *Gayarre* (1959) con la colaboración de un joven Alfredo Kraus que tuvo que ser doblado por su fuerte acento canario. En 1986, fue el tenor catalán Josep Carreras quien se dobló a sí mismo para encarnar a Gayarre en *Romanza final* dirigida por José María Forqué.

¹¹⁷ En ocasiones, el cine parte de la ópera para construir una narratividad que arranca precisamente de la música o de sus personajes. Una especie de *ópera paralela*, como hizo André Delvaux en *Babel Opéra* (1985), película que muestra los avatares de un montaje operístico del *Don Giovanni* de Mozart en formato semi-documental, mientras los trabajadores del Teatro de la Moneda de Bruselas actúan como si fueran los personajes de la ópera —en el plano de la ficción— (Radigales, 2005, pp. 59- 84).

la narración. Se citan, a modo de ejemplos, el uso que otorgó en el año 1990 Francis Ford Coppola en la última escena de *The Godfather, part III* al Intermezzo de *Cavalleria Rusticana* de Pietro Mascagni (Schroeder, 2002), o la intertextualidad provocada con una escena de *La Bohème* en la película *Expiación, más allá de la pasión*, dirigida en el año 2007 por Joe Wright. La ópera como recurso diegético ha constituido una práctica generalizada en todo el territorio internacional, manifestada tanto en el cine clásico, como en las corrientes cinematográficas más alternativas puestas de moda en la segunda mitad del siglo XX. El uso de grandes pasajes de ópera en escenas de cine se ha extendido hasta el punto de reconocer ciertos tópicos y abusos estilísticos. En este sentido, ha resultado recurrente la aplicación ambiental de arias como la de Calaf, *Nessun Dorma*, del tercer acto de *Turandot* de Giacomo Puccini, entre otros ejemplos (Radigales, 2005).¹¹⁸

2.2.2.3. Ópera grabada desde el teatro.

- La ópera documentada

En relación a la segunda variable, aquella que determina el producto en función de su grabación desde el teatro —ya sea en directo o en diferido—, la literatura distingue claramente una tipología de productos denominada *ópera como documento* o *documentada*. En contraste con todos los productos hasta aquí descritos, la ópera documentada es una categoría constituida por las filmaciones producidas desde el teatro para su exhibición en un cine, normalmente de espectáculos operísticos en directo o preexistentes (Radigales, 2005, p. 75). Debe apuntarse que la ópera documentada se puso de moda a partir de la década de los 60 del pasado siglo y se estandarizó gracias al medio televisivo. Como se reconoce como un producto más propio de la televisión que del cine, se tratará con detalle en el apartado siguiente, aunque se considera conveniente incluirla también entre los productos cinematográficos, ya que algunas de estas producciones acabaron proyectándose en la gran pantalla (Wlaschin, 1995).

¹¹⁸En el cine español esta aria en concreto se ha empleado, muchas veces a modo de forma sin fondo, en películas como *Mar adentro*, que Alejandro Amenábar estrenó en el año 2004, o en *You're the one*, obra estrenada en el año 2000 en la que Jose Luis Garci ofrecía a través del pasaje musical una mirada descriptiva de la protagonista, Lidia Bosch, que decidía cambiar de vida y alejarse de los círculos eruditos a los que pertenecía. El reconocimiento de una utilización tópica a veces puede terminar dando al fragmento musical empleado una connotación *kitsch* por su ab(uso) en uno u otro soporte audiovisual, desde el cine hasta la publicidad, pasando por el videoclip (Radigales & Villanueva, 2011).

2.2.3. Síntesis de los conceptos mediáticos tratados.

En las próximas páginas se realizará una síntesis de los principales conceptos estéticos existentes en la literatura que conforma el marco teórico de la investigación. De entre todas las cuestiones tratadas por los estudios sobre la relación entre la ópera y el cine, este escrito se centrará exclusivamente en aquellas que hacen referencia explícita a la influencia de los medios en la creación, en la difusión y en la recepción audiovisual del arte. Se pretende en este apartado esclarecer cuáles son las principales teorías del siglo XX sobre la función del cine en el proceso de audiovisualización de la ópera.

Antes de exponer las principales cuestiones relacionadas con la mediación audiovisual de la ópera reconocida a lo largo del siglo XX, deben exponerse dos ideas previas que ayudarán a contextualizar la mayor parte de las posturas teóricas de los académicos: 1) la justificación sociológica de la ópera en la gran pantalla; 2) su imbricación con la disciplina teatral.

En relación con la primera idea, la literatura coincide en señalar la importancia del público como destinatario final que condiciona el producto cinematográfico.¹¹⁹ Casi todos los autores entienden el cine como un medio idóneo para popularizar el arte de la ópera entre los públicos no necesariamente musicales, sino mediáticos (Balázs, 1978, pp. 231- 234; Schroeder, 2000).¹²⁰ Con respecto a la segunda idea, la mayor parte de los teóricos han estudiado la relación de ambas artes en constante conexión con el teatro (Bourre, 1987; Ishaghpour, 1995; Citron, 2000).¹²¹ En este sentido, casi todos los autores coinciden en

¹¹⁹ Para muchos de los autores, el cine y la ópera constituyen artes basadas en la emoción del espectador, cuyos medios de representación cambian con el paso del tiempo. La ópera se caracteriza por el dominio de la totalidad, de la aproximación del hombre a la naturaleza, al mito y al sentimiento. En este contexto, su principal lenguaje de expresión es la música. El cine, sin embargo, consigue emocionar gracias a la cualidad narrativa capaz de emular acciones humanamente reconocibles por los espectadores (Ishaghpour, 1995, pp. 26, 27, 28).

¹²⁰ A pesar de que la concepción tradicional sobre el público de la ópera es su pertenencia a la élite social, como se ha descrito en el apartado sobre *la naturaleza audiovisual de la ópera*, algunos autores han defendido cómo este fenómeno no tiene que ver con la ópera en sí misma, sino con los lugares donde ha sido representada. Se trata de un elemento externo a ella. Por lo tanto, las óperas llevadas a la pantalla han intentado usar la forma artística más popular del siglo XX, el cine, para romper las barreras sociales y abrir el arte a públicos más amplios (Schroeder, 2002, pp.; Heyer, 2008). En el año 1945 el realizador Bela Balázs ya advertía cómo las posibilidades técnicas del cine podrían desempeñar una popularización de la ópera como arte. El autor no trataba tanto de afirmar un traspaso de públicos entre las artes, sino de demostrar cómo el cine puede ser un medio de expresión apto para un arte considerado elitista por excelencia (Adorno, 2006). Para el autor la atracción del público cineasta hacia la ópera es posible, no en tanto que ópera, sino idealmente entendida como un producto cinematográfico para el espectador más cinéfilo (Balázs, 1978, pp. 231- 234).

¹²¹ Históricamente se ha reconocido en el cine, en el teatro y en la ópera, una necesidad humana común de representar historias y, por lo tanto, muchos autores contextualizan la supremacía del texto narrativo sobre el medio —que ha de ser un medio de carácter temporal— que se utilice para transmitirlo. En este sentido,

afirmar que algunas de las prácticas del teatro —como si de un proceso artístico intermedio se tratase— ayudan a transferir al cine el contenido artificioso y el estilo propios de la ópera (Ishaghpour, 1995, pp. 73-98). Algunos autores también subrayan que el elemento musical que compone la ópera y el cine —y que no se encuentra así como componente del teatro—, es decisivo para defender un mayor acercamiento entre la ópera y el cine que entre el cine y el teatro (Bourre, 1987, p. 14; Citron, 2000, pp. 1-10).¹²²

Finalmente, antes de realizar la síntesis de las principales corrientes en torno a la mediación audiovisual, se considera relevante indicar que la inmensa mayoría de los análisis existentes, de manera exclusiva, se plantean en relación a la ópera filmada como un fenómeno artístico diferencial. En la historia del siglo XX, la ópera filmada ha constituido un producto de referencia para los académicos y para los productores de las artes. De ella parten y en ella se basan la mayor cantidad de los estudios comparativos sobre el medio cinematográfico y el género musical.¹²³

- Remediación formal

Desde el punto de vista estético, la literatura centrada en el objeto de estudio ha cuestionado la capacidad de hibridar el arte del cine y de la ópera en relación a la forma que adquiere la obra artística según el sistema de producción audiovisual empleado.

En primer lugar, las teorías estéticas defienden que es posible hibridar una ópera y una película, mostrando una intención mediática exclusivamente artística, pero que dicho proceso de remediación es imperfecto, ya que suele exigir supeditar las características formales de una de las artes a las necesidades del lenguaje del nuevo medio (Balázs, 1978; Schroeder, 2002; Citron, 2005). Al mismo tiempo, por remediación se entienden y aceptan distintas posturas que puede adoptar el creador: por un lado, el autor puede tener la

Luchino Visconti afirmaba que, para un artista, el cine, el teatro y la ópera, siempre constituían el mismo tipo de trabajo sobre el texto, muy a pesar de la diversidad de los medios utilizados (Bourre, 1987, p. 15).

¹²² Para algunos autores, la expresión de los sentimientos a través de la música es tan real como la representación narrativa de la acción humana que puede expresar el cine. En la ópera y en el cine, como en el teatro, el espectador se mimetiza con el arte a través de la emoción. Esta emoción que en la ópera viene dada por el drama interior de la música y del canto, debe ser transmitida por la puesta en escena cinematográfica. La escenografía asume así la fantasmagoría de la imagen y la supera mediante la consecución de la verosimilitud (Bourre, 1987).

¹²³ Los autores no solo coinciden escoger para sus análisis la ópera filmada de entre todos los productos existentes citados, sino que, además, para justificar sus teorías suelen coincidir en el estudio de los mismos casos históricos. A pesar de que existen centenares de óperas filmadas en la historia del cine del siglo XX, muchos de estos autores utilizan los mismos ejemplos prácticos en relación al trabajo de reconocidos cineastas como Francesco Rosi, Franco Zeffirelli, Hans-Jürgen Syberberg, Joseph Losey, o Ingmar Bergman, entre otros ejemplos (Citron, 2010; Schroeder, 2002; Fawkes, 2000).

intención de popularizar una música preexistente de calidad, en su forma clásica e inmutable, de tal modo que se supedita el arte audiovisual al operístico. Por otro lado, el creador podría intentar encontrar en la obra original y en sus motivos musicales preexistentes, un material para la reinterpretación cinematográfica, pudiendo ejercer mayor libertad en el uso del discurso audiovisual. Ambas posturas generan productos muy divergentes y manifiestan distintas versiones que se han llevado a cabo sobre la remediación artística (Balázs, 1978, pp. 231- 234).¹²⁴

De las descritas aquí, la primera de las posturas ha constituido la forma más aceptada y extendida de entender la relación entre ambas artes, ya que la limitación del lenguaje audiovisual al impuesto por la ópera se reconoce no solo en la ópera filmada, si no que se manifiesta en mayor medida en otros de los formatos cinematográficos citados en el apartado anterior, como la ópera documentada o el film-ópera.

Algunos teóricos han argumentado que esta relación asimétrica entre los lenguajes de ambos medios, es en parte debida al distinto peso que le dan las artes a elementos como el texto interpretado o a la figura del autor como creador de un lenguaje y un estilo propios (Tambling, 1987, pp. 14- 23).¹²⁵ Se acusan también otras causas formales que tienen que ver con la propia preexistencia de la ópera como gran arte musical predecesor del medio cinematográfico, tales como sus convenciones sociales preestablecidas y fuertemente arraigadas, o el respeto por la estructura y la música de la obra original en el proceso de remediación audiovisual, entre otras (Bianconi, 1987; Parker, 1998). En la práctica de los procesos de filmación, dichas problemáticas analizadas por la teoría se han mostrado, en ocasiones, difíciles de superar.

Parte de los elementos formales que manifiestan esta dependencia del lenguaje y de los sistemas de producción audiovisual al discurso operístico, están relacionados con los

¹²⁴ En el primer caso el cineasta no puede usar las mismas técnicas de adaptación que en la novela o en el drama. No puede darse a la ópera un estilo cinematográfico si se considera una materia prima con entidad propia. La causa principal se acusa a que la música que se introduce en el film sin variaciones determina un orden establecido de las escenas. Este fenómeno provoca la rigidez en la acción representada. A diferencia del segundo caso de intencionalidad creadora, mucho más libre en la interpretación, esta tipología de productos fílmicos generalmente practican una estilización escénica más antinatural y sofisticada (Balázs, 1978, pp. 231-234).

¹²⁵ Algunos autores apuntan como uno de los elementos clave en la adaptación de un arte a otro, la distinta importancia que, en el proceso de creación, se le confiere al texto. Por ejemplo, Jeremy Tambling remarca que no ha de existir una autoridad textual por encima de la propia obra que deba respetarse, sino que los textos se rehacen a sí mismos. Es lo que varios autores describen como *intertextualidad*, aquella transposición de uno o más sistemas de signos a otros, acompañada por una nueva articulación. La intertextualidad en el medio cinematográfico y en el operístico implicaría, en cada fisura del texto, poner otro texto o cambiar el original de posición, de tal forma que no predomina ninguno de los dos sobre el restante. La originalidad en el caso de las óperas filmadas debería recaer, según las palabras Patrice Chèreau, en la libre modificación de un texto previo (Tambling, 1987, pp. 14, 23).

propios procesos de filmación de la música, así como con las distintas concepciones espacio-temporales que presenta el producto audiovisual frente a la ópera. A continuación se expondrán las ideas más representativas para nuestro objeto de estudio.

- Adaptación temporal y espacial

En los procesos de mediación cinematográfica que ha sufrido la ópera, la primera de las ideas defendidas, relacionadas con el orden temporal de las artes, es que el espectáculo musical promueve un tipo de narración más lento y estático que el que ofrece el medio cinematográfico.¹²⁶ Asimismo, la duración prolongada de las óperas ha constituido un argumento en contra de la exitosa filmación del arte (Balázs, 1978, pp. 231-234).¹²⁷ Para muchos autores, el gran problema semántico que presenta la relación entre ambas artes es, precisamente, esta adecuación de sus ritmos internos (Citron, 2002). Así, se considera que la ópera, con el fin de poder mostrarse verosímil y de poder evolucionar narrativamente, necesita mucho más tiempo de resolución que el cine. Asimismo, en su estructura interna, la ópera presenta un mayor número de cortes internos provocados por las partes cantadas (Bourre, 1987, pp. 8,9). Por el contrario, como ya hemos tratado en el *estado de la cuestión*, el cine se caracteriza por la continuidad lineal de las acciones. Puede así deducirse que desde el punto de vista temporal, la unificación de ambas artes dependerá muy directamente de las características de la propia ópera —tales como el género, la duración y el estilo interpretativo empleado—, así como de la dirección estilística del proyecto (Steichen, 2009, pp. 24- 30). En base a esta idea, algunos autores han defendido que no todos los géneros operísticos se muestran igualmente idóneos para ser adaptados al medio cinematográfico (Citron, 2000, p. 2). Podrían, incluso, plantearse estrategias de adaptación que permitan emplearse en cualquier ópera, como los cortes musicales para favorecer la recepción temporal de la nueva obra audiovisual (Balázs, 1978, pp. 231- 234).¹²⁸

¹²⁶ Existe un pensamiento generalizado que defiende que la ópera es más lenta y estática que el cine. Algunos autores han argumentado al respecto que dicha lentitud no se corresponde a un hecho inherente a la ópera sino que actúa como un total deliberado deseo de acentuar la acción de diferentes formas y en diferentes momentos. Por lo tanto en ambas artes, el tiempo es un elemento que depende del creador, no de la obra (Tambling, 1987, pp. 13- 39).

¹²⁷ En el caso de la ópera, el dominio del tiempo narrativo ---factor considerado determinante del éxito tanto en el género lírico como en el cine---, queda limitado por la música. Por lo tanto no se mueve en los mismos parámetros que el cine, sino que evoluciona más lentamente (Bourre, 1987, pp. 8,9).

¹²⁸ Bela Balázs constituyó uno de los primeros cineastas en defender que las óperas debían acortarse musicalmente para poder adaptarla al cine de manera exitosa. Las reducciones dramáticas tendrían que adecuarse así a las musicales, sin alterar por ello el espíritu de la obra (Balázs, 1978, pp. 231- 234).

En relación a la estructura temporal de la obra, muchos autores han establecido paralelismos entre el orden y la finalidad de ciertas partes de la narración cinematográfica y operística. Algunos teóricos, por ejemplo, han centrado sus análisis en los paralelismos que pueden encontrarse en las oberturas operísticas con los títulos de crédito audiovisuales (Varon, 2012, pp. 91- 113). En estas partes se persigue captar la atención del espectador y situarle en el género y en la historia a partir de un sonido y una imagen que puedan evocar una síntesis del desarrollo narrativo de la historia (Schroeder, 2002, pp. 85- 96).¹²⁹ Similares paralelismos se han planteado sobre algunas partes de las obras que presentan funciones más reflexivas que narrativas, como las arias de ópera y los monólogos interiores subjetivos de los personajes en las películas. También se ha comparado la función de las escenas de transición del cine, con la incorporación, en la ópera, de ciertos pasajes musicales como los intermezzos o los ballets —partes de las óperas que no están presentes en todas las óperas, sino que su incorporación depende de la voluntad y el gusto del compositor—.

Otra de las cuestiones estéticas que han centrado los intereses académicos, es la relación de ambas artes con el espacio de representación. Desde una perspectiva práctica, el cine ofrece una mayor libertad escénica gracias al empleo de técnicas de grabación móvil en interiores y en exteriores. Por el contrario, la escenografía de la ópera queda limitada, en términos espaciales, por el escenario, el foso de la orquesta y los decorados (Bianconi, 1987). A pesar del condicionante físico que sufre la ópera en comparación con el cine, muchos autores han defendido, desde un planteamiento teórico, que el espacio recreado por el medio cinematográfico no debería concebirse a priori de forma incompatible con la escena de una ópera, ya que deben tenerse en cuenta otros elementos creadores de significado, como la música (Donington, 1990). Para muchos autores, la música es capaz de recrear un espacio inmenso a partir de una escena cerrada, de forma similar a la prolongación espacial del universo narrativo que, gracias al montaje, es capaz de emular el propio cine.¹³⁰ De este

¹²⁹ En la historia de la ópera en pantalla, se reconocen múltiples maneras de afrontar la narración estilística audiovisual de la obertura. En todas ellas, el factor determinante de una exitosa interpretación cinematográfica de la obra original, es el grado de conexión con la música con el que el director planifique la realización. Si se da esta relación previa música-imagen, en el empleo de los múltiples efectos visuales _como la superposición de títulos de crédito, el uso planos de los músicos o de la propia narración, entre otros_, queda más asegurado que el ritmo y la segmentación de la narración visual colabore de acuerdo al sentido conceptual de la música (Varon, 2012, p. 113).

¹³⁰ De acuerdo con las ideas de Jean- Paul Bourre (1987), prestigiosos realizadores como Sergei Eisenstein, Luchino Visconti, Ingmar Bergman o Federico Fellini, eran capaces, gracias al elemento musical, de multiplicar la extensión hipnótica y sonámbula de la imagen en sus películas. Puede deducirse de estas ideas que, en cierta forma, la inmensidad de un mundo recreado para el espectador gracias a la movilidad de la imagen, puede asemejarse a la inmensidad que recrea la música en la historia que cuenta la ópera. Así, se entiende que las ventajas del lenguaje cinematográfico quedan parcialmente también conseguidas con el lenguaje musical.

modo, se reconoce que la concepción espacial del lenguaje cinematográfico puede equipararse a la capacidad de evocación espacial que contiene el lenguaje de la música (Bourre, 1987).

La tercera idea formal hace referencia tanto al tiempo como al espacio de representación. Casi todos los autores hablan principalmente de la pérdida de fidelidad del espectáculo operístico en su proceso de mediación cinematográfica. Existen diversas posturas en relación a si la filmación de una ópera puede modificar la esencia del espectáculo original, sobre todo en aquellas producciones fílmicas que parten de la grabación de una representación desde el teatro.

Las posturas que analizan la reproducción mecánica del arte de la ópera en formato audiovisual, quedan divididas según el análisis del tipo de producto mediático al que hacen referencia. Por un lado, aquellas que hablan de la ópera filmada, admiten una mayor libertad en el proceso de remediación artística. Algunos autores se remiten a las ideas de Walter Benjamin (2005) para cuestionar la idoneidad de preservar el aura de la ópera original en la versión mediada. Frente a teorías más escépticas acerca de la posibilidad de que una historia operística, una vez filmada, pueda conectar con el espectador tras la pérdida de las convenciones teatrales de la representación,¹³¹ algunos autores piensan que en este tipo de productos, el proceso de mediación no debería preocuparse por interferir o modificar la esencia del texto original, ya que se conciben como obras artísticas propias y nuevas y, como tales, no han de distinguirse por su capacidad de sugerir verdades permanentes preexistentes (Abel, 1993, pp. 163- 178; Citron, 2000; Morris, 2010, pp. 96-119).¹³² Por lo tanto, la ópera en el cine —ópera filmada— haría posible otro camino que, mediante la ausencia o el despojo de sus asociaciones áureas, podría generar una nueva versión artística de la ópera (Tambling, 1987).¹³³ Para reforzar esta idea, algunos autores defienden cómo en la propia ópera nunca ha existido un único camino a la hora de

¹³¹ Autores como Sam Abel han defendido que la ópera en formato audiovisual, separa al espectador de la obra, ya que rompe el vivo de la representación al reproducir la magia mecánicamente, de tal manera que la audiencia tiene más dificultades para identificarse con el espectáculo que ve ---un espectáculo que sigue siendo ópera pero en el cine cuesta reconocerse como tal--- (Abel, 1996, pp. 163-178).

¹³² A pesar de la postura de Sam Abel, otras teorías defienden que la empatía con la música que sufre el espectador es elemento que consigue el equilibrio ante la menor credibilidad que supone el artificio operístico en la gran pantalla, apreciada entonces sin las condiciones presenciales (Citron, 2000).

¹³³ Según autores como Jeremy Tambling (1987), el texto operístico, en sí mismo, permite producir un nivel de interioridad y de concreción narrativa más allá del que pueda ser sugerido en términos musicales. Por ello, no es claro que la música sea un medio lo suficientemente sutil como para transmitir una gradación de significados. Es por este hecho que la ópera tiene a veces mayores afinidades con el melodrama y con sus técnicas de representación y, como tal, ofrece un material prestado naturalmente a ser reínterpretado por la mirada del cine ---cuyo nivel de alcance del detalle narrativo es mayor--- (Tambling, 1987).

interpretar el texto original. De hecho, la ópera se considera un espectáculo musical cuyo motor artístico lo ha constituido la representación en vivo. Por lo tanto, cada vez que se representa en directo, el texto original de la partitura es reinterpretado bajo la mirada de un nuevo equipo artístico (Schroeder, 2002, pp. 296- 340).¹³⁴ Así, según estos autores, tiene pleno sentido aceptar que en el proceso de mediación audiovisual, la obra cinematográfica puede mostrar una nueva intención estética y dramática que el director imprime sobre el texto original, sin quedar condicionada por el mismo.¹³⁵ Los autores añaden que estas modificaciones, desde un punto de vista estético, no deberían plantearse como un fin en sí mismas, sino que deberían pensarse como posibilidades al servicio de la nueva mirada creativa (Schroeder, 2002, pp. 1-10, 296-340).

Por otro lado, en relación a aquellos productos audiovisuales derivados de los espectáculos filmados desde el teatro —como las óperas documentadas—, las múltiples teorías en torno a la grabación de la ópera admiten, en general, menos libertades sobre el grado en que la reproducción mecánica de la obra puede mostrar modificaciones con respecto al original y la importancia de preservar el vivo de la representación (Auslander, 2002).¹³⁶ Al no ser concebidas como obras artísticas independientes, la tendencia general en la práctica de todas las películas resultantes de una producción en vivo, es la limitación de sus técnicas de producción audiovisual para no intervenir en el espectáculo original (D'Agostino, 2010). Además, estos productos audiovisuales han solido quedar determinados por ese primer y único momento de grabación del evento (Morris, 2010, p. 98).¹³⁷ Estos dos factores reducen en gran medida las aportaciones artísticas, puramente audiovisuales, que podría ofrecer el nuevo lenguaje en contacto con la obra. Se reconoce en esta tipología de productos, una priorización de la mediación en tanto que transmisión del espectáculo

¹³⁴ Se asume así que una ópera nunca se representa de la misma forma. Incluso, hasta los propios compositores musicales como Mozart o Haydn incluían modificaciones y reescrituras en su propio material artístico, una vez estrenado (Schroeder, 2002, pp. 296- 340).

¹³⁵ Dicha intención ha sido entendida muchas veces, de forma peyorativa, ya que se manipula la esencia original de la obra. Sin embargo, la teoría sobre la ópera filmada es partidaria de entender la técnica cinematográfica como un lenguaje capaz de enriquecer la mirada de la nueva interpretación y superar las limitaciones de la puesta en escena operística. También en relación a la disposición temporal, algunas de estas técnicas podrían permitir romper la representación lineal cronológica de los acontecimientos narrativos (Schroeder, 2002, pp. 1-10, 296- 340).

¹³⁶ Como ya se ha expresado, el directo ha constituido el principal motor artístico del negocio operístico desde sus orígenes (Parker, 1998, p. xi) y representa la principal preocupación artística de los organismos actuales. Es precisamente esta característica fundamental la que podría perderse con la mediación de la obra entendida como una simulación o trasmutación del medio presencial al medio audiovisual.

¹³⁷ Muchas veces dicho momento ha quedado condicionado por el escaso tiempo del directo y los recursos materiales de los que disponen los teatros (D'Agostino, 2010).

representado, por encima de la remediación que comportaría la nueva narración cinematográfica de la historia musical, como sucede en el caso de la ópera filmada. Aunque el formato en el que a veces se han acabado consumiendo este tipo de obras sea el cinematográfico, el lenguaje audiovisual empleado en la filmación responde a las características de la lógica mediática televisiva, tales como la transparencia, la inmediatez o la telepresencia producida en el espectador incluso cuando la representación no ha sido retransmitida en directo. Se citan, como ejemplos de filmaciones de óperas desde los teatros, las sesiones matinales que se programaron durante el periodo de 1965 a 1973 en el teatro Kosmo-Kino de Viena, donde se proyectaban títulos populares de ópera y de otros espectáculos musicales, grabados en el formato cinematográfico de 35 mm (Bertz-Dostal, 1973, p. 2).¹³⁸

A pesar de que domina una perspectiva televisiva, muchos teóricos han advertido que, sin dejar este enfoque de lado, las películas grabadas a modo de *documento* del siglo XX, deberían haber podido explorar técnicas audiovisuales capaces de trasladar la emoción del directo de la música, en el proceso de mediación cinematográfica (Ishaghpour, 1995, pp. 39-43).¹³⁹

- Sistemas de producción cinematográfica

Gran parte de estas cuestiones formales que han centrado los estudios sobre los productos cinematográficos, está basada en los sistemas de producción que se han puesto en práctica durante pasado siglo. Se citarán a continuación aquellas prácticas generales, impuestas por ambas industrias, que han determinado la estética y la definición audiovisual de los productos operísticos.

En primer lugar, debe exponerse una reconocible tendencia de filmación de la ópera inscrita dentro de la tradición y de las convenciones sociales practicadas en los teatros de ópera de los siglos XIX y XX.

¹³⁸ A las sesiones matinales se invitaban a reconocidos cantantes de ópera, directores o bailarines, para que pudieran ver su trabajo escénico en la gran pantalla. Muchos de ellos reconocían, de hecho, que era la primera vez que podían apreciar el resultado estético de la producción. Con este tipo de iniciativas, en los años 60, los impulsores del proyecto quisieron volver Viena una ciudad cinematográfica y musical (Bertz-Dostal, 1973, p. 2).

¹³⁹ Atendiendo a la perspectiva del espectador, el cine y la ópera juegan con la evocación irracional del afecto, los sentimientos y la pasión. Intentan provocar una comunicación entre el espectáculo y su público capaz de generar en este último un choque emotivo. Algunos autores han defendido al respecto cómo, más allá de la supremacía de la obra operística original, la construcción de tales emociones en el cine debería suplirse por otro tipo de técnicas melodramáticas —en este caso a partir del lenguaje fílmico— que generasen la misma evocación de sentimientos en el espectador (Ishaghpour, 1995, pp. 39- 43).

Por un lado, la escenografía empleada en las filmaciones ha seguido respondiendo a una estética estilizada, heredada de las representaciones del vivo. Esta estética se ha manifestado, incluso, en muchos de los productos que responden a una lógica cinematográfica como la ópera filmada o el film-ópera. Por otro lado, en la propia obra audiovisual resultante, muchas veces el entorno físico se ha mostrado dentro de la propia representación: el uso de planos de la orquesta o del director ha ayudado a crear esta dimensión de mito y ha reforzado una estilización *no natural* de hecho filmado, muchas veces, para preservar el recuerdo y el clima de la representación teatral —que constituye, en el fondo, la referencia que tiene el público sobre el arte de la ópera— (Benjamin, 2005, pp. 105-126). Esta tendencia estilística separa al espectador de la narración y le acerca al *pathos* musical más propio de la contemplación del espectáculo (Ishagpour, 1995). Las óperas documentadas, por ejemplo, difícilmente han podido ser entendidas por el público liberadas de la tradición de la asistencia al espectáculo presencial (Tambling, 1987).

Esta adscripción a las convenciones teatrales que ha protagonizado la filmación de ópera encuentra su lógica, para algunos autores, en la necesidad de hacer frente a las diferencias estéticas que presentan los dos medios de expresión. Así, durante el siglo XX, incluir el artificio de la ópera dentro de la propia filmación, se ha concebido como una herramienta para ayudar al nuevo espectador a situarse, de forma más familiar y natural, en el mundo de la ópera, pero al mismo tiempo le ha alejado de la hipermedialidad narrativa propia del cine (Balázs, 1978, pp. 231-234; Bolter & Grusin, 2000, pp. 3-11).¹⁴⁰

En segundo lugar, los propios procesos de filmación de las óperas, así como los sistemas de producción empleados, han respondido a posturas estéticas divergentes sobre elementos como el empleo de la técnica en la narración, la estructuración de la obra o la adaptación interpretativa del espectáculo, entre otros factores. De entre los principales inconvenientes que se han reconocido, se destacan la cualidad poco dinámica y algo teatral de la

¹⁴⁰Así, en los años 50 del pasado siglo se pensaba que la adquisición de un estilo operístico podría ofrecer una imagen realista de la ópera en el cine, ya que se trataba de una toma fiel de la realidad “operística” y su mundo, ya conocidos por el espectador de aquella época (Balázs, 1978, pp. 231- 234). De esta forma se favorecía la mayor naturalización de la temática artística en el nuevo medio. Para estos autores, la ópera debía traspasar sus convenciones al cine para ser aceptada por el espectador. En este proceso, por ejemplo, los cantantes debían actuar dentro de un entorno “estilizado” para mostrarse creíbles. Estos, que podrían parecer ridículos en una calle, no lo eran si se situaban sobre un escenario ya que el espectador aceptaba la convención. A su vez, el lenguaje del cine debía articularse con el estilo primitivo exigido e impuesto por la música, ya que las óperas han sido compuestas en textos antiguos y altamente estilizados, conservando una estructura arcaica. Bajo esta estructura, la escenografía podía recrearse en exteriores admitiendo cierta naturalidad, pero siempre dentro de la teatralidad que necesita una ópera en su representación. Asimismo, para muchos autores la existencia de un decorado y un *atrezzo* debía ser percibida por los espectadores con el fin de no romper su tradición en las formas de representación. Solo así podría ser aceptada dentro de un nuevo medio como el cine (Balázs, 1978, pp. 231- 234; Tambling, 1987).

escenografía tradicional operística, la ausencia de libertad interpretativa impuesta por el estilo musical, o la dificultad de superar la lentitud de ciertos pasajes orquestales como las oberturas. Todos ellos afectan tanto a las óperas filmadas desde los teatros, como a las nuevas creaciones artísticas hibridadas, y se han reconocido como factores altamente determinantes en la consecución de una fidedigna imagen audiovisual de este arte y de sus creadores (Balázs, 1978, 231-234; Tambling, 1987; Citron, 2000).¹⁴¹

En relación a los procesos de filmación, existen diferentes posturas, por ejemplo, sobre la grabación del cantante. A lo largo de la historia varios autores han teorizado en torno a la problemática filmación del canto lírico (Tambling, 1987; Atkinson, 2006, pp. 95- 108; Heyer, 2008; Morris, 2010; Esse, 2010). Las arias de ópera donde los divos muestran el virtuosismo vocal, generalmente excluyen avances en la trama, con el fin de que el espectador se centre en la música. Sin embargo, desde el punto de vista estético, la utilización de los primeros planos en estas partes solistas se considera desagradable y, para los públicos más operófilos, intrusivo al permitir recrearse en el gesto forzado del cantante e interferir en la escasa narración musical (Donington, 1988, p. 281). Sin el uso de planos cortos y cerrados sobre el cantante, las escenas operísticas no narrativas se vuelven más estáticas, fenómeno que ha resultado difícil de solucionar mediante el lenguaje cinematográfico (Tambling, 1987, pp. 13- 39).¹⁴² La filmación del canto resulta, si cabe, más problemática en aquellos productos audiovisuales operísticos más propiamente narrativos, considerados obras de arte en sí mismas, como el film-ópera la ópera filmada. En ellos se prescinde de la grabación en el propio teatro y, por lo tanto, se pierde la alusión al espectáculo presencial y la consecuente capacidad de aceptación del artificio gestual dentro de las convenciones del arte. En este sentido, el cine se considera un medio que exige la verosimilitud y el realismo en sus formas, por eso se ha tendido a sincronizar en él la separada concepción del sonido y de la imagen. Para favorecer esa condición realista, en estos productos más narrativos, como las óperas filmadas, con frecuencia se han empleado

¹⁴¹ Los factores que se citan a continuación como ejemplos, han condicionado muchas veces la exitosa reinterpretación que de la ópera pudiera hacer el arte audiovisual: la puesta en escena antinatural de la ópera filmada se materializa en la rigidez en la acción, volviéndose más grotesca y teatral que en el escenario. Al mismo tiempo, la falta de naturalidad de la ópera aumenta con la presencia visible de la orquesta. Cuando una ópera se filma, el cine recrea y fotografía este ambiente propio del set operístico, dejando de un lado la estilización del arte y quedándose únicamente con el *estilo* de la ópera, el cual queda condicionado por la música. Despegado de sus convenciones sociales y de su contextualización teatral, el arte filmado se muestra más artificial que el espectáculo en vivo y en directo de la ópera (Balázs, 1978, pp. 231- 234).

¹⁴² Varias soluciones se han llevado a cabo para intentar agilizar cinematográficamente las arias de ópera, tales como el doblaje de actores para presentar una actuación más natural en los pasajes virtuosísticos y prestarse más al medio, o la simulación del monólogo interior mediante la superposición de imágenes que quieren transmitir pensamientos del cantante, entre otros.

técnicas como el *Playback*, el doblaje o el uso de efectos de sonido que intentaban conseguir esa esencia verosímil de la película, frente al mayor artificio de la ópera (Citron, 2000, pp. 14, 15).¹⁴³ Se apuntan como ejemplos la versión cinematográfica de *Parsifal* que Syberberg produjo en 1982, *La Traviata* estrenada el mismo año por Franco Zeffirelli de la mano de estrellas como Teresa Stratas y Plácido Domingo, o la interpretación de Luciano Pavarotti y Edda Gruberová en el *Rigoletto* verdiano que Jean-Pierre Ponnelle estrenó en 1983 (Radigales, 2005, pp. 80- 83). Además de este tipo de técnicas, otros recursos se han ido repitiendo para evitar el primer plano del cantante. Se citan, por ejemplo, la recreación de flashbacks visuales en el momento de la interpretación del aria, y la simulación del monólogo interior, entre otros recursos (Tambling, 1987). Aunque todos ellos han tratado, en el fondo, de superar el estatismo narrativo del discurso operístico, también han evitado mostrar la cara más real, cruda y física del mundo de la ópera y sus cantantes. Este fenómeno ha contribuido a recrear una imagen social de la ópera alejada de las acciones humanas reconocibles, capaces de provocar sentimientos compartidos entre los espectadores y el arte (Radigales & Villanueva, 2011).

Otra de las cuestiones que ha planteado numerosos espacios de reflexión la constituye el uso de la cámara y la intención simbólica de la planificación cinematográfica. Como primera idea debe manifestarse que, a partir de los años 70 del pasado siglo, los directores han ido incluyendo en su versión grabada del espectáculo, cada vez más recursos propios de la planificación y del montaje fílmicos, con el fin de provocar una mayor accesibilidad a la intimidad de la narración. Sin embargo, existe un consenso académico al afirmar que el siglo XX se ha caracterizado por utilizar procesos de filmación de la ópera en el teatro que no han traspasado los límites del espectáculo escénico. Estos límites han impedido colocar la cámara dentro del set, permaneciendo siempre fuera del espacio escénico y favoreciendo una visión frontal del espectáculo (Morris, 2010; Esse, 2010).¹⁴⁴

En relación al montaje cinematográfico, se reconoce también una mayor intención simbólica en la planificación de aquellas obras narrativas creadas expresamente para el cine, como las óperas filmadas o las film-óperas (Citron, 2000, p. 12). En muchas de ellas, la

¹⁴³ Por ejemplo, en el *Playback*, los cantantes imitaban su voz en silencio para post-producir encima su interpretación musical, grabada previamente en un estudio. Otras veces, incluso, se ha contratado a actores famosos que eran doblados por los divos, para darle mayor credibilidad al gesto, o se han introducido ruidos naturalistas que aportan realismo a la trama en la recreación de los espacios escénicos abiertos, entre otros recursos (Citron, 2000, pp. 14, 15).

¹⁴⁴ En la práctica de la ópera en el cine, en especial aquella ópera documentada desde los teatros, se suele excluir la incorporación de planos subjetivos, de planos desde dentro del espacio de la acción dramática, o el uso de flashbacks o flashforwards, entre otros recursos que favorecen la inmersión cinemática en la narración.

cámara podría servir para establecer relaciones dramáticas y narrativas con el texto original de la ópera, ya que, como se ha tratado, la planificación constituye la herramienta que guía la mirada del espectador (Balázs, 1978, pp. 231- 234).¹⁴⁵ En esta línea, muchos directores de cine han procurado basar su planificación cinematográfica en las inflexiones musicales que ofrece la partitura (Citron, 2010, pp. 97- 135). En especial, se han intentado coordinar narrativamente las partes musicales que imponen un ritmo interno sobre la duración y el uso de los planos cinematográficos (Fabian, 1983). También se han practicado asociaciones simbólicas con otros elementos, como el punto de vista cinematográfico —asociado no al espectador sino a alguno de los personajes—, el empleo de los movimientos de cámara y los zooms para subrayar momentos de intimidad o el interés de la narración, o la utilización de ángulos agudos y variaciones de focos en la óptica del plano, para emular estados de ánimo de los personajes, o dobles interpretaciones de la trama, etc. (Belton, 1980, pp. 20- 27; Branigan, 1997, pp. 73- 102; Monaco, 2000, pp. 80- 82; Citron, 2005, pp. 203- 40). Muchas de estas técnicas de realización han conseguido imprimir un grado de mayor subjetividad en las obras filmadas, de tal modo que contribuyen a reforzar la figura del realizador en relación a la autoría final de la obra de arte. Se ha destacado en este sentido la producción del director Jean-Pierre Ponnelle, que durante los años 60 y 70 del siglo XX realizó en base a técnicas cinematográficas más de 15 óperas filmadas para televisión (Citron, 2010, p. 97).¹⁴⁶

2.2.4. Conclusiones.

Como bien se ha podido tratar en la síntesis expresada a lo largo de estas páginas, desde los puntos de vista artístico, sociológico, comercial y mediático, las manifestaciones fílmicas de la ópera se han reconocido como múltiples y divergentes. Para algunos autores, en el

¹⁴⁵ Según Marcia Citron (2000), directores como Peter Sellars han utilizado ciertos planos para transmitir simbólicamente conceptos como la violencia o el mundo decadente de la sociedad. Trataban con ello de realizar una crítica subjetiva en un contexto cultural determinado.

¹⁴⁶ Jean-Pierre Ponnelle ha constituido, según la teoría, uno de los realizadores que más conciencia estética ha planteado en sus trabajos, en relación a la unión que debe establecerse entre el texto, la música, el montaje y la narración en las óperas en pantalla (Citron, 2010, pp. 97- 99). Para el director, es necesaria una visión musical en la concepción de una obra cinematográfica. Así, el uso simbólico de la cámara constituía un modo de expresar la subjetividad de la interpretación cinematográfica del texto operístico. Mediante la práctica de técnicas que potenciaban lo individual, como el juego con los puntos de vista del espectador, el uso de zooms y cambios de foco, o el doblaje musical y la superposición de pasajes cantados en planos cortos de personajes para emular pensamientos internos, Ponnelle conseguía minimizar la ideología estética propia de las óperas filmadas para cine, acercándose más a una intimidad dramática más característica del medio televisivo. Se recomienda consultar las obras de referencia sobre las aportaciones estéticas del director de Wolfgang Willaschek (1989), o Max W. Busch (2002), entre otros (Citron, 2010, p. 270); Willaschek, w. (1989). *Jean-Pierre Ponnelle: Arbeiten für Salzburg 1968- 1988*. Salzburg, Salzburg Festspiele; Busch, M. (2002). Jean-Pierre Ponnelle, 1932-1988, en *Stiftung Archiv der Akademie der Künste*, Berlin, Henschel Verlag.

contexto de la democratización del arte, el crecimiento de la ópera como un fenómeno altamente especializado, podría haber coincidido justo en el momento en el que una reproducción mecánica hiciera posible la ruptura del aura y se consiguiera manifestar de formas más populares (Tambling, 1987). Sin embargo, el uso social que la élite dirigente ha conferido a la ópera, parece haber preservado en ella parte la ideología del *art pour l'art*, más propia de las artes clásicas. La ópera, aun habiendo asumido todos los esfuerzos fílmicos por mostrarse popular a ojos de las audiencias, en la época del cine ha permanecido más cercana al plano de la especialización y del elitismo, subrayando la idea de Walter Benjamin sobre la existencia de ciertos límites para que un arte como el suyo transmita valores universales a través de este medio (2005, pp. 105- 126).

La remediación cinematográfica de la ópera, a pesar de estar basada en una naturaleza audiovisual que da sentido a la unión de ambas artes, ha quedado fuertemente determinada por las convenciones teatrales del siglo XIX en las que el espectáculo ha sido entendido.

Por un lado, en la estética de las óperas filmadas, con el fin de mostrarse verosímil en el nuevo medio, se ha priorizado la estilización formal del arte y sus prácticas sociales. En este sub-género cinematográfico se ha potenciado aquella lógica cinemática más propia de la inmersión narrativa, de la verosimilitud escénica y de la linealidad temporal. Pero lo ha hecho sin desprenderse del artificio y del realismo mágico que es propio de la ópera, de tal modo que no se han potenciado otras propiedades del medio, como la naturalidad, el realismo o la continuidad generada por el lenguaje cinematográfico. Este se ha puesto al servicio de la música. Las óperas filmadas, no obstante, han despertado el interés de los cineastas por el reto artístico que ha supuesto, y todavía supone hoy, reinterpretar un arte tan complejo (Mortier, 2013). Todos ellos han sentido la necesidad de filmar la ópera para acercarla a la sociedad.

Por otro lado, la mayor parte de los productos cinematográficos filmados desde los teatros, han quedado no solo inscritos en las convenciones sociales del arte, sino también fuertemente determinados por la postura no intervencionista sobre el espectáculo en vivo propio de la ópera (Morris, 2010, pp. 98, 99). Puede afirmarse, por tanto, que la relación entre la ópera y el cine se ha considerado artísticamente asimétrica, ya que el directo y el entendimiento del arte de la ópera en su contexto cultural y social, han limitado el uso de las técnicas más narrativas.

Los éxitos históricos que los productos operísticos cinematográficos han conseguido durante el siglo XX, se han considerado artísticamente puntuales y anecdóticos, debido a una falta de entendimiento entre ambas miradas narrativas y productivas, pero, sobre todo,

debido a la existencia de fuertes críticas por parte de los expertos: la ópera en el cine reduce la calidad técnica de los productos, anula la magia de la representación en vivo y manipula el material narrativo y musical de forma arbitraria (Schroeder, 2002).

En los últimos tiempos, algunas posturas estéticas han defendido la idea de una recreación de ópera cinematográfica —en todas sus manifestaciones formales que se han tratado en este apartado— no tanto como la imagen de la realidad operística —aceptando su artificio—, sino como la realidad de una imagen nueva, producida en su contacto con el medio. Aunque el resultado puede considerarse, en ocasiones, algo manierista o excesivo, el medio del cine se ha reconocido capaz de transmitir el idealismo, la pasión, el artificio, el efecto y el afecto, sin despojar a la ópera de su esencia semántica (Ishaghpour, 1995, pp. 71-98). Esta investigación, en el capítulo 4, tendrá la oportunidad de analizar en profundidad cómo lo consiguen genuinamente dos de las películas sobre *Don Giovanni* de Mozart, llevadas a la pantalla en distintos periodos históricos.

LA ÓPERA Y LA TELEVISIÓN ANALÓGICA

2.3. La ópera y la televisión analógica

Desde sus orígenes en los años 50, la televisión ha constituido uno de los medios de comunicación de masas más influyentes de la cultura contemporánea (Siepmann, 1950; Rings, 1964; Morley & Silverstone, 1990). Además de considerarse el espacio natural del espectáculo, donde también puede potenciarse la narración cinematográfica,¹⁴⁷ la televisión enseguida se constituyó un instrumento de democratización de la vida social (Bechelloni, 1989, pp. 59, 63).¹⁴⁸

Como medio de comunicación audiovisual, la televisión ha facilitado significativamente el acceso de los públicos al arte operístico (Alier, 2008, p. 53). Debido a su enorme implantación social, desde el principio la ópera ha mostrado un elevado interés por acercarse al medio y a su mundo, generando importantes capítulos y protagonistas a lo largo del siglo XX.¹⁴⁹ Los primeros teóricos del medio manifestaron las posibilidades de la televisión como una herramienta comunicativa más flexible que el cine, capaz de poner en práctica las experimentaciones necesarias de aquellas nuevas miradas que intentaban desarrollar un nuevo y más libre lenguaje operístico (Lee, 1944, pp. 108- 109).¹⁵⁰

Del mismo modo, durante el siglo XX, la ópera ha constituido un material musical del que se ha nutrido la televisión para completar su oferta cultural. Durante más de 60 años la programación operística en abierto, aunque minoritaria, ha sido constante entre otros motivos por la responsabilidad social que comportaba este medio como transmisor de

¹⁴⁷ Para algunos autores, el espectáculo es solo una parte de la televisión, así como lo es la información. De hecho, se reconoce que en el espectáculo y en la información, lo que consigue estar en el centro de la atención colectiva es justamente la dimensión de la narración, de la historia (Bechelloni, 1989, p. 63).

¹⁴⁸ En los años 50, la televisión se constituía como un medio sensorial y promotor de nuevos lenguajes, capaces de hablar de otra forma de la sociedad, así como de construir nuevas identidades colectivas. Desde sus inicios, también se reconocía en el medio una función narrativa similar a la del cine. Sin embargo, prevaleció una presencia de contenidos referibles a la “modernidad”. Estas miradas sobre la auténtica naturaleza del medio televisivo hicieron reflexionar a los críticos sobre su relación con el arte de la ópera (Bechelloni, 1989, pp. 59, 63).

¹⁴⁹ Los estudios que analizan las relaciones entre la ópera y la televisión quedan normalmente recogidos en trabajos de investigación más amplios, centrados en las relaciones que la ópera establece con el cine o el vídeo (Senici, 2012, p. 45). La mayor parte de estas investigaciones muestran su interés por los casos prácticos, orientados al análisis de obras producidas expresamente para la televisión, como el capítulo que Marcia Citron destina a *Owen Wingrave* de Benjamin Britten en su libro titulado *Opera on Screen*, o el análisis que presenta David Schroeder sobre el trabajo de Peter Sellars en *Opera's Illusions, Cinema's Allure*, ambas consideradas obras de referencia internacional sobre el estudio de la ópera en pantalla.

¹⁵⁰ Según los primeros escritores sobre la televisión, gracias a las nuevas posibilidades que presentaba el medio, diversos elementos compositivos como la música podrían encontrar su propia generación de compositores y guionistas capaces de preparar partituras y libretos expresamente para su difusión en la pequeña pantalla (Lee, 1944, p. 108).

valores culturales (Medina & Ojer, 2009).¹⁵¹ Aunque en países como Estados Unidos e Inglaterra —precisamente por dicho valor cultural— la ópera ha estado presente en las programaciones de importantes cadenas generalistas como la BBC o la americana NBC (Briggs, 1995, p. 395),¹⁵² las relaciones surgidas entre la ópera y el medio, desde un punto de vista teórico, se considera un campo académico todavía por explorar (Senici, 2012, p. 45). A excepción de las investigaciones desarrolladas por autores como Helga Bertz-Dostal (1970, 1973) —de carácter recopilatorio—, Brian G. Rose (1986) o Jennifer Barnes (2003) —estos últimos con una intención más especulativa—, así como numerosos artículos escritos por profesionales del sector entre los años 50 y 70 del pasado siglo,¹⁵³ resultan muy poco numerosos los manuales bibliográficos destinados al objeto de análisis en el contexto actual.¹⁵⁴ Asimismo, la literatura existente ahonda en el estudio comparativo de un número limitado de casos de lo que se denomina *Television Opera*, normalmente desde una perspectiva estética, dejando de lado las características del medio o las posturas más musicológicas y sociológicas (Barnes, 2003, p.2; Senici, 2012, p. 45).

Varias parecen constituir las razones que justifican la complejidad de posibilitar un estudio multidisciplinar de la materia. Por un lado, los estudios de ópera han quedado enmarcados dentro de la perspectiva de la teoría cinematográfica (Schroeder, 2002; Citrón, 2002; Joe & Theresa, 2002). Asimismo, el desarrollo de la ópera en televisión parece quedar estrechamente ligado al nacimiento del vídeo. Durante varias décadas los estudios no han diferenciado entre la descripción y la nomenclatura empleadas para designar la ópera en vídeo y la ópera en televisión. Indistintamente, se refieren a ellos como espectáculos que fueron grabados y emitidos por la pequeña pantalla durante mitad del siglo XX (Barnes, 2003, pp. 2- 5; Senici, 2012, p. 45).

¹⁵¹ Frente a una creencia inicial que defendía que la televisión no constituiría un medio propicio para difundir el arte, los primeros productores de ópera televisada justificaron enseguida la necesidad de apostar por el espectáculo lírico al contener material artístico atractivo —como las melodías más bellas de la historia de la música—, al poderlo difundir entre audiencias más masivas y al reconocer la naturaleza audiovisual del arte que facilitaba el proceso de mediación artística, entre otras ventajas (Wright, 1957, p. 10).

¹⁵² El primer experimento de ópera difundida por televisión tuvo lugar durante las primeras retransmisiones de la cadena BBC en el año 1936 (Barnes, 2003, p. 1).

¹⁵³ Deben destacarse al respecto los estudios realizados entre los años 50 y 70 por el director y escenógrafo Peter Herman Adler, quien escribió numerosos artículos que trataban de los cambios de la ópera al evolucionar en contacto con la televisión. Se citan al respecto *What Opera Needs* (1951) y *Can TV Save Opera?* (1970), en los que analiza el mundo de la ópera televisada desde todas las facetas de la creación del espectáculo. Asimismo, en el año 1973 Gordon Gibson y Thomas Philips escribieron el primer manual de producción de ópera para televisión, desde una perspectiva principalmente técnica y mediática de la disciplina (Gibson & Philips, 1973).

¹⁵⁴ En el siglo XXI resultan prácticamente inexistentes los estudios de referencia internacional sobre las relaciones entre la ópera y la televisión actual. Ante la carencia de investigaciones al respecto, se destaca especialmente el trabajo de carácter histórico publicado en 2003 por Jenifer Barnes, *Television opera: the fall of opera commissioned for television*, de la editorial Bodybell.

Por otro lado, la aparición de la televisión como medio de comunicación de masas se concibió desde una perspectiva menos artística, más económica y realista que el cine. La ópera no constituía en apariencia un espectáculo prestado a las grabaciones en estudio, de modo que recibió gran acogida por parte de la crítica y de la prensa generalista, pero no despertó el interés de los sectores más especializados de la crítica de las artes —en concreto de la ópera— hasta la aparición de los primeros productos propios pensados para el medio (Burke, 1965, p. 13; Graf, 1973, pp. 219- 231).

Otra de las razones que influyen en la falta de bibliografía que parece existir en el estudio de la disciplina es la pérdida, hasta los años 60, de gran parte del material videográfico derivado de las óperas televisadas en la pequeña pantalla (Bertz-Dostal, 1970). Muchos documentos dignos de estudio se han perdido, su localización es difícil de encontrar o tienen hoy un acceso restringido, o sencillamente no ha quedado constancia de su existencia en los catálogos y en los archivos de las cadenas, que permita llevar a cabo posteriores búsquedas y análisis.¹⁵⁵

Los estudios generales sobre la música en los medios audiovisuales tampoco han contado con apartados específicos sobre la ópera en la televisión. Desde una perspectiva estética, al considerarse que en la ópera, la música constituye una herramienta de vehiculación del drama, este es un elemento que condiciona enteramente la producción de la obra de arte. Por tal motivo se ha considerado que los estudios generales que existen sobre el tratamiento de la música en televisión no son aplicables al tratamiento específico que ha de recibir la ópera en el medio (Barnes, 2003, p. 6).

Por todo ello, debido a la falta de bibliografía académica existente al respecto y a la perspectiva historicista y poco mediática que la describe, el índice de citaciones en este apartado será un poco menos elevado que en los capítulos anteriores y posteriores. Se expresarán a continuación los principales conceptos estéticos defendidos durante el siglo

¹⁵⁵ Entre el año 1951 y 2002 se produjeron en Estados Unidos y América más de 50 óperas producidas de manera exclusiva para la televisión. Tan solo 22 de ellas parecen conservarse y menos de la mitad pueden consultarse libremente en los archivos públicos (Barnes, 2003, p. 13). Asimismo, los sistemas analógicos de archivo y almacenamiento del material tampoco han ayudado a conservar este tipo de productos, ya que, en muchas ocasiones, si las condiciones físicas no habían estropeado las cintas, los propios sistemas de documentación de las cadenas las reciclaban por motivos económicos y estructurales. Muchos contenidos eran borrados para grabar encima producciones más actuales. Es el caso, por ejemplo, de los archivos de Radio Televisión Española, sobre las programaciones que el Gran Teatre del Liceu, en colaboración con el festival Grec de Barcelona, llevó a cabo en la década de los 60 del pasado siglo. Esta investigación ha intentado conseguir algunas de las grabaciones que se realizaron sobre obras operísticas en las que colaboraban cantantes de fama internacional, pero dichos archivos han sido destruidos por el propio sistema de conservación de la cadena.

XX que diferencian la ópera en televisión de las relaciones que el arte había establecido hasta entonces con el cine.

2.3.1. Evolución histórica.

Desde sus orígenes, las relaciones de la ópera con el medio televisivo responden a la evolución natural de las retransmisiones radiofónicas que se habían estandarizado en el norte de Europa y de América (Graf, 1973, p. 219).¹⁵⁶ También desde sus orígenes, la ópera en televisión ha manifestado la evolución de una doble tendencia artística: por un lado, durante el siglo XX se han estandarizado las grabaciones en directo desde los teatros y, por otro lado, se ha desarrollado un mercado propio de producción de ópera exclusiva para la pequeña pantalla. La evolución histórica del consumo operístico en el medio televisivo se realizará, a continuación, en atención a las distintas etapas que han protagonizado estas dos corrientes históricas.

Aunque la primera retransmisión de ópera tuvo lugar en 1936 de la mano de la cadena BBC en Gran Bretaña y se trató de la producción expresa para el medio de varias escenas de la ópera de Albert Coates titulada *Mr Pickwick*, las producciones de ópera que desde los años 40 se asentaron en el mercado internacional fueron, indistintamente, tanto grabaciones desde los teatros, como realizaciones expresas para el medio televisivo (Barnes, 2003, p. 1).¹⁵⁷ En Estados Unidos, la primera ópera retransmitida para televisión —se trató de un conglomerado de escenas de *Il Pagliacci* de Ruggero Leoncavallo— data de marzo de 1940 y se realizó gracias a la colaboración del Metropolitan Opera House de Nueva York y los estudios de radiotelevisión de la cadena NBC.¹⁵⁸ Fue a partir de entonces, gracias a la incorporación en los estudios estadounidenses de directores creativos como Herbert Graf,

¹⁵⁶ En los años 50 la radio se consideraba un medio incapaz de transmitir el aura visual de cualquier forma de drama musical representada y grabada en imágenes. Por otro lado, la televisión enseguida mostró la naturaleza y necesidad audiovisual de representar sus contenidos en imágenes y sonidos, de modo que poco tenía que hacer con aquellos espectáculos exclusivamente musicales (Graf, 1973, p. 219).

¹⁵⁷La producción de las escenas de *Mr. Pickwick* se llevó a cabo tan solo 11 días después de que la cadena británica BBC comenzase sus retransmisiones en el territorio nacional. El dato resulta muy significativo, ya que indica la temprana presencia de la ópera como contenido cultural de interés social en las programaciones del nuevo medio.

¹⁵⁸ Para poder retransmitir el primer acto de *Il Pagliacci* de Ruggero Leoncavallo, hicieron falta una decena de cantantes y más de treinta músicos de la NBC Symphony Orchestra dirigidos por Frank St. Leger. Tres cámaras de cine filmaron el evento artístico, el cual tuvo lugar en un pequeño escenario decorado por plantas. El espectáculo se concibió como una mezcla artística a caballo entre un programa cultural de televisión y una ópera filmada al estilo cinematográfico, ya que se contó con un presentador y se incluyó un paquete extra de arias de ópera famosas a modo de entretenimiento (Rose, 1986, p. 129).

cuando comenzaron a instaurarse las bases de lo que constituiría un espectáculo operístico nuevo, con entidad propia. La ópera en televisión —bien sea grabada desde los teatros, o bien concebida en exclusiva para la pequeña pantalla—, se percibió de forma distinta a la hasta entonces filmación convencional de otras artes como el ballet o el teatro (Rose, 1986, p. 129). Asimismo, desde sus orígenes y hasta el día de hoy, la ópera en televisión ha tenido que buscar el equilibrio entre la audiencia minoritaria que le ha caracterizado y los elevados costes que supone una producción escénica en la pequeña pantalla — en comparación con otros espectáculos propios del medio de masas—.

En relación a los primeros años de la ópera planificada exclusivamente para televisión —óperas de estudio—, los propios sistemas de producción del medio demandaron, desde el principio, un estilo mucho más realista que el propiamente teatral que, por tradición, había presentado tanto el espectáculo original, como la ópera en el cine (Graf, 1951, pp. 222-223). También en estos primeros años se incorporaron experimentaciones con técnicas y escenografías novedosas, tales como el uso de exteriores simulados en el set televisivo, o la sobreimpresión de imágenes para emular cambios de tiempo en la historia, como los recuerdos y los sueños, entre otros elementos. Bajo la mirada de estos primeros directores creativos, se manifestó la importancia de conseguir en el nuevo medio actuaciones más naturalistas que las que ofrecía el cine. Asimismo, se vio necesario realizar traducciones de los textos musicales al idioma nativo de la audiencia, para volver este tipo de obras sostenibles en las programaciones generalistas. Con el fin de suplir las carencias de las economías ajustadas dispuestas por las cadenas, también se potenció el trabajo poético que podía ejercer la cámara sobre el estilo de la ópera, ante la falta de recursos escénicos o técnicos.¹⁵⁹ Todos ellos constituyeron síntomas propios de un nuevo sistema de producción que exigía mayores costes y demandaba nuevos equipos de trabajo (Rose, 1986, p. 129).

También en los años 40 del pasado siglo, surgió la segunda tipología de productos televisivos, que hacía referencia a las representaciones operísticas grabadas directamente desde los teatros. Las complejidades técnicas que requería una filmación que respondiese a las necesidades narrativas de la televisión, sin por ello distorsionar la producción que había

¹⁵⁹ Las composiciones originales de autores como Jean-Carlo Menotti —especialmente sensibles a historias pequeñas y dramáticas—, favorecían el empleo de técnicas televisivas para reforzar la narración. Por ejemplo, en la versión grabada en estudio por la cadena CBS de la ópera *The Medium*, dirigida en televisión por el realizador Paul Nickell en el año 1948, se empleaban las cámaras en un movimiento constante y fluido para sugerir las variaciones espacio-temporales que sufrían los personajes ante los acontecimientos generados por la trama principal. Asimismo, el refuerzo de la oscuridad y el contraste de las sombras en el tratamiento de la imagen ligaban con la atmósfera general de tristeza y de perdición (Rose, 1986, p. 130).

sido planificada para el espacio escénico del teatro, provocaron una fuerte crítica de estos primeros espectáculos.¹⁶⁰ Gracias a la imperfección de estas producciones, se reconoció un requisito esencial que, desde una postura estética, debía existir en toda aquella grabación en directo: la integración del trabajo de la cámara en las ideas dramáticas y musicales de la obra original (Rose, 1986, p. 131). A pesar del éxito irregular que presentaron estos primeros trabajos, en ellos se manifestó que la ópera convencional, en los teatros, podía conseguir por primera vez audiencias domésticas masivas gracias al atractivo que presentaba la integración del arte original —no remediado, es decir, no reinterpretado artísticamente— en el entorno doméstico (Gould, 1948, p. 15). Asimismo, la retransmisión desde el propio teatro favorecía la atracción de nuevos públicos mediáticos a la asistencia del arte operístico primario. Por ello en las siguientes décadas del siglo XX, a pesar de las dificultades manifestadas en estas primeras grabaciones, la industria televisiva apostó por intentar realizar las modificaciones técnicas pertinentes en los sistemas de producción,¹⁶¹ y así reducir el coste y los problemas derivados de la retransmisión en directo en su proceso de ampliación de nichos de mercado. Con el fin de promocionar este tipo de espectáculos entre las nuevas audiencias, también se exploraron fórmulas de promoción de las programaciones. A modo de ejemplo, se cita la habilitación de más de 30 salas de teatro que en el año 1951 la cadena norteamericana ABC llevó a cabo para retransmitir en directo para 27 ciudades distintas una versión de la ópera *Carmen* de Bizet.¹⁶² Esta y otras iniciativas demuestran la insistencia que, en estos años, tenían las cadenas de televisión en la programación de ópera como un contenido naturalmente prestado a su relación con el

¹⁶⁰ En Estados Unidos, después de la emisión de escenas sueltas desde los estudios como la citada de *Il Pagliacci* del año 40, la primera representación en directo desde el *Met* retransmitida por televisión fue la versión de la ópera *Otello* de Verdi dirigida por el realizador Burke Crotty en noviembre de 1948. En ella se manifestaron múltiples problemas derivados del complejo proceso de grabación del espectáculo desde el teatro. Entre otros elementos, falló la óptica de las 8 cámaras previstas para la retransmisión del espectáculo. También fallaron la cámara del backstage, así como la destinada a las entrevistas a los divos en el intermedio musical. La iluminación de la acción escénica resultó en ocasiones demasiado oscura para la sensibilidad de las cámaras y se perdieron algunas de las acciones visuales más representativas de la interpretación dramática. Se criticó, asimismo, la inexperiencia del realizador al indicar los cambios de plano del directo sin tener en cuenta la coherencia musical o la acción escénica (Eaton, 1948, p. 19; Foerster, 1948, p. 8).

¹⁶¹ De entre las primeras adaptaciones técnicas que se llevaron a cabo en el espectáculo operístico televisivo, se destacan la creación de un maquillaje menos artificioso para naturalizar los primeros planos de las grabaciones, el rediseño de las cámaras de vídeo empleadas en los teatros, o la incorporación de luces en los propios equipos de grabación para esclarecer la composición interna de los planos televisivos (Eaton, 1950, p. 6).

¹⁶² El acontecimiento, aun contando con un notable número de asistentes y consiguiendo enaltecer la imagen pública de este tipo de programaciones culturales, resultó un fracaso desde el punto de vista artístico. El público de las representaciones, en lugar de mostrarse interesado por la retransmisión, se distraía con la cantidad de problemas técnicos derivados del directo: los defectos propios de las primeras retransmisiones, como los ángulos de visión ciegos, la oscuridad de los planos o la falta de musicalidad en los cambios de cámara, se veían ahora magnificados por la gran pantalla de cine (Rose, 1986, p. 132).

nuevo medio. Paradójicamente, en estos años también se evidenció que constituían proposiciones artísticas de un elevado coste económico con no pocos obstáculos técnicos en su ejecución (Graf, 1973, pp. 220- 221; Rose, 1986, p.133).

Poco a poco, fue comprobándose una mayor sostenibilidad económica de las producciones de ópera encargadas para el estudio de televisión, que aquellas creadas a partir del espectáculo original en el teatro. Con la producción de la ópera en el estudio, las técnicas propias del medio televisivo podían controlarse mejor para poder reforzar la credibilidad de la narración. El uso de cámaras de corto alcance y la flexibilidad de una puesta en escena a medida, eran capaces de relacionar al espectador doméstico con la obra de una forma más cercana que la ofrecida por la mejor localidad teatral, intensificando con ello la experiencia de la inmediatez. Sin embargo, desde el punto de vista estético, la ópera en estudio también exigía ser repensada, ya que se perdía la referencia al evento mediático del teatro. Así, la actuación excéntrica poco a poco se fue sustituyendo por el naturalismo; los sets anticuados dejaron paso a la escenografía moderna; la ópera en su idioma original se tradujo para introducir más fácilmente al espectador en el drama narrativo (Rose, 1986, pp. 133- 134).¹⁶³

Con la evolución natural hacia el set de los estudios televisivos, la completa retransmisión en vivo desde los teatros dejó de formar parte de la programación de la televisión en países como Estados Unidos o Gran Bretaña, durante más de 20 años. Solo a mediados de los 70 del pasado siglo, el desarrollo técnico de elementos como la movilidad o la sensibilidad de la cámara, posibilitó volver a producir este tipo de retransmisiones teatrales con la calidad deseada (Rose, 1986, pp. 161- 162).¹⁶⁴ Para poder competir con la *televisión ópera* propia del estudio que para entonces ya se había consolidado en el mercado de la pequeña pantalla, estas emisiones se centraron en potenciar el directo, los efectos de la inmediatez y de la telepresencia generados por el evento mediático y, a través de los mismos, potenciar la re-

¹⁶³ Uno de los primeros intentos de poner en práctica este tipo de adaptaciones, llevado a cabo por la recién estrenada compañía *CBS Opera Television Theater*, fue la retransmisión desde el estudio de la adaptación de *Carmen* de Bizet que la cadena produjo para el medio televisivo en 1950. El elemento distintivo de aquella producción fue la capacidad de recrear, gracias al set de la televisión, una escala espacial mucho mayor que la evocada por la escenografía de los teatros, ya que se utilizaron 6 decorados enteros y 3 medios estudios para recrear las localizaciones. La grabación multi-cámara utilizada en forma de barrido y el uso de planos en movimiento continuo constituyeron técnicas que favorecieron el efecto ilimitado del espacio de la representación en la pequeña pantalla. Otro de los aciertos de la función fue la reducción temporal de la obra a 75 minutos de música (Rose, 1986, p. 134).

¹⁶⁴ La evolución técnica de los equipos de grabación posibilitó, entre otros factores, generar mayor movilidad en las cámaras para no obstaculizar la visión del espectáculo presencial de los asistentes al teatro, así como captar una imagen más nítida y clara del evento (Gibson & Philips, 1973; Rose, 1986, p. 162).

familiarización de los espectadores domésticos con los placeres de la representación primaria en vivo.¹⁶⁵

La producción de ópera en televisión desde el directo de los teatros ha vivido su mejor etapa comercial durante el último tercio del siglo XX. Fue a finales de los años 70 cuando surgió *Live From the Met*, un programa de la cadena americana PBS dedicado a retransmitir regularmente los directos de la temporada del teatro Metropolitan Opera House de Nueva York, así como algunos programas especiales sobre la estrellas mundiales de la ópera.¹⁶⁶

Buscando un equilibrio entre la programación de óperas comerciales y de obras más desconocidas, *Live From the Met* ofreció desde el principio un remarcable nivel de sofisticación en sus producciones. Incorporó cambios no solo a nivel estilístico —como un mayor uso de los primeros planos de los cantantes para aumentar el dramatismo en aquellos títulos de ópera de carácter más romántico o grandilocuente—, sino que, por primera vez, comenzaron a estudiarse las características del medio televisivo en el proceso sociológico de la apreciación de la obra que experimentaban las audiencias domésticas. De forma significativa, los avances técnicos no solo afectaron entonces a los sistemas de producción artística, sino que se aplicaron a las tipologías de consumo que presentaban los nuevos públicos. De entre las nuevas propuestas que se llevaron a cabo se destacan, por ejemplo, la expectación generada por los nuevos tipos de plano y los ángulos de cámara empleados para ofrecer visiones del espectáculo imposibles de experimentar en el directo, la incorporación de subtítulos en inglés en el propio plano televisivo para poder seguir mejor el espectáculo, o la aplicación de filtros en la iluminación para conseguir un estilo más naturalista, entre otros avances (Rose, 1986, p. 164).

Malgradamente, todas estas mejoras generadas para el medio televisivo, endurecieron las inconveniencias de la visión en el directo de los teatros. La incorporación de la tecnología obligó a utilizar iluminación más brillante que rompía el clima teatral. También impidió utilizar telones frontales propios de los escenarios, se generaron cambios radicales en el maquillaje y en el vestuario, y obligó a los cantantes a utilizar micrófono delante de un público que había pagado por la representación en vivo (Rockwell, 1981, p. 1). Pero, a pesar de las desventajas que presentaba para la audiencia en directo, con respecto a las

¹⁶⁵ De entre las producciones que a partir de los años 70 se volvieron a programar en espacios televisivos como *Live from Lincoln Center*, o las primeras retransmisiones desde el *Met* de la cadena PBS, destacan las emisiones de *The Ballad of Baby Doe*, de Douglas Moore, así como las adaptaciones desde el *Met* de *The Barber of Seville* —versión inglesa— de Gioachino Rossini o *Il Pagliacci* de Ruggero Leoncavallo, entre otros ejemplos.

¹⁶⁶ De entre los divos de ópera de fama mundial que más atractivo mostraban para el público de estos programas especiales, se encontraban Luciano Pavarotti, Plácido Domingo, Joan Sutherland, Marilyn Horne o Tatiana Troyanos, entre otros (Rose, 1986, p. 168).

convenciones teatrales del siglo pasado, las representaciones se llenaban de asistentes ya que la irrupción mediática en el vivo —desde el punto de vista más técnico— se consideraba una herramienta necesaria y propia de la modernidad, con un significativo poder para documentar el evento histórico en un contexto de actualidad (Schwartz, 1983, p. 86).¹⁶⁷

A partir de la segunda mitad del siglo XX, la evolución de la ópera producida exclusivamente para los estudios de televisión no fue menos prolífica que la retransmisión desde los teatros. En la década de los 50 se produjo un aumento de la programación de ópera para la televisión, en directo desde los propios estudios de las cadenas, gracias, entre otras cuestiones, a la aparición de las primeras compañías teatrales especializadas en la producción lírica. Se citan como ejemplos, la creación de proyectos como el *CBS's Opera Television Theater* y el *NBC Opera Theater* en Estados Unidos. Todas estas compañías impulsaron programaciones —más o menos constantes en el tiempo— de versiones reducidas de óperas traducidas al inglés,¹⁶⁸ realizadas con presupuestos muy bajos. Los formatos variaban en función de las temporadas, priorizando la emisión de seriales semanales de duraciones variables, entre los 30 y los 90 minutos. Se estandarizaron, por ejemplo, las miniseries de óperas emitidas regularmente por la NBC en las temporadas del año 51, o el proyecto *Omnibus* lanzado en 1952 por la cadena CBS.¹⁶⁹ Algunos autores

¹⁶⁷ Ayudó a extender esta postura comprensiva del público sobre la importancia de la grabación del espectáculo, la postura de directores como Kirk Browing y Brian Large, empeñados en intentar traspasar la magia del espectáculo directo a la pequeña pantalla. Según los teóricos, ambos realizadores supieron destacar el valor del sensible y preciso reportaje de la ópera en la televisión, desde perspectivas estéticas muy diferentes, reconociendo que el rol del medio en una representación en el teatro era captar la calidad del vivo del propio evento en tiempo real (Schwartz, 1983, p. 86).

¹⁶⁸ Aunque las versiones en inglés facilitaban el entendimiento global de la narración, hubo que perfeccionar el estilo empleado en las traducciones. Poco a poco, las óperas encargadas para televisión en el idioma nativo de la audiencia procuraron emplear expresiones más actuales y familiarizadas con el lenguaje del público televisivo, con el fin de acercarles al corazón de la expresión dramática en el contexto de actualidad propio del medio (Rose, 1986, p. 135).

¹⁶⁹ Se citan, como ejemplos, las producciones operísticas de una hora de duración que el NBC Opera Theater realizó durante la temporada de 1950-51. Estos proyectos —*The Bat (Die Fledermaus)*, *Tales of Hoffman*, *Carmen* y *Hansel and Gretel*— constituían versiones reducidas de las obras originales para el teatro y eran presentadas en televisión bajo el título *Scenes from...* (Rose, 1986, p. 137). Asimismo, en 1952 el proyecto *Omnibus* constituyó una iniciativa de la cadena CBS para impulsar la emisión de contenidos culturales los domingos por la tarde. Producido por la TV-Radio Workshop of the Ford Foundation, el programa se centró en la retransmisión de óperas desde el Met, como la emisión en 1953 de dos versiones de 65 minutos de *Die Fledermaus* de Johann Strauss, y *La Bohème*, de Giacomo Puccini. (Taubman, 1953, p. 20). En menor escala, la presencia de la ópera también quedó patente en los shows comerciales televisivos más vistos por los americanos de los años 50, tales como *The Perry Como Show*, *The Ed Sullivan Show*, o *Your Show of Shows*, todos ellos emitidos por la NBC. Asimismo se destacan en la misma época los programas sobre ópera *Opera Cameos* del canal WPIX-TV de la New York City Station, así como el show titulado *Camera Three*, emitido por la CBS en el que se programaban versiones cortas de óperas populares con presupuesto mínimo (Rose, 1986, pp. 150-153).

reconocen cómo estas series de presupuesto reducido constituían, en cierto modo, una ventaja industrial desde el momento en el que obligaba a los creadores a repensar las convenciones operísticas en términos de eficacia televisiva (Taubman, 1953, p. 20; Rose, 1986, p. 137). En este sentido —en contra de las críticas más puristas— muchos libretos se modificaron para conseguir una coherencia argumental más cercana al nuevo medio. Gracias a todas estas transformaciones, los productores de las compañías creyeron que la ópera podría irrumpir en las casas de los públicos sin agitación, pero también sin mostrar un servilismo absoluto hacia el nuevo medio (Adler, 1952, p. 29). Así se manifestó cómo la filosofía de estas compañías teatrales en la década de los 50 se centró en la accesibilidad del arte mediante el uso de un medio joven y flexible, prestado a la experimentación.¹⁷⁰ Mediante el reconocimiento de que la televisión era capaz de cambiar aspectos fundamentales de la experiencia operística, la producción de las cadenas se centró en aquellos proyectos que se prestaban de forma natural a las necesidades distintivas del medio. Se priorizó así la creación de óperas camerísticas, a pequeña escala, constituidas por pocos personajes que exigían ajustes escénicos mínimos (Adler, 1952, p. 29; Rose, 1986, p. 138).¹⁷¹

De este modo, la ópera en televisión dejó de constituir una novedad videográfica para convertirse en material habitual que marcó la línea de las programaciones de entretenimiento en Estados Unidos y algunos países de Europa, como Inglaterra e Italia (Rose, 1986, p. 137; Senici, 2012). En este contexto surgió, en el año 1949, *Amahl and the Night Visitors*, la primera ópera encargada expresamente para televisión, compuesta para el NBC Opera Theater por Gian-Carlo Menotti. La ópera —aclamada por el público y la crítica— recogía todas las características de lo que se había perseguido hasta el momento como un producto distintivo del nuevo medio: representaba un estilo de ópera poco ostentoso, no muy largo y con un fuerte llamamiento a lo melodramático (Adler, 1969, p.

¹⁷⁰ En los años 50 se pensaba que la televisión constituía un medio demasiado joven y poco formado, como para haber desarrollado las convenciones de las películas propias del cine y, por ello, poder mostrar resistencia a la experimentación formal (Adler, 1952, p. 29).

¹⁷¹ De entre los títulos que se programaron para televisión durante la década de los 50, destacaron las óperas en pequeño formato como *The Queen of Spades* de Tchaikovsky, *Il Tabarro*, *Gianni Schicchi*, y *Suor Angelica*, de Giacomo Puccini, así como las versiones reducidas de óperas sobrias en decorados y en personajes, tales como la adaptación de 60 minutos de *Il Barbiere di Siviglia*, de Rossini, o la versión de 90 minutos de *Billy Budd* de Benjamin Britten. Posteriormente les seguirían el estreno en televisión de la obra contemporánea de Leonard Bernstein, *Trouble in Tahiti*, muy prestada de forma natural al medio por su concepción argumental y a la estética propia de los anuncios de televisión de aquellos años, o la adaptación en 1957 de *The Dialogue of the Carmelites*, de Francis Poulenc, entre otras producciones (Rose, 1986, pp. 141- 149).

10).¹⁷² Al mismo tiempo, el medio televisivo conseguía en menos una década de vida producir un producto artístico que, en medio siglo, el cine no había sido capaz de estandarizar: una ópera escrita expresamente para la pantalla. Gracias a esta obra de arte concebida por el medio, y gracias a otros éxitos posteriores, la ópera en televisión de la época se volvió accesible, inmediata y popular, considerada uno de los primeros contenidos de entretenimiento de la sociedad americana (Gent, 1955, p. 11). Con el fin de satisfacer las demandas del mercado, algunas compañías como la NBC crearon *tours* artísticos por el país para mostrar esta nueva forma imaginativa y realista de consumir el espectáculo (Merkling, 1957, p. 175).

Hasta los años 60 del siglo XX, se continuaron introduciendo avances técnicos en los procesos de producción de las óperas en directo desde los estudios de televisión, con el fin de conseguir recrear una mayor calidad acústica y visual del espectáculo. Entre ellos, se extendió la aplicación del set múltiple —la utilización de diferentes estudios de grabación simultáneos para filmar la acción escénica y el acompañamiento musical por separado—,¹⁷³ la incorporación del color en las emisiones del espectáculo, o la experimentación de técnicas de doblaje para suplir las imperfecciones del sonido del micrófono (Rose, 1986, pp. 146-147).

Las causas de que a partir de esta década, la producción de televisión en estudio disminuyese significativamente, guardan relación tanto con las políticas económicas, como con los avances técnicos. Por un lado, la producción de ópera en televisión había constituido un negocio que requería una capacidad económica elevada no sujeta a las variables comerciales propias de los anuncios publicitarios, pero sí dependiente de sponsors privados y algunas participaciones públicas (Steichen, 2012). El abandono de las producciones de ópera en los canales anglosajones de los años 60, pareció quedar influido, precisamente, por esta falta de inversiones comerciales hacia las que evolucionaba la

¹⁷² De forma extraordinaria, *Amahl and the Night Visitors* constituyó una de las pocas óperas televisadas que contó con inversión publicitaria en la representación. Las posteriores programaciones de la ópera que el público solicitó no se sponsorizaron (Rose, 1986, p. 140). La creación de una nueva ópera concebida expresamente para televisión en Estados Unidos tendría que esperar hasta la séptima temporada de la programación del NBC Opera Theater, en el año 1955-56, cuando se estrenó la ópera infantil *Griffelkin*, de Lukas Foss.

¹⁷³ Con la separación de la grabación del espectáculo en diferentes sets, la orquesta podía entonces ser cuidadosamente mezclada por los ingenieros de sonido, para conseguir una mayor calidad musical. Asimismo, al aislar la grabación del acompañamiento musical, la producción escénica y el equipo artístico tenían mayor libertad frente a la dirección del proscenio, y se eliminaba para ellos la alusión a cualquier convención derivada del teatro. Ya no era necesario diseñar los decorados de acuerdo a una visibilidad frontal. El equipo técnico y artístico pudo entonces planificar la acción narrativa desde distintos lados y ángulos, incluida la visión desde dentro del espacio escénico, fenómeno que contribuyó a aumentar la sensación de movilidad en la narración (Rose, 1986, p. 146).

política general de financiación de las cadenas. La mayor parte de los inversores de publicidad se mostraron escépticos ante la audiencia real que parecía responder a este tipo de espectáculos. Al mismo tiempo, a estos inversores también les influyó notablemente el sector más duro de la crítica, el cual no toleraba la interrupción de las representaciones artísticas llevada a cabo por los contenidos publicitarios (Burke, 1965, p. 19).¹⁷⁴

Por otro lado, la aparición del vídeo como formato capaz de emitir en diferido las producciones del estudio, derivó la oferta de este tipo de espectáculos a la creación de modelos de negocio más sostenibles y menos ligados a las programaciones en directo de las cadenas. La grabación del vídeo presentó enormes ventajas en las producciones, tales como un mayor control de todos los procesos que entraban en juego en la representación. También se destacó la falta de realizar cambios de escena inmediatos, la eliminación de errores generados por las prisas del directo, o la creación de nuevas ventanas de explotación del espectáculo artístico gracias a la reposición del producto a demanda del espectador (Rose, 1986, p. 150; Barnes, 2003).

A mediados de los 60, habiendo triplicado los costes de los espectáculos en directo y en diferido desde que surgieran las primeras representaciones una década antes, la producción de ópera para el estudio de televisión dejó de constituir un contenido favorecido por las cadenas. La falta de recursos económicos de autofinanciación obligó a algunas de las grandes compañías, como la norteamericana NBC Opera Theater, a dejar de producir espectáculos para el set de televisión.

A pesar de que en esta década disminuyeron significativamente los contenidos operísticos en las cadenas generalistas más comerciales de Estados Unidos y de Europa, el arte musical encontró una recepción, aunque minoritaria, en canales secundarios como *WQED* de Pittsburgh o la *National Educational Television*.¹⁷⁵ En todos estos canales menores, la

¹⁷⁴ Según los teóricos, a principios de la década de los 60 algunos sponsors se negaron a invertir en los espectáculos artísticos por recibir duras críticas de la prensa. A menudo eran utilizadas expresiones como *la amenaza de la cultura* o los *promotores de actos comerciales idiotas*, para designar a los inversores publicitarios, culpables de interrumpir el producto audiovisual y devaluar con ello la apreciación de la ópera televisada como espectáculo artístico (Burke, 1965, p. 20). Las producciones, así como la propia supervivencia de las emisiones operísticas con un minoritario pero notable público —tales como las producidas por el NBC Opera Theater—, quedaron muy negativamente influidas por esta retirada de los sponsors comerciales y de los inversores privados (Rose, 1986, pp. 153- 154).

¹⁷⁵ Algunos de estos canales, como el *National Educational Television*, llegaron a crear compañías internas de producción de ópera, como la estrenada por Peter Herman Adler en 1969, denominado *NET Opera Theater*. El proyecto nacía para consolidar las bases de lo que ya se consideraba un género propio, la televisión ópera: aquellos productos operísticos adaptados plenamente a las necesidades del medio. A diferencia de Europa, en estas producciones estadounidenses se optaba por el doblaje de los actores en la mayor parte de las representaciones. Entre los títulos que a partir de 1969 lideró la compañía, se destacan por ejemplo, el estreno de una composición expresamente creada para el medio por Jack Beeson, *My Heart's in the Highlands*, el

programación de ópera era conseguida gracias a coproducciones internacionales entre diversas cadenas, como la BBC o la CBC de Norteamérica. Todas ellas reconocían una finalidad más divulgativa y artística en la difusión del género musical, que la cultural y lúdica propia de las televisiones generalistas (Rose, 86, p. 157). Otra forma que, a partir de los años 70, encontraron las cadenas para nutrir de contenidos operísticos sus programaciones, fue la compra de representaciones operísticas europeas que habían ocasionado grandes éxitos en pantalla en sus lugares de procedencia. Así, cadenas americanas como la PBS compraron los derechos de obras como las realizadas por Jean-Pierre Ponnelle, Franco Zeffirelli, o Patrice Chereau, entre otros cineastas, para ofrecer su reposición en televisión. A partir de los años 70, aunque la ópera en televisión continuó creciendo y atrayendo a nuevas audiencias, de forma paulatina se fue apartando de las programaciones más comerciales de Estados Unidos, Inglaterra, Italia y Alemania, como las ofrecidas por las cadenas *NBC*, *ABC* o *CBS*.¹⁷⁶ Ya en los años 90 llegó la diversificación de la oferta y la creación a gran escala de canales temáticos especializados en cultura, con presupuestos altos, recursos tecnológicos y sistemas de producción ambiciosos. Gracias a ellos, las artes escénicas encontraban espacios de divulgación mediática más orientados a sus públicos segmentados. Con esta intención surgieron en Estados Unidos y en Europa grandes canales culturales como *CBS Cable*, *Entertainment Channel*, *ARTS* y *Bravo*. Sin embargo, en todos ellos, la ópera no fue el principal objetivo de difusión temática, ya que la producción de los espectáculos continuaba siendo demasiado costosa para la cantidad de audiencia real con la que contaban. Poco a poco, estos canales culturales fueron apoyándose en la oferta de distribuidores europeos especializados propiamente en el género musical, como *Mezzo* o *Unitel Classica*. Estas empresas comenzaron como intermediaras en la distribución de la oferta lírica, y paulatinamente fueron incorporando sus propios canales de emisión de pago internacional. Asimismo, todas estas empresas también se apoyaron en la compra y difusión de coproductores audiovisuales alemanas, italianas e inglesas, así como en la creación de convenios de difusión con las principales discográficas clásicas (Rose, 1986, p. 174).

estreno de *Queen of Spades* de Tchaikovsky en 1971, o la premier para televisión de *The Trial of Mary Lincoln*, estrenada en 1972 por Thomas Pasatieri (Rose, 1986, p. 160).

¹⁷⁶ Tras la disolución de compañías como la *NBC Opera Theater* en los años 60, la ópera en televisión fue relegada en esta cadena a pequeños espacios de emisión los domingos por la mañana. Lo mismo le sucedió a las programaciones de las cadenas *CBS* y *ABC*. En ellas fueron muy escasos los intentos de recuperar el atractivo lírico en algunos programas culturales, como *The Tonight Show* o *Live From the Studio 8H* de la *PBS* (Rose, 1986, p. 173).

2.3.2. Productos operísticos televisivos.

Antes de describir las principales tipologías de ópera en televisión que han surgido en el siglo XX, debe manifestarse la ambigüedad semántica que ha caracterizado el estudio de la ópera en la pequeña pantalla durante los últimos 50 años (Barnes, 2003, p. 1). Dicha ambigüedad es más notoria que en el campo de estudio destinado al medio cinematográfico. De forma indistinta, se han empleado términos como *ópera televisada*, *telecast opera* o *video ópera*, para designar la existencia de múltiples productos audiovisuales relacionados con la ópera. De acuerdo a Jeniffer Barnes, aunque la ambigüedad en el empleo de tales terminologías continúa hoy vigente, se tiende a reconocer que cada uno de los conceptos está gobernado por sistemas de producción distintos, capaces de generar resultados y productos artísticos propios y exclusivos (2003, p. 2). A continuación se expondrán aquellas terminologías más extendidas entre la literatura.

- Ópera televisada —*Televised Opera*—

En términos generales, una ópera televisada es constituida por aquella producción artística realizada para el teatro, pero grabada y retransmitida por los canales de televisión en tiempo real desde el propio espacio de representación (Rose, 1986). Como se ha descrito en el apartado anterior, las óperas televisadas fueron un recurso habitual en la década de los años 40 y, debido al elevado coste de su producción y a los inconvenientes técnicos que exigía la grabación en el teatro, dejaron de llevarse a cabo hasta finales de los años 60. Fue entonces cuando se incorporaron los avances tecnológicos que hicieron posible la no interferencia de los sistemas de grabación en la experiencia del directo en el teatro que vivían los asistentes presenciales. La ópera televisada se caracteriza por utilizar técnicas multi-cámara de grabación del espectáculo desde distintos puntos del teatro. Con el fin de no interferir en el aura de la obra original producida para la escena, las realizaciones televisivas potenciaban el estilo tipo *documento* de la grabación, remarcando —gracias al lenguaje audiovisual— más el propio evento retransmitido, que la capacidad narrativa que pudiera contener el hecho filmado (Rose, 1986, p. 175). Las gratificaciones que sentía el espectador doméstico con este tipo de contenidos culturales hacen referencia a las características del propio medio como mediador del espectáculo artístico. En ellos se potenciaba la inmediatez del espectáculo, la actualidad de los contenidos, la transparencia del relato o, en un segundo plano, la intimidad de la narración, entre otros elementos (Morris, 2010, pp. 96- 119). Para

designar este tipo de producciones, durante los años 50 muchos autores empleaban también la expresión anglosajona *Telecast Opera* (Barnes, 2003, p. 1).

Enmarcadas en una lógica mediática enteramente televisual, este tipo de productos han dado lugar en el siglo XXI, a las retransmisiones de ópera en *HD* para los cines que, como se tratará en los siguientes capítulos, se han estandarizado en el mercado mundial.

- *Television Opera*

El término anglosajón *Television Opera*, ha constituido uno de los conceptos más consensuado y extendido dentro del ámbito de estudio académico, si bien es cierto que algunos autores establecen pequeños matices diferenciales en su aplicación práctica. La televisión ópera es un término empleado para designar aquellas óperas dominadas por las técnicas televisivas o comprometidas de algún modo con las características estéticas del medio de comunicación (Greenfield, 1971, p. 52). Tradicionalmente, esta descripción se ha asignado a aquellas óperas planificadas y producidas desde los propios estudios de televisión. A diferencia de las óperas televisadas en el teatro, en estos productos se ha advertido una mayor potenciación de las características narrativas de la obra musical. Se han empleado en ellos estéticas narrativas más cercanas al cine. Así, se han adaptado los libretos originales al medio, con el fin de mostrarse más permeables a la apreciación audiovisual de la obra en la pequeña pantalla. Por encima de los elementos estrictamente musicales o teatrales, en estos productos se ha priorizado la re-mediación de la obra original para adaptarla a la nueva mirada mediática.¹⁷⁷ Así, en la televisión ópera, el compositor suplía el guion para ser interpretado por las cámaras (Barnes, 2003, p. 6). En lugar de que la música fuese un elemento de soporte a la producción, más bien la producción se concebía para dar soporte a la música.

A partir de los años 70 del siglo XX, para algunos autores, la gran diferencia estilística entre la televisión ópera y el resto de formatos, era la incompatibilidad artística con otros medios. Así, la televisión ópera ha sido reconocida por no poder trasplantarse a otros formatos y lenguajes como la propia escena del teatro o el cine, entre otras cuestiones, por las adaptaciones temporales al medio y por el empleo de sistemas de producción específicos

¹⁷⁷ Durante las décadas de los 50, 60 y 70 del pasado siglo, la televisión ópera desde el estudio se caracterizó por ofrecer versiones reducidas, en el idioma inglés, de óperas en pequeño formato con necesidades camerísticas reducidas tanto en relación a cuestiones escénicas —atrezzo, decorados y ambientación—, como al casting artístico y a la agrupación instrumental exigida. En ellas se potenciaban los elementos dramáticos del libreto por encima de los pasajes estrictamente musicales. Se ambientaban en contextos cercanos a la realidad del espectador y se emitían normalmente en directo desde los platós contruidos al efecto (Rose, 1986; Citron 2000; Barnes, 2003).

(Bornoff & Salter, 1972, p. 150). Muchos de estos autores incluyen en esta definición genérica a aquellos encargos de óperas escritas para televisión, ya que, a excepción del texto en el que se basan —compuesto expresamente para la pequeña pantalla en estas últimas—, comparten los mismos sistemas de producción televisiva desde el estudio (Barnes, 2003, p. 2).

- Ópera para Televisión —*Opera commissioned for Television*—

Se entiende una ópera para televisión aquella obra musical compuesta por encargo expresamente para ser producida en el set de televisión. Las óperas para televisión constituyen productos minoritarios dentro del abanico de productos operísticos, ya que un compositor contemporáneo y un libretista han de componer la obra de acuerdo a las directrices marcadas por una cadena determinada, en lugar de partir de un texto musical preexistente en la adaptación. Una vez compuestas, las óperas encargadas para televisión se han concebido bajo los mismos sistemas de producción que la televisión ópera, grabadas y retransmitidas, por lo general, en directo desde los propios estudios de televisión. Por este motivo, en las últimas décadas los teóricos han empleado indistintamente los dos términos, sin llegar a distinguir aquellas obras pre-existentes, de las óperas nacidas con motivo del medio televisivo (Rose, 1986, Citron, 2000, Barnes, 2003).

La ópera encargada para televisión, a pesar de constituir un producto artístico minoritario, ha protagonizado importantes capítulos y protagonistas durante la segunda mitad del siglo XX. Como ya se ha tratado en este capítulo, han destacado tanto compositores orientados a la escritura de esta tipología de obras —como Gian-Carlo Menotti, o Benjamin Britten—, así como producciones que han generado un gran éxito entre el público o la crítica. Se apuntan, como ejemplos, *Amahl and The Night Visitors*, una pequeña ópera de cámara compuesta con motivo de la Navidad por Gian-Carlo Menotti y estrenada en el año 1952, la creación en 1955 de la ópera infantil titulada *Griffilkin* de Lukas Foss, la ópera *Grande Breteche*, compuesta en 1957 por Stanley Hollingsworth, la obra *The Trial at Rouen* compuesta en 1956 por Dello Joio, o la creación en los 70 de *Owen Wingrave*, pequeña ópera del compositor inglés Benjamin Britten, entre otros títulos destacables. En este contexto se considera relevante remarcar la significativa existencia en España de lo que pareció ser un caso temprano y aislado: *El pastor y la Estrella*, de Cristobal Haffter estrenada en el año 1959.¹⁷⁸

¹⁷⁸ En el año 1959 *Radio Televisión Española (RTVE)* encargó la composición de una ópera de cámara al autor Cristobal Haffter. La obra, titulada *El Pastor y la Estrella*, tenía un argumento navideño basado en el tema

A diferencia del cine, cuya producción de film óperas resulta prácticamente inexistente, la ópera encargada para televisión ha generado la cantidad suficiente de obras como para justificar que el desarrollo de la industria televisiva, mediante un acercamiento flexible y optimista hacia el arte operístico, ha podido crear un mercado propio de productos audiovisuales (Citron, 2000, pp. 69- 110; Morris, 2010, pp. 96- 119; Senici, 2012).¹⁷⁹ De entre las características distintivas que presentan este tipo de productos, se destacan la corta duración —no superior a los 70 minutos—, la simplicidad de los personajes y de las tramas argumentales, así como el empleo de técnicas de producción exclusivamente televisivas — como el tratamiento íntimo del melodrama mediante la planificación y la escenografía minimalista, o la grabación multi-cámara en interiores y exteriores—.

- Video ópera —o *Film Opera*—

Otra de las terminologías empleadas para designar los trabajos operísticos en televisión es *video ópera*. Sin confundir el término con aquél desarrollo del sistema electrónico capaz de grabar el sonido y la imagen en una cinta magnética emergido a finales de los 50 del pasado siglo, la denominación video ópera se ha empleado para designar aquellas producciones operísticas grabadas en diferido, para ser posteriormente post-producidas en estudio y emitidas por las cadenas en diferentes espacios de su programación no sujetos al directo (McAuley, 1994, pp. 183- 194; Fawkes, 2000, pp. 156- 170; Barnes, 2003, p. 1). En esta tipología de productos también se han integrado aquellas obras audiovisuales cuyos sistemas de producción se asemejan más a las prácticas de filmación cinematográfica que a la grabación multi-cámara de televisión (Citron, 2000, p. 71). Por este motivo, ha tendido a confundirse la terminología citada con la expresión *film opera*.¹⁸⁰ Así, se ha empleado film ópera para designar aquellos productos filmados en la técnica del vídeo, cuyos sistemas de producción son cinematográficos y cuyas obras resultantes se han emitido en televisión y,

literario de Alfredo Castellón y no llegaba a una hora de duración. Según la prensa de la época, su inadvertido estreno, en diciembre de aquel mismo año, contó con buena aceptación por parte de la crítica y del público (ABC, 1959, p. 80).

¹⁷⁹ Para ahondar en el análisis estético de estas producciones creadas para televisión, se recomienda consultar los capítulos destinados a este tipo de productos que Jennifer Barnes destina en su libro *Television Opera*, o los centrados en la televisión que Marcia Citron expone en la obra *Opera on Screen*.

¹⁸⁰ Aquellos autores que tratan la relación entre la ópera y la televisión, y que han empleado el término film ópera, no lo hacen en el sentido descrito en el apartado de los productos operísticos cinematográficos, en la sección titulada *la ópera y el cine* de esta investigación. Así, no deben confundirse los sentidos adquiridos en cada uno de los campos de análisis.

en ciertas ocasiones, también en el cine —como algunas de las obras de los realizadores Jean-Pierre Ponnelle o Peter Sellars—¹⁸¹ (Citron, 2000, pp. 205- 248).

- Opera condensada

En el año 1957, el autor Kenneth A. Wright denominó *ópera condensada* a distintas versiones reducidas de títulos propios de la ópera más popular, que fueron producidas y presentadas en la cadena BBC de Inglaterra. Con posterioridad, el término siguió utilizándose en algunas publicaciones divulgativas para referirse a versiones acortadas de repertorio de ópera original que las televisiones y algunas compañías teatrales emitieron durante los años 60 del pasado siglo (Wright, 1957, p. 14). Las óperas condensadas, en términos generales, comprimían el argumento principal del texto original lírico, respetando las partes más dramáticas y eludiendo los pasajes musicales menos representativos de la ópera. La diferencia que presenta una ópera condensada frente a la televisión ópera, es que en la primera no se producen otras adaptaciones en los sistemas de creación televisiva, sino que tan solo presentan cortes musicales.

2.3.3. Síntesis de estudios mediáticos.

A lo largo del siglo XX, se ha cuestionado si la televisión sería capaz de transmitir toda la grandeza de la ópera a partir de un sonido y de una imagen reproducidos a pequeña escala. La pantalla reducida y el espacio de representación recreado por el medio podía empequeñecer y trivializar la fidelidad —*werktreue*— de la mediación del arte (Rose, 1986, p.127; Senici, 2009; Morris, 2010).¹⁸² En apariencia, se ha tendido a pensar que el cine constituye un medio más idóneo para la adaptación de una ópera de gran formato. Sin embargo, muchos autores inciden en que el éxito de la adaptación operística a un medio audiovisual, depende de la respuesta que la producción dé a las afinidades de ese medio en relación a sus técnicas de representación, a su modo de relacionarse con la música, o a las conexiones que establezca con el drama y con el espectador (Citron, 2000, p. 72). En relación con esta idea, desde sus inicios, la ópera en televisión se ha diferenciado claramente de la oferta mediática del cine del siglo XX.

¹⁸¹ En el apartado siguiente, destinado a las relaciones entre la ópera y el vídeo surgidas durante el siglo XX, se ahondará en el análisis estético y conceptual de las técnicas y el formato propios del vídeo, así como en su relación con el arte lírico.

¹⁸² Según Brian Rose (1986), el entorno climático que exige la ópera para provocar emociones no resulta fácilmente transportable a un contexto de miniatura (p. 127).

Los principales autores que han estudiado las relaciones específicas que la televisión ha establecido con la ópera, advierten que la utilización de un sistema de producción distinto al del cine provoca resultados estéticos exclusivos en cada uno de los medios de masas (Rose, 1986; Barnes, 2003; Sencici, 2012). En concreto, los autores coinciden en afirmar que los sistemas de producción propios de la televisión han quedado fuertemente determinados por distintos factores, como son el uso de la técnica, la tendencia de emisión en directo y la influencia del vídeo (Burke, 1965, p.14; Barnes, 2003, pp. 1-14; Esse, 2010). En relación a la técnica, se reconoce que la distinta oferta mediática que la ópera en pequeña pantalla ha generado, se caracteriza por el empleo de sistemas de producción altamente tecnificados. Ya en sus primeros años de andadura, la ópera en televisión manifestaba una mayor capacidad que el cine para resolver problemas técnicos en sus procesos de adaptación de las obras líricas (Burke, 1965, p. 16). También desde sus inicios, las producciones de ópera para televisión se han mostrado permeables a la inclusión de avances técnicos para mejorar la emulación del universo narrativo (Wright, 1957, p- 8; Gibson & Philips, 1973). Entre las características que definen dicha tecnificación —que diferencia la ópera en televisión del cine—, se destacan elementos como el empleo multi-cámara de grabación, la utilización de sets y decorados recreados en el estudio,¹⁸³ la superposición de imágenes en la realización, o el uso de sistemas electrónicos para controlar el minutaje de las representaciones, en la retransmisión de la imagen sincronizada en directo (Barnes, 2003, p. 11; Morris, 2010, pp. 96- 119; Senici, 2012).¹⁸⁴ Así, el tipo de producción y el tipo de tecnificación, han planteado importantes implicaciones en la creación de la ópera, tales como la grabación simultánea del sonido y de la imagen, el empleo de distintos ángulos de visión gracias al uso de múltiples cámaras, o el tratamiento lineal de una narración condicionada por el tiempo de emisión. Todos estos procedimientos dieron lugar a un tipo de productos artísticos cuyas características se han considerado distintivas y exclusivas de la pequeña pantalla.

¹⁸³ Las óperas en televisión se han caracterizado por el uso de gran cantidad de recursos técnicos para ser llevadas a cabo. En primer lugar, este tipo de creación artística utiliza una media de 4 cámaras para filmar el espectáculo en directo. Por otro lado, la televisión ópera exige una gran cantidad de espacio en los estudios, destinado a recrear los distintos ambientes escénicos. Asimismo, es necesario encontrar condiciones acústicas óptimas para que más de 70 miembros de una orquesta interpreten sin problemas el acompañamiento instrumental. Por estas dos razones se ha estilado, desde sus orígenes, la utilización de la técnica del estudio doble, en el que se separa la actuación de la escena dirigida en vivo por un correpetidor, del coro y la orquesta que son conducidos por el director musical. Ambos estudios se sincronizan gracias al uso de las pantallas.

¹⁸⁴ Aunque las técnicas de filmación televisiva hoy parecen imitar la producción cinematográfica, durante los años 50 del pasado siglo, la mayor parte de las óperas para televisión utilizaban sistemas para grabar y emitir en tiempo real a través de la pequeña pantalla (Wright, 1957, p. 8; Barnes, 2003, p. 11).

En relación a la influencia del vídeo, se ha afirmado cómo la estandarización en los años 60 y 70 del nuevo formato, multiplicó las posibilidades artísticas de la ópera en televisión, al mismo tiempo que diversificó la oferta mediática (Senici, 2009). La cualidad de poder grabar las emisiones televisivas, permitía ofrecer los contenidos en horarios no dependientes de la parrilla de programación ni de los estrenos en los teatros, pudiendo centrarse más en los hábitos de consumo de la audiencia. Pero, al mismo tiempo, provocaba una mayor dependencia de la tecnología en los procesos de producción (Briggs, 1995, p. 834, 835). Si bien mantenían un estilo lineal y austero en la narración, las producciones de aquellos años, con la pérdida del directo, incorporaron elementos fantásticos y efectos imposibles de conseguir en el estudio, que requerían un mayor despliegue de recursos videográficos. Con estas técnicas, de manera más bien inconsciente, la televisión acercó su producción al cine y se alejó de los sistemas de creación audiovisual que habían caracterizado a sus productos televisivos hasta el momento (Barnes, 2003, p. 9). En este sentido, para algunos autores, la influencia del vídeo ocasionó una pérdida de identidad de los productos audiovisuales, ya que, a partir de los años 80, la ópera en televisión optó por imitar completamente las técnicas de filmación propias del cine, en lugar de volver al directo multi-cámara (Boddy, 1992, p. 76; Briggs, 1995, p. 834, 835).¹⁸⁵ En aquellos años las retransmisiones en televisión fueron siendo sustituidas por compañías de vídeo que plantearon una producción más rentable, en términos económicos (Citron, 2000, p. 86). Dichas compañías se encargaron entonces de crear la versión grabada de la obra, pero al ser un producto permanente en el tiempo, desde el principio se exigió en ellas mayor calidad audiovisual que aquél que ofrecía el evento televisado —con sus sabidas imperfecciones—¹⁸⁶ (Jolly, 1992, p. 988). Puede entenderse, así, que la influencia del vídeo ha marcado una doble tendencia mediática: la creación de un mercado de ópera en directo y la estandarización del subgénero musical conocido como televisión ópera —ofrecido también en diferido—, en el que se ha hibridado la producción televisiva y la cinematográfica.

Desde el punto de vista estético, varias parecen ser las características mediáticas defendidas por la literatura como exclusivas de la pequeña pantalla. Todas ellas guardan relación con la

¹⁸⁵ En la batalla entre las prácticas originales de la televisión, aplicables a la grabación de la ópera, y aquellas imitadas de la industria del cine, se cuestionaban aspectos como el directo frente al diferido, la caracterización del drama frente a las tramas del cine, o una estática teatral naturalista frente al género espectacular hollywoodiense, entre otros elementos (Boddy, 1992, p. 76).

¹⁸⁶ Incluso las versiones que emulaban el evento en directo incorporaron técnicas de postproducción en las que se resolvían pasajes narrativos mediante la manipulación de la imagen, o se embellecía la calidad del sonido de la interpretación (Citron, 2000, p. 86).

forma en que el arte ha respondido a los nuevos hábitos de consumo doméstico. En términos generales, se reconoce cómo las características propias del medio, así como las condiciones cotidianas en las que se relaciona con el espectador, promueven una mayor separación entre el público y la narración operística, que aquél potencial carácter contemplativo que presenta el cine gracias a su propiedad regresiva y a su ambiente inmersivo en la representación (Citron, 2000, p. 97).¹⁸⁷ En contrapartida, la televisión potencia elementos propios del espectáculo que tienen que ver con la transparencia, la actualidad y la inmediatez del medio de masas, entre otros factores que ya se han tratado en el estado de la cuestión.

Desde sus orígenes en los años 60 del pasado siglo, las primeras posturas teóricas como la de Eastwood (1967) han intentado establecer paralelismos entre la producción televisiva y la producción operística, para encontrar formas de adaptación que incorporen las propiedades de la televisión en el proceso de remediación artística (Rose, 1986; Barnes, 2003; Morris, 2010, pp. 96- 119). Las similitudes entre la ópera y la televisión han ayudado fácilmente a asumir el compromiso de trasplantar estos contenidos y modos de producción. Ambas formas comparten la afición por la acción melodramática, y la fomentación del pathos del romance. Ambas contienen lenguajes prestados a narraciones minimalistas e íntimas. Priorizando estas cualidades, las grabaciones televisivas de ópera, en muchas ocasiones, han proporcionado una convincente aproximación de la energía musical y dramática existente en el producto original (Rose, 1986, p. 128).¹⁸⁸ Se describirán a continuación los conceptos más representativos relacionados con la mediación de la ópera llevada a cabo por la televisión durante el pasado siglo.

- Realismo y naturalismo

En primer lugar, los estudios destacan el realismo del medio como un factor diferenciador y exclusivo de la ópera en televisión (Barnes, 2003, pp. 1- 14; Senici, 2012, p. 46). El realismo televisivo se ha manifestado en la ópera de múltiples modos. Desde sus inicios, los productores de televisión han tenido la convicción de que las grabaciones debían responder

¹⁸⁷ Esta separación reduce el *voyeurismo* en la experiencia televisiva: el espectador no adopta una mirada controladora de la trama y se mantiene más distante de la narración. Puede considerarse así que la experiencia televisiva es más capaz de resistir el fetichismo de los elementos narrativos y su posterior idealización (Citron, 2000, p. 97).

¹⁸⁸ Durante más de 50 años de producción, el medio televisivo ha sido capaz de introducir el gran arte de la ópera en los salones de casa gracias a formas y soluciones, en muchos casos, consideradas originales e imaginativas (Rose, 1986, p. 128).

a un estilo más cercano a la realidad social, descargado de los efectos propios del lenguaje audiovisual ilusorio del cine, que priorizase la inmediatez del arte cantado y actuado en tiempo real (Burke, 1965, p. 14). Los estudios coinciden en afirmar que, en la historia de la relación con la televisión, las producciones operísticas que mejor parecen haber funcionado durante 40 años, han contenido características como la afinidad por la intimidad y por la ambientación realista, mostrando eficaces maneras de adaptar el estilo teatral a las exigencias de la pequeña pantalla (Rose, 1986, p. 127).

Algunos autores defienden que, precisamente gracias a la cualidad técnica que caracteriza al medio, la recreación de una ópera en un set de televisión se ha mostrado más natural que la grabación en el escenario de un teatro (Wright, 1957, p. 9). De entre los dos grandes tipos de producciones televisivas existentes —el directo teatral y la creación en el set—, factores como la movilidad de los actores en un estudio frente al escenario, el maquillaje, la iluminación, o el tipo de grabación narrativa frente al reportaje tipo *documento* que podía ofrecer la grabación en el teatro, convierten a las grabaciones de estudio en productos más eficaces, en términos de adaptación.

En la medida en que la televisión ha ido estableciendo sus propios modos de representación institucional, se ha reconocido en su lenguaje propio un realismo absoluto en las formas y en el estilo. Estos han hecho de la pequeña pantalla un medio de expresión a la altura del cine, no tanto en la capacidad de generar narraciones, sino en la potenciación del espectáculo a través de la incorporación de elementos realistas y actuales (Barnes, 2003, pp. 7, 8). Para ello ha desarrollado tratamientos de sus temas en contextos de actualidad que respondiesen a la realidad política y social en la que se ha llevado a cabo el arte. Como los programas podían ser concebidos para las grabaciones de forma más inmediata que en el cine, la televisión se ha mostrado un medio más capaz de responder con rapidez a los eventos actuales mediante reescrituras dramáticas que hacían referencia a numerosos campos de moda en la sociedad, como el cultural, el político o el económico (Barnes, 2003, p. 8). Estos tratamientos realistas eran capaces de conectar fácilmente con el contexto social y la intimidad de los espectadores (Ellis, 2002, p. 347; Senici, 2012, pp. 46-68).¹⁸⁹

¹⁸⁹ La mayor parte de las teorías sobre el medio defienden la existencia de una co-presencia sentida por el espectador gracias a la familiaridad de los temas recreados por la ópera en televisión de cada época y cultura. La intimidad de la co-presencia es descrita así como la complicidad que la institución de la televisión de una sociedad, establece en la búsqueda de aquellos acontecimientos más dramáticos que aumenten en sentido vivencial de sus audiencias (Citron, 2000, p. 97; Ellis, 2002, p. 347).

Una de las consecuencias de la cualidad realista del medio televisivo ha sido la aplicación de una escenografía más naturalista y conectada con los elementos concretos del contexto social que aquella que podía ofrecer la ópera filmada (Barnes, 2003, p. 8).

La adaptación al realismo ha sido posible gracias a la naturaleza del propio medio. Pero en muchas ocasiones, también ha significado instaurar modificaciones en los sistemas de producción, relacionadas con el idioma, la duración de la obra y el casting de los cantantes (Wright, 1957, p. 10; Burke, 1965, pp. 13-15). Por un lado, el naturalismo exigía instaurar la tendencia de producir obras en el idioma de la nación donde se emitiría el espectáculo. Desde el inicio los creadores optaron por insistir en una ópera inteligible y adaptada a las audiencias, cuyo formato no aceptaba traducciones al uso, sino completas adaptaciones estilísticas al idioma original (Burke, 1965, p. 14).¹⁹⁰

Por otro lado, se cuestionó la idoneidad temporal del espectáculo en un medio no necesariamente prestado a largas duraciones.¹⁹¹ Para lograr desarrollar un interés más popular por el arte, los primeros productores de ópera en televisión, como Kenneth A. Wright o Peter Adler, manifestaron su acuerdo en la eliminación de aquellos pasajes de la obra original que carecían de acción dramática. Con este tipo de medidas surgieron las versiones de *ópera condensada* para televisión, aunque lo natural parecía constituir la producción de óperas en pequeño formato y simples de argumento, que ya existían en la oferta lírica de los años 50. Con el fin de no renunciar a esa fidelidad y a la familiaridad que mostraba el medio por el hecho grabado, desde el principio se evitaron las producciones de títulos propios de las grandes óperas de Wagner o Verdi, que ya había experimentado el cine, obras para las que no estaba preparada la producción a pequeña escala de la televisión. Se potenció así el tratamiento de las óperas de cámara, impulsando con ello un nuevo mercado artístico (Wright, 1957, p. 13).

Finalmente, otro de los fenómenos que favorecieron el realismo y el naturalismo característico de las óperas en televisión, fue el planteamiento económico del medio. Los escasos recursos con los que han contado los espectáculos operísticos en televisión desde sus inicios, encuentran su justificación tanto en la audiencia minoritaria de este contenido

¹⁹⁰ Gracias a la traducción de las obras al idioma nativo de la audiencia, por primera vez los públicos podían ser capaces de seguir la mayor parte del diálogo del repertorio de ópera que se programaba en las cadenas generalistas, en países como Estados Unidos o Inglaterra. Prácticamente eran capaces de seguir casi toda la pronunciación de los cantantes de aquella época, pudiendo también entender a través de la gestualidad aquellas palabras que se perdían por la dicción del canto lírico (Rose, 1986, p. 135).

¹⁹¹ Otra de las discusiones existentes desde el inicio de las grabaciones en directo fueron los formatos temporales en los que debía ofrecerse el espectáculo. Frente a la duración prolongada y unitaria de la ópera, los primeros productores prefirieron programar las emisiones en capítulos de una hora de duración, ya que consideraban que el nuevo medio no favorecía la visión prolongada del espectáculo (Adler, 1970).

en las cadenas generalistas, como en la falta de inversiones publicitarias y sponsors privados. La ópera en televisión tampoco ha contado con la suficiente aceptación del sector de la crítica musical y mediática especializadas, necesaria para generar una opinión pública favorable (Burke, 1965, p. 13). Debido a estas causas, a diferencia del cine, desde los años 50 las grabaciones de ópera en los estudios de televisión han exigido poner en práctica modos de producción más económicos, austeros y reducidos, sujetos a la emisión en directo de los espectáculos (Bertz-Dostal, 1970; Barnes, 2003, p. 8). De forma pragmática, en ellos se ha priorizado el tratamiento de los conflictos personales y la intimidad de los personajes frente a otro tipo de escritura más grandilocuente que exigía mayores inversiones e infraestructura (Chayefsky, 1955, pp. v-ix).¹⁹² También desde sus inicios, la ópera ha intentado suplir las incidencias derivadas del directo, mediante la potenciación de la inmediatez que caracteriza al medio televisivo. Con esta estrategia, las imperfecciones provocadas por la grabación en tiempo real, se han presentado como consecuencias naturales de transmitir un evento de forma simultánea. El resultado fue la consecución de óperas a pequeña escala de producción, que ofrecían mayores posibilidades de improvisación frente a los imprevistos del directo, en el que dichas imperfecciones, conferían mayor emoción al evento mediado.

Por todo lo hasta aquí descrito, puede entenderse que la televisión apostase por la adaptación al medio de óperas de cámara, con reducidas exigencias de reparto y de producción, en las que se potenciaban aquellos elementos dramáticos para los que estaba diseñado, de forma natural, nuevo el medio de masas.

- Presencia e inmediatez

Una de las principales diferencias con el cine que, fruto de esta nueva concepción operística, parece haber mostrado la televisión, es su mayor afinidad con la presencia. Como ya se ha descrito en el estado de la cuestión de esta investigación, la presencia ha constituido un tema recurrente de reflexión en los estudios mediáticos del siglo XX. La presencia es entendida, desde el punto de vista de la percepción, como la capacidad que tiene el espectador de relacionar la organización musical con la retransmisión del espectáculo (Citron, 2000, p. 73). Así, la ópera en televisión, se ha mostrado como un producto especialmente prestado a favorecer la sensación presencial en el espectador doméstico, gracias al directo, a las imperfecciones técnicas, o a la improvisación, todos ellos

¹⁹² En los años 50, la escritura lírica, impresionista, expresionista, incluso abstracta no se consideraban aptas para el medio televisivo y sin embargo se consideran tratamientos textuales óptimos para el teatro (Chayefsky, 1955, pp. v-ix).

elementos que motivan la participación afectiva de los públicos desde la distancia (Marriot, 2007, p. 128).

Otra de las características que ofrece el medio televisivo en el proceso de remediación de la ópera, es la potenciación natural de la inmediatez de la obra —como se ha visto, entendida en términos de conexión con esa doble realidad que está teniendo lugar—, gracias a elementos como la falta de tiempo de postproducción del producto audiovisual final. Así, la fidelidad en la televisión, es reforzada por la imposibilidad de controlar elementos como el volumen de la interpretación o el uso de efectos de sonido en la representación. La técnica del directo impide aplicar los retoques propios del proceso de posproducción cinematográfica y videográfica de la obra. Las imperfecciones del volumen en relación al espacio escénico y los ruidos naturales surgidos del propio set de grabación consiguen, no obstante, favorecer la sensación realista del espectáculo y generar una mayor participación de los públicos de la co-presencia generada por el medio (Heyer, 2008, p.; Citron, 2000, p. 81).

Desde el punto de vista de la imagen, el concepto de inmediatez también se refuerza gracias al uso de la técnica del vídeo en la cámara empleada para la grabación, en lugar de la filmación cinematográfica. El vídeo es capaz de producir una imagen estética que se muestra más cercana a la realidad que el cine. Los espectadores relacionan dicha imagen con la grabación de los acontecimientos más íntimos de sus realidades concretas. Así, el empleo de una imagen con menos calidad y nitidez visual, provoca una mayor familiarización y cercanía del espectáculo con sus mundos afectivos. Al mismo tiempo, estas grabaciones caseras no comportan coste económico y no requieren ser procesadas o embellecidas con posterioridad, favoreciendo el fenómeno de la actualidad (Citron, 2000, p. 83).

Otra de las propiedades de la inmediatez que, desde el punto de vista del sonido, presenta el fenómeno artístico en televisión, es el refuerzo de la corporalidad de los cantantes. En el cine, la pista de audio se dobla con el fin de conseguir elevados estándares de calidad musical, así como un universo narrativo más verosímil desde el punto de vista de la ficción audiovisual. En el evento televisado, la ópera es cantada en tiempo real, hecho que subraya la corporalidad —y por lo tanto la presencia de la fuente que emite los sonidos— de los elementos que generan la narración musical en pantalla (Citron, 2000, p. 83). Como en el cine, más allá de la discusión acerca de la necesidad de remarcar el esfuerzo físico del canto, algunos autores han señalado la significativa importancia que cobra el director de la grabación en el proceso de selección de imágenes que muestran dicha corporalidad

artística, ya que en la televisión no se separa y se sustituye el sonido original, de la fuente que lo produce (Citron, 2000, p. 84). Por lo tanto, puede decirse que este tipo de técnicas favorecen un encuentro más directo con la obra, en términos de realismo.

Finalmente, se expone una diferencia que, en términos narrativos, existe entre la ópera en el cine y la ópera en la televisión. Como se ha tratado en estas páginas, aunque el formato televisivo presenta plenas características mediáticas televisuales, el medio también puede favorecer naturalmente contenidos basados en lógicas cinemáticas. En este contexto, debe apuntarse la importancia que la televisión confiere a la música de la ópera, como elemento potenciador de la presencia y de la continuidad narrativa del producto, en las circunstancias medioambientales de su apreciación. En la televisión, el evento ocurre de acuerdo a un tiempo establecido, independiente de la atención ofrecida por el espectador, de tal modo que su actitud contemplativa disminuye con respecto al medio cinematográfico. Ante esta atención menos activa del espectador, es la música la que le ofrece la constancia y la continuidad narrativa de la obra, en contraposición a la imagen, usada de una forma mucho más ilustrativa o de apoyo, que en el medio cinematográfico —donde, como se ha visto, se compone con un pleno sentido artístico— (Altman, 1986, pp. 39-54; Citron, 2000, p. 73). De esta forma, algunos autores defienden cómo en la ópera para la televisión, debería favorecerse una concepción continua de la música que actúa no tanto en términos narrativos, sino como telón de fondo ambiental, para ofrecer el clima y el tono emocional de la representación. El cine, por el contrario, se presta más a realizar pausas internas en la narración, con el fin de separar escenas o actos (Citron, 2000, p. 74).

- Transparencia del espectáculo

Otra de las características diferenciales de la ópera en televisión es la relación que establece el medio entre el sonido, la imagen y la perspectiva de la audiencia. Frente al cine, las grabaciones en televisión priorizan técnicas estilísticas como la perspectiva frontal del espectáculo, la no ruptura del espacio y del tiempo de la acción, la ausencia de efectos audiovisuales para recrear partes de la narración, la emulación de la tridimensionalidad de la imagen gracias al uso de planos generales simétricos desde las esquinas del escenario, así como la filmación de elementos no diegéticos como el público asistente a la representación en el set o en el teatro (Citron, 2000, p. 85; Riley, 1990, pp. 12-15; Brunel, 1987, pp. 90-

93).¹⁹³ Asimismo, en una transmisión por televisión, elementos como el tamaño de la pantalla o el uso de sets y decorados de estudio, apelan a la limitación física de los actores, mientras que el cine fomenta la amplificación del espacio —gracias al lenguaje audiovisual— que es característica de la escena (Citron, 2000, p. 88). De hecho, algunos autores han expresado que las condiciones medioambientales de la televisión, con el tamaño de su pequeña pantalla en relación con el espectador, contribuyen mejor que el cine a desmitificar la naturaleza contemplativa de la experiencia de la obra de arte (Ellis, 1999, pp. 344, 347). Todas estas características han incidido en la tendencia estilística de adoptar una lógica más televisual —sin confundirse con *televisiva*, como se ha explicitado en el estado de la cuestión de esta investigación— de los productos operísticos, y que se ha podido comprobar en la relación del medio con el arte musical del siglo XX. La transparencia recreada en la pequeña pantalla ha perseguido, precisamente, separar el medio del contenido para mantener una visión lo más objetiva posible del evento operístico, que no interfiera o que pueda sobreimprimir, sin desearlo, posibles nuevos significados a la versión operística audiovisual, fruto de la remediación (Cenciarelli, 2013). Incluso aquellos productos considerados propiamente televisivos en los que se han reconocido características plenamente narrativas —como la televisión ópera—, supeditados al evento sincronizado en tiempo real, se han distinguido por su propiedad televisual.

2.3.4. Conclusiones.

Durante el siglo XX, los creadores de ópera en televisión han reafirmado su creencia en que el medio podría constituir una viable y vital alternativa al consumo del arte en el auditorio del teatro. Con ese espíritu surgieron, entre los años 50 y 70, compañías culturales dedicadas a adaptar los contenidos narrativos de las obras a las necesidades que presentaba el nuevo medio doméstico. En el proceso de consolidación como medio de masas, y mientras encontraba su propio modelo de representación institucional, la televisión también impulsó un mercado propio de productos operísticos compuestos expresamente para el medio, fenómeno que no consiguió llevar a cabo de igual modo el cine en su consolidación social. La principal intención de la ópera en televisión no era así complacer a las audiencias de la ópera, sino atraer a las amplias tipologías de públicos televisivos.

¹⁹³ Durante muchos años, en la producción de ópera en televisión no ha sido natural la utilización de efectos visuales para recrear estados narrativos que rompen la coincidencia del espacio y el tiempo, tales como el uso de flashbacks visuales, la voz en off, o el eje de acción dentro del espacio escénico (Citron, 2000, p. 85).

Consideraba de ellos, que quizás eran menos entendidos en el arte, pero podían mostrarse mucho más abiertos a nuevas experiencias culturales (O'Connor, 1971, p. 90).

El intento de traspasar al nuevo medio una de las grandes formas teatrales más tradicionales de las artes escénicas, ha constituido un constante reto tecnológico y estético no exento de problemas prácticos. Para dar solución a las preguntas que planteaba el medio, los directores de ópera en televisión han respondido con dos posturas estéticas diferentes. Por un lado, las grabaciones de ópera quedaron inscritas hasta los años 50, en una concepción estilística tipo documental generada a partir de las propias representaciones desde los teatros. Por otro lado, surgió el mercado de la ópera televisada en directo desde los estudios de las cadenas. Planificando el espectáculo desde cero, las posibilidades dramáticas, así como la flexibilidad estética para admitir cambios en la producción, eran mucho mayores que en la ópera televisada desde el teatro. Sin embargo, las óperas producidas expresamente para televisión constituían espectáculos muy costosos, orientados a un público minoritario. A partir de los años 70, una tercera vía se puso en práctica para lograr transmitir dos de las principales características de la experiencia de la ópera: su apreciación en directo y el efecto de telepresencia en comunidad. Con la incorporación de avances tecnológicos en los sistemas de grabación, las retransmisiones en directo desde teatros como el *Metropolitan Opera House* de Nueva York, han mostrado una doble vertiente mediática: por un lado, se han considerado más narrativas y adaptadas la apreciación desde la pantalla doméstica; por otro lado, han adoptado apariencias formales propias de la lógica televisual, a partir de la potenciación del “evento teatral”, capaces de recrear la sensación de co-presencia y la participación comunal.

Más de 70 años de ópera televisada demuestran que, a pesar de las diferencias manifiestas del tamaño y de la escala de la pantalla a través de la que se recibe el arte, la ópera puede trasladar a la televisión una sorprendente cantidad de sus virtudes, y hacerlo de forma intacta (Rose, 1986, p. 177). Además, las contribuciones de la televisión ópera a la disciplina de las artes escénicas, superan la simple difusión del espectáculo operístico fuera de los escenarios. Los trabajos llevados a cabo por compañías como la NBC Opera Theater, ponen de manifiesto una apuesta por las composiciones contemporáneas al fenómeno, en lugar de apostar por reposiciones decimonónicas, como bien había llevado a cabo el arte cinematográfico. Con ello, a ópera en televisión ha contribuido a renovar la oferta del repertorio operístico internacional, ya que ha provocado un impulso de los compositores propios del siglo XX, tales como Gian-Carlo Menotti, Benjamin Britten o Rodolfo

Halfpfter.¹⁹⁴ Asimismo, la televisión ópera ha contribuido a impulsar carreras de jóvenes cantantes no solo condicionados por su técnica vocal y su proyección acústica, sino capaces de desarrollar competencias actorales y mediáticas (Wright, 1957, p. 10; Burke, 1965, pp. 21, 22).¹⁹⁵

En el siglo XXI, la televisión ha ido relegando los contenidos de ópera a espacios sin audiencia o a canales específicamente culturales, algo que presagia su inevitable paso a la oferta segmentada (Morris, 2010, p. 98) y, lo que es peor, denota una falta de interés social que podría acabar por extinguir la creación original que tan particularmente ha ofrecido este medio.

¹⁹⁴Algunos productos operísticos, incluso, han recibido mejores críticas en sus versiones producidas para televisión que aquellas propias del teatro, como le ocurrió a la adaptación que el NBC Theater produjo de *Billy Budd* en los años 50 en Londres y París (Burke, 1965, p. 16).

¹⁹⁵ Gracias a la aparición de la ópera en televisión, muchos roles líricos que exigían físicos fuertes, voces grandes y proyectadas propias de artistas maduros, fueron abordados por cantantes jóvenes con edades inferiores a los 30 años, cuya frescura vocal era suplida por el micrófono del set (Wright, 1957, p. 10).

LA ÓPERA Y EL VÍDEO

2.4. La ópera y el vídeo

Desde una perspectiva teórica, el estudio de la ópera en vídeo no puede desligarse de la historia de la televisión (Palazón, 1998, p. 83; Morris, 2010, p. 98).¹⁹⁶ El análisis de las relaciones y de los productos generados por la ópera en formato videográfico, ha quedado marcado por la confusión en la terminología conceptual empleada al respecto, manifestada tanto en las teorías videográficas como en las televisivas (Fawkes, 2000; Barnes, 2003). Como ya se ha apuntado en capítulos anteriores, dos problemáticas parecen haber intervenido en los análisis estéticos de la ópera en vídeo.

En primer lugar, durante más de 20 años, los estudios sobre la temática han empleado únicamente la terminología *opera video* para referirse indistintamente a productos como las óperas producidas por las cadenas para ser apreciadas en la televisión, a algunas óperas filmadas en cine y comercializadas después en formato VHS, así como a las escasas óperas producidas en exclusiva para el consumo doméstico en formato videográfico (Barnes, 2003). Este fenómeno en parte queda justificado porque en los años 80 y 90 del siglo XX, como ya había estandarizado el mercado de la televisión, la mayoría de los productos operísticos comercializados por las discográficas eran grabaciones pre-existentes de representaciones de las temporadas de los teatros, así como algunos encargos de las propias discográficas. Muchos de estos productos eran previa o posteriormente emitidos por televisión (Buttafava & Grasso, 1986; Roberts, 2004). Asimismo, durante el siglo XX, las técnicas de grabación en televisión y en vídeo —normalmente los estandarizados formatos *Betacam* y *Betamax*— compartían aspectos del equipo técnico, como la cámara, con su consiguiente estética visual, hecho que favorecía en parte a hibridar la percepción y el análisis de los productos finales.

De esta primera idea se deriva la segunda problemática. En los análisis sobre el campo de estudio parece existir cierta confusión en relación a la alusión al formato o al lenguaje específicos del vídeo. Por un lado, la mayor parte de los estudios existentes de carácter recopilatorio, establecen las distinciones de los productos operísticos según la categoría del formato de la cinta de vídeo, sin atender a las peculiaridades propias y diferenciales del lenguaje videográfico frente al televisivo o el cinematográfico.¹⁹⁷ Por este motivo, en los

¹⁹⁶ Históricamente, la mayor parte de las grabaciones televisivas de ópera eran comercializadas en formato vídeo. De hecho, según muchos autores, la apreciación doméstica de la ópera —sea en vídeo o en televisión— ha constituido el principal modelo de consumo del arte durante la segunda mitad del siglo XX (Morris, 2010, p. 98).

¹⁹⁷ De entre las principales referencias bibliográficas que actualmente dejan constancia de la ópera en vídeo, debe destacarse la existencia de manuales de carácter recopilatorio como el ofrecido por Ken Wlaschin a

análisis teóricos de ciertos casos históricos, resulta complicado conocer el objetivo o la intención comercial originaria de los productos artísticos —si se concebían, por ejemplo, para el mercado del vídeo o para ser vendidos a las televisiones—. Por otro lado, los recientes análisis estéticos sobre el objeto de estudio, a pesar de centrarse en la búsqueda de aquellas características definitorias de un lenguaje propio en los vídeos de ópera, reconocen tener dificultades para distinguir técnicas, lenguajes y formatos en los sistemas de producción videográficos, ya que en la mayoría de las ocasiones, todos ellos quedan influenciados por los sistemas de producción de la televisión y, en menor medida, del cine (Citron, 2000; Cenciarelli, 2013; Senici, 2012).

Finalmente, la crítica del público tampoco ha ayudado a impulsar la disciplina como materia de estudio académico. Históricamente, la audiencia operófila, ya acostumbrada a consumir la ópera a través del cine y de la televisión, atribuyó a los primeros vídeos términos como *mediaciones* —en el mejor de los casos— o *traiciones* —en el peor de ellos—, manifestándose reticente a admitir este tipo de productos como sustitutos del espectáculo original. Por tradición, el espectador operófilo ha considerado la experiencia del vivo como el único modo verdadero de apreciar la ópera, de un modo completamente fiel a la naturaleza de esta expresión artística¹⁹⁸. Por este motivo, los vídeos sobre las representaciones de ópera en vivo han recibido muy poca atención entre los investigadores, académicos y críticos, especialmente si se los compara con los estudios sobre la ópera filmada o la televisión ópera (Senici, 2010, p. 63). De modo que la falta de exhaustividad académica durante el siglo XX, en lo que concierne a las relaciones establecidas entre el arte de la ópera y los medios audiovisuales, afecta de forma significativa a la producción videográfica (Morris, 2010, p. 98).¹⁹⁹

finales de los 90, *Opera on Screen. A Guide to 100 Years of Films and Videos*, así como el trabajo de Berz- Dorstal. Con un carácter más especulativo y centrados en los cambios estéticos que ha sufrido la disciplina en la era digital, se destacan los trabajos de Emanuele Senici sobre la estética del vídeo, en 2009 *Il Video D'Opera "Dal Vivo": Testualizzazione e Liveness nell'era digitale*, y en 2010 *Porn Style, Space and Time in Live Opera Videos*, así como la disertación doctoral que en 2004 llevó a cabo L. Roberts, sobre el trabajo de dirección de ópera en vídeo, titulado *The Cinematic Theatre : Interpreting Video Director's Opera*.

¹⁹⁸ El público tiene la necesidad de poder ver y sentir un personaje como parte de un todo, y no como un objeto aislado que ofrecen los planos cortos del vídeo o de la televisión, en los que se concentra el momento de mayor excitación musical y narrativa. Algunos autores han comparado este tipo de planificación con ciertas tendencias audiovisuales de temática erótica o pornográfica (Senici, 2009, p. 308).

¹⁹⁹ La Literatura destinada al análisis de la producción de ópera para ser retransmitida por televisión y comercializada en vídeo, resulta prácticamente inexistente, a pesar de constituir con diferencia el modo dominante de la remediación audiovisual de la ópera (Morris, 2010, p. 98). Asimismo, la significativa producción académica que existe sobre la ópera filmada, se ha visto estimulada por el prestigio de algunos de los directores de cine que destinaron parte de su carrera al repertorio lírico, como pueden ser Emeric Pressburger, Ingmar Bergman, Joseph Losey, Franco Zeffirelli o Francesco Rosi, entre otros ejemplos (Senici, 2009, p. 275). Tampoco debe olvidarse la dimensión pública del fenómeno cinematográfico, con respecto al

Los principales estudios de ópera en vídeo del siglo XX se han centrado, sobre todo, en la registración audiovisual como objeto estético (Senici, 2009, p. 278). En este sentido, a finales de los años 80 apareció una notable cantidad de publicaciones académicas de carácter meramente descriptivo y recopilatorio. En estos catálogos se intentaba recoger la ficha técnica de la mayor cantidad posible de productos videográficos de los que hubiera constancia de su existencia. Sin embargo, casi todas estas obras no perseguían mayor fin que el archivístico o el histórico, quedando descubiertas las áreas más especulativas de la disciplina académica.²⁰⁰ Resulta paradójico cómo en estas publicaciones, catalogadas de acuerdo a su formato de difusión mediática, no se encuentran alusiones, descripciones o valoraciones sobre la dirección artística del vídeo llevada a cabo en dichos productos (Senici, 2009, p. 275).

A pesar de las problemáticas aquí citadas, con la estandarización del formato *DVD* y la llegada del sistema *HD* en la última década, el vídeo se ha ido situando en el epicentro de la experiencia operística en la sociedad contemporánea, fenómeno que ha despertado un mayor interés analítico (Morris, 2010, pp. 96- 97).²⁰¹ En los últimos años, se ha producido un aumento en la producción académica concerniente a la ópera en formato videográfico. Más allá de analizar las características que presenta el consumo doméstico, atemporal y encapsulado de la cinta de vídeo que contiene la grabación de una ópera, la mayor parte de los estudios recientes se centran en las consecuencias que, desde el punto de vista artístico, en el proceso de mediación, provoca la pérdida de las principales características del espectáculo primario y original: la presencia del vivo, del directo y del efecto de comunidad. Por consiguiente, la mayor parte de la literatura destinada a dicho análisis manifiesta que ambos medios de expresión —la ópera y el vídeo— se encuentran más alejados que

consumo privado e individual que ofrece el vídeo. Por todas estas influencias sociales que ha tenido el cine, resulta lógico que la mayor parte de los estudios mediáticos del siglo XX se hayan destinado a la disciplina cinematográfica, frente al desarrollo académico de medios más jóvenes como la televisión o el vídeo (Senici, 2009, p. 280).

²⁰⁰ Se citan, a continuación, las obras consideradas más representativas del siglo XX, que presentan directorios de productos videográficos y operísticos. Debe advertirse que ninguna de ellas persigue presentar listados completos de las obras existentes, ya que muchas de estas no se han podido conservar, han desaparecido, o sencillamente no se ha podido comprobar su existencia real al no quedar constancia de su producción o difusión mediática: Croissant, C. R. (1991). *Opera performances in video format: a checklist of commercially released recordings*. Canton, Mass.: Music Library Association; Almquist, S. (1993). *Opera mediagraphy: Video recordings and motion pictures*. Greenwood Press.; Rohan, M. S. (1994). *The classical video guide*. Gollancz, London; Blyth, A. (1995). *Opera on video: the essential guide*. Kyle Cathie Ltd; Wlaschin, K. (1997). *Opera on screen: a guide to 100 years of films and videos featuring operas, opera singers and operettas*, Beachwood Pr.; Gruber, P. (1997). *The Metropolitan Opera guide to opera on video*. New York: Metropolitan Opera Guild; W.W. Norton; Giudici, E. (2007). *L'opera in CD e video*. Il saggiatore.

²⁰¹ En los últimos años, con la llegada del DVD, el consumo de vídeo ópera ha aumentado incluso para aquellos asistentes habituales a las representaciones en directo (Senici, 2010, p. 63).

aquellas relaciones que el arte ha podido construir previamente con el cine o con la televisión (McAuley, 1994, pp. 183-194; Varney & Fensham, 2000, p. 89; Morris, 2010, p. 97). Muchas de estas consecuencias estéticas ya han sido tratadas en los estudios de cine y, en gran medida, en los análisis de la ópera en televisión.²⁰² Por este motivo, sin ánimo de repetir ideas ya expresadas y que afectan en distinta medida al cine, a la televisión y al vídeo —al desprenderse del propio proceso de mediación del arte escénico—, en este apartado se procurará exponer únicamente las principales y nuevas aportaciones teóricas recogidas en la bibliografía sobre la ópera en vídeo, que puedan aportar valor al análisis de la mediación audiovisual del arte.

Más allá de listados historiográficos, los estudios que se han considerado más interesantes en la aplicación del concepto de mediatización de la ópera, son aquellos que tienen que ver con los siguientes conceptos: la relación que presentan los vídeos de ópera en directo, con el medio a través del cual han sido concebidos —y finalmente consumidos—; los múltiples significados que adquiere el vivo mediatizado; las diferencias ontológicas entre estos productos videográficos y las óperas filmadas o la televisión ópera; y los contextos sociales y culturales en los que los vídeos de ópera son producidos y consumidos, entre otros elementos (Senici, 2010, p. 64).

La evolución histórica que ha sufrido el fenómeno de la ópera en vídeo, que se expondrá a continuación, debe entenderse en el contexto de la falta de investigación internacional que existe sobre este objeto de análisis en concreto, sobre todo en el periodo que corresponde al transcurso del siglo XX.²⁰³

2.4.1. Evolución histórica.

Un importante legado de la historia de la televisión, sobre todo desde la adopción del vídeo, lo ha constituido la comercialización de películas operísticas para un consumo

²⁰² El cine es un arte que se consume en comunidad, consiguiendo emular el efecto compartido del espectáculo operístico original. Por otro lado, la televisión ha sido capaz de transmitir el directo del tiempo real en el que se producía el espectáculo, gracias, como se ha visto, a la sincronización cultural del espectáculo. A diferencia de estos dos medios de expresión, el vídeo, debido a sus propias características mediáticas, se presenta como un producto de consumo que no mantiene ninguna de las tres propiedades correspondientes al vivo, al directo y a la comunidad del producto artístico primario (Lacasa & Villanueva, 2011, pp. 65- 74).

²⁰³ Hasta lo que se ha podido comprobar, resultan prácticamente inexistentes los estudios orientados a la trayectoria del consumo videográfico del siglo XX. Además de los estudios citados de Roberts en 2004 y Senici en 2009 y 2010 —ambos teóricos ya pertenecientes al siglo XXI— en el pasado siglo e han encontrado otros casos que exponen igualmente la breve trayectoria que durante los últimos 30 años ha sufrido el mercado minoritario de la ópera en vídeo, pero para ninguno de ellos la materia constituye el principal centro de análisis.

doméstico. Este fenómeno ya comenzó en la era del videocassette y continuó, a partir del siglo XXI, con el DVD. La comercialización del vídeo afectó a la cadena de producción discográfica. Los sellos enseguida se pasaron al sistema de producción audiovisual y el cruce de ambas industrias evolucionó con gran rapidez. La diferencia principal que veían en el nuevo mercado videográfico, frente a la registración de sonido, era la ramificación mucho más diversa y vasta que ofrecía en el contexto de una cultura eminentemente visual como es la moderna occidental (Katz, 2004; Smith, 2008).²⁰⁴

Como se ha comentado al comienzo de este apartado, los reconocidos puntos de unión entre el vídeo y la televisión, han llevado a los teóricos a intentar definir los campos de acción de ambos medios (Hadfield & Haw, 2012, pp. 311- 324).²⁰⁵ Para muchos autores, la fascinación que enseguida sintió el sector de la televisión por el vídeo, se entiende por la alternativa que este nuevo medio ofrecía al consumo minoritario de algunos productos culturales, que quedaban fuera de las programaciones de masas (Palazón, 1998, pp. 84- 85). La aparición de los magnetoscopios y de los primeros equipos de grabación a finales de los años 60 del pasado siglo, supuso una nueva forma de conservar la señal producida por las telecámaras para poder emplear el lenguaje audiovisual en ámbitos no exclusivamente mediáticos, sino artísticos (Pérez-Ornía, 1991; Palazón, 1998, p. 84).²⁰⁶ Así, en los años 70, el vídeo constituía una nueva ventana de exhibición, accesible a la creación cultural para artistas de toda clase y condición. Estos generaron grandes expectativas en torno a este nuevo medio de expresión. Así, el vídeo enseguida intentó situarse en la frontera comercial entre los territorios provenientes del cine y de la televisión. Desde sus orígenes, puso en práctica un discurso audiovisual híbrido: surgía un nuevo sentido audiovisual que crecía adoptando el lenguaje cinematográfico, pero en el que se aplicaba una estructura de producción más propia de la televisión (Palazón, 1998, p. 85).

Desde un punto de vista artístico, las aportaciones lingüísticas del nuevo medio tuvieron su origen en las artes plásticas, ya que una de las características fundamentales del nuevo

²⁰⁴ El impacto de la tecnología de grabación sonora sobre la música ha constituido un tema de interés analítico durante todo el siglo XX. Existen numerosas referencias internacionales que han tratado las consecuencias sociales, artísticas y económicas del registro sonoro de la música.

²⁰⁵ Para el vídeo, la televisión constituye la forma natural de difusión de sus trabajos. Para los artistas y críticos del vídeo, la televisión es un vehículo de análisis de la materia prima de las obras y los sistemas de producción de las mismas. Por otro lado, históricamente la televisión ha buscado en el vídeo-arte nuevas formas de experimentación que luego ha incorporado a sus programaciones (Palazón, 1998, pp. 84- 85).

²⁰⁶ Si hasta el momento la televisión aportaba como novedad fundamental la transmisión y la recepción simultánea y sincrónica de imágenes y sonidos, el vídeo permitía la grabación, la manipulación y la reproducción de imágenes y sonidos mediante procedimientos magnéticos (Pérez Ornía, 1991).

medio era, precisamente, la experimentación audiovisual con técnicas propias de la música, la pintura o la escultura. El vídeo conectaba así con la cultura de vanguardia en la que quedaba enmarcada la ópera como contenido artístico para audiencias minoritarias. Se mostraba un medio permeable a la ruptura de las convenciones audiovisuales, a la negación de la narración clásica y de la tradición realista, así como a la visión menos comercial de la industria mediática (Pérez Ornía, 1991; Palazón, 1998, p. 86).²⁰⁷ Desde el punto de vista más formal, el vídeo planteaba significativas diferencias con el cine, sobre todo, en relación al montaje visual y sonoro. Ofrecía nuevas posibilidades estéticas en las que se alteraban los ritmos y la composición visual del material, de acuerdo a estructuras temporales ahora no lineales o narrativas (Arijon & Aizpuru, 1988).²⁰⁸

También desde sus orígenes en los años 70, los primeros estudiosos de la reproducción técnica de la ópera a través del vídeo, admitieron una importante labor documental y educativa existente en este tipo de producciones.²⁰⁹ Algunos autores, incluso, manifestaron que el nuevo formato estaba diseñado para poder convertir en fetiche —gracias a su reproducción mecánica—, la propia experiencia artística del teatro (Tambling, 1994, p. 15). De hecho, para muchos teóricos, la auténtica revolución del vídeo ha venido provocada, no tanto por su nuevo lenguaje como medio de comunicación, sino desde una perspectiva más sociológica, por la nueva forma de consumo cultural que ha presentado el fenómeno audiovisual (Dols et al., 1980).

El vídeo nacía como una herramienta capaz de volver doméstico, material y atemporal, un arte del directo. Al separar la representación original del tipo de consumo artístico que ahora experimentaba el espectador, las posibilidades artísticas del nuevo medio se multiplicaban. El vídeo enseguida se consideró una herramienta para la investigación sociológica y artística, gracias a la preservación de la memoria. Sin él, se perdería la historia

²⁰⁷ Otras características más propiamente distintivas del sistema de producción del vídeo fueron: la utilización de medios de grabación baratos y accesibles; el uso de formatos reducidos como la 1/2 pulgada o el 3/4 de pulgada de la pantalla, que permitían realizar trabajos personales con un bajo coste; o la ruptura del concepto de distribución masiva para pasar a la distribución comercial basada en nichos de interés, entre otras (Pérez Ornía, 1991).

²⁰⁸ La aparición del vídeo alteró la concepción del plano como unidad espacio-temporal, ya que la imagen electrónica en su permanente fluctuación, dificultaba determinar dónde acababan o empezaban los planos. También afectó al análisis sobre el sentido semiótico de dicha unidad ante los cambios de significación audiovisual que entonces se proponían, así como a la separación temporal del audio y el vídeo (Palazón, 1998, p. 88).

²⁰⁹ Para muchos autores, gracias a las grabaciones de ópera en vídeo, se puede volver de forma ilimitada a la representación, para analizar el contexto histórico y social del espectáculo a través de los vestidos, los estilos de maquillaje, las dicciones empleadas, incluso las risas y los ruidos y aplausos de la audiencia. Todos estos detalles se pierden sin la emisión en diferido del espectáculo (Auslander, 1996, p. 203; Varney & Fensham, 2000, p. 92).

y la capacidad de pensar en y a través del espectáculo operístico. Tanto la producción lírica de los teatros y de las organizaciones internacionales, como el sector de la crítica y del público, no podrían haber innovado y demandado evoluciones artísticas a partir del análisis del pasado (Varney & Fensham, 2000, pp. 89, 95, 96). Así, en la medida en que el vídeo dejó de constituir un simple formato y se reconoció en él la capacidad de producir nuevos significados artísticos, este medio fue constituyendo su propio modo de representación institucional (Sebok, 2007).

Aunque los sistemas *Betamax* y *Betacam*, así como el formato de cinta VHS, se instalaron en América y en Europa a finales de los 70, fue una década más tarde, en los años 80, cuando los grandes grupos discográficos comenzaron a desarrollar el mercado del vídeo musical dentro de la industria del vídeo doméstico —*Video Home Industry*—, hecho que favoreció, en concreto, al desarrollo del mercado de la ópera en vídeo (Senici, 2009, p. 279; Will, 2011, pp. 32- 59).²¹⁰ Aunque en aquella década la televisión constituía el centro del consumo operístico audiovisual —y del consumo mediático en general—, por primera vez el vídeo de ópera se volvió un objeto socialmente reconocible: el arte se podía tocar, manejar, transportar, comprar y, sobre todo, consumir en un modo y con una temporalidad independientes de la programación televisiva (Varney & Fensham, 2000, p. 88; Senici, 2009, p. 279).²¹¹ El vídeo se mostró entonces como un recipiente capaz de atribuir nuevos significados a las combinaciones y estructuras de varios elementos como si fuesen un todo. Independientemente del significado final que se le confiriera a ese todo, el vídeo permitía a terceras personas comprobarlo mediante la referencia directa al artefacto (Fische-Lichte, 1997, pp. 22-37). Surgió entonces el pequeño mercado de la ópera en vídeo para los amantes del arte con inquietudes coleccionistas (Lacasa & Villanueva, 2011).

La digitalización de los formatos producida a finales de los años 80 y no estandarizada hasta los años 90, provocó una segunda revolución en el mercado del consumo doméstico de la ópera. Aunque hoy las posibilidades ofrecidas por el DVD y el sistema de grabación de láser distan mucho de aquellas características de visionado del sistema analógico del vídeo, la historia del siglo XX ha quedado marcada por la rápida propagación y la

²¹⁰ A principios de los años 80, en Estados Unidos la mayor parte de los grupos mediáticos creadores y distribuidores de contenidos para el cine y la televisión, tales como *MCA/Universal*, *Fox*, *Columbia*, *MGM*, o *Warner Bros*, se habían entrado completamente en la industria del vídeo doméstico, por considerarse un mercado en expansión demandante de contenidos. Mediante el mismo, estas industrias podrían multiplicar sus ventanas de explotación comercial. Tanto es así, que en 1986 las tiendas de alquiler de VHS habían superado en número a las pantalla de cine de todo el país (Sebok, 2007, p. 11).

²¹¹ El vídeo ha sido definido como un artefacto portátil, altamente capaz de llevar las películas de cine a la pantalla doméstica de casa, es decir, a un “espacio compartido con perros, bebida, adolescentes y pizzas para llevar” (Varney & Fensham, 2000, p. 88).

simultánea consolidación de dos industrias de grabación y reproducción audiovisual al mismo tiempo (Sebok, 2007, pp. 8- 15; Bennett & Brown, 2008, pp.1- 18).²¹² Por un lado, se consolidó el formato analógico del VHS —*Video Home System*— y su competencia directa *Betamax* y, por otro, se desarrolló en 1998 del formato láser DVD —*Digital Versatile Disc*—(Bennett &Brown, 2008, pp. 1- 18; Senici, 2009, p. 279). La estandarización de este último formato en el mercado internacional, ocasionó una inevitable obsolescencia del consumo del vídeo en VHS. En los años 90 esta pequeña industria se pasó, en exclusiva, al entonces nuevo mercado digital, haciendo desaparecer casi por completo la cuota videográfica en formato analógico (De Diego, 2010, pp. 2, 3).

Con tan solo 15 años de vida, el mercado del vídeo analógico se constituyó como un nicho muy minoritario pero significativo, ya que se orientaba exclusivamente a los públicos operófilos ya fidelizados. El vídeo analógico —y posteriormente el DVD— se presentaba, para estos públicos consumidores habituales de ópera, como un medio más democrático que el cine o la televisión, ya que en él convergían tanto las óperas filmadas en cine y las grabaciones desde el estudio televisivo, como las producciones derivadas de las representaciones en vivo de los teatros (Senici, 2009, p. 281). Por primera vez el soporte en vídeo ofrecía la *textualización* del producto, en tanto que *cosificación* del mismo, en el momento en el que la ópera permitía su permanencia física y su tangibilidad dispuesta a la libertad del lector que decidía qué leer, cómo hacerlo y en qué momento (Worthen, 2007, pp. 231- 247).²¹³ Este tipo de consideraciones comenzaron a despertar el interés analítico de algunos académicos sobre ópera (Levin, 1997, pp. 47- 71; Citron, 2000, p. 107). Primero la cinta del videocassette y posteriormente el DVD, permitían al consumidor percibir el vídeo de ópera como un objeto concreto y discreto, con una independencia estética que despertaba reflexiones sobre su función sociocultural (Senici, 2009, p. 285).

Asimismo, aunque el vídeo permitía grabar, en la misma cinta comercial, una cantidad de material extra que podría ayudar a entender y apreciar mejor la representación —

²¹² A finales de los 80 del pasado siglo, en Estados Unidos el mercado del vídeo en formato VHS alcanzaba su esplendor comercial. En ese mismo periodo comenzaron también a lanzarse al mercado las primeras pruebas de grabación láser. A principios de los 90 las principales Majors creadoras de contenidos optaban por pasarse al desarrollo de la tecnología del video disco, que permitía grabar y reproducir los contenidos con una mayor calidad y a un coste más bajo (Sebok, 2007, pp. 12- 14).

²¹³ Como se analizará en el apartado del siglo XXI, con la implantación del DVD en el mercado de la ópera en vídeo, dicha *textualización* adquiriría un significado superior, al permitir separar definitivamente el espectáculo mediado de la temporalidad lineal en su reproducción, característica ineludible que todavía conservaba el vídeo analógico. Aunque en el VHS el espectador podía adelantar y rebobinar la cinta hasta llegar al punto de la representación elegido, el propio formato, como le ocurría al cine y a la televisión, seguía ontológicamente ligado a la temporalidad de la representación, de tal forma que podía manipularse mecánicamente, pero no ignorarse (Worthen, 2007, pp. 228- 247).

información como conversaciones con los cantantes o partes del *making of* que podían introducirse antes o después de la obra—, este tipo de prácticas no se desarrollaron hasta la incorporación del formato DVD (Senici, 2009, p. 284). Esta falta de visión estratégica, ante las posibilidades que ofrecía el simple hecho de *cosificar* la ópera en un soporte material —un espectáculo que, como se ha manifestado, exige de sus públicos cierto deseo añadido de aprenderlo—, no es sino una muestra más de la mentalidad todavía exclusivamente difusora que concebían la industria operística y discográfica a los medios de comunicación.²¹⁴

En los años 90 también se comenzó a reivindicar el desarrollo académico de la disciplina, creyendo necesario establecer una semiótica propia del lenguaje y del formato del vídeo, que proporcionase a los públicos aquellos códigos de lectura mediante los cuales aprender dichos significados (Varney & Fensham, 2000, pp. 88- 96; Ulmer, 1989). Los análisis teóricos sobre el tema, destacaron entonces nuevas características mediáticas exclusivas del medio del vídeo, muy ligadas al formato material, tales como la posibilidad de repetir la secuencia para encontrar nuevos significados, la virtud de la imagen congelada para observar detalles que se pierden en la reproducción en tiempo real, la pixelación de la imagen capaz de magnificar el estado de magia y ensoñación, o la intimidad creada por la cercanía que provocaba la pequeña pantalla en el consumo solitario del hogar, entre otros ejemplos (Varney & Fensham, 2000, p. 95). Estas y otras características justificaban la autonomía del vídeo como un medio con significación propia, que podía aportar nuevas visiones a la investigación de las artes escénicas (Ulmer, 1989).

2.4.2. Productos operísticos videográficos.

El término *vídeo ópera* ha sido tradicionalmente empleado para indicar un rango de fenómenos audiovisuales expresados en múltiples formatos, como el VHS o —a partir del siglo XXI— el DVD. Hace referencia a la grabación de representaciones en directo y en diferido, como igualmente ha ocurrido con parte de la producción para la televisión o el cine (Cenciarelli, 2013, p. 203). El medio a través del que se han propagado las distintas registraciones audiovisuales no ha recibido una atención académica específica (Senici, 2009, p. 278). Por ese motivo, el apartado de productos videográficos queda compuesto

²¹⁴ Durante los años 90, la inclusión de este tipo de material en un videocassette raramente se produjo, fenómeno en parte provocado por la falta de lectura no lineal que todavía ofrecía el formato analógico (Senici, 2009, p. 284).

únicamente por la descripción de la *video ópera* u *ópera en vídeo* —en este trabajo se emplearán como sinónimos—, para designar todos aquellos productos audiovisuales que contienen la grabación de una ópera, independientemente del medio para el que han sido producidas inicialmente (Wlaschin, 1998; Roberts, 2004).

El video ópera, por lo tanto, es un término híbrido y mixto, que engloba un sinnúmero de tipologías de espectáculos audiovisuales. En los estudios teóricos existentes, al video ópera no se le ha aplicado una subdivisión explícita que exigiría tener en cuenta las características propias del tipo de formato y las características propias del medio que lo vehicula (Senici, 2009, p. 278). Aunque en la literatura existente sobre el tema se advierte un esfuerzo por designar sub-categorías de productos operísticos dentro de la categoría de la ópera en vídeo (Bertz-Dostal, 1970; Wlaschin, 1998; Senici, 2010; Cenciarelli, 2013), lo cierto es que los estudios no encuentran un consenso en las nomenclaturas utilizadas al respecto, como bien podía ocurrir en los apartados, tanto de ópera en el cine como de ópera en la televisión —donde, como se ha comprobado, para algunos de sus productos se han estandarizado terminologías en el territorio internacional—.

Existen estudios que realizan categorizaciones alternativas, como la ofrecida por Jean-François Jung en el año 1990. Basándose fundamentalmente en las grabaciones televisivas, el autor propone cuatro sub-categorías de vídeos operísticos: la *grabación del espectáculo en vivo* y las *adaptaciones televisivas* del espectáculo —para designar aquellos vídeos que no se han podido realizar enteramente durante la representación en vivo y, por lo tanto, exigen cierta postproducción—; la *televisión ópera*, como producto específico producido directamente para televisión —ya descrito en el capítulo anterior bajo la denominación de *Opera Televisada*—; y la *videocreación*, como operas breves no concebidas para la escena del teatro sino escritas para la televisión (Jung, 1990).²¹⁵ Al margen de estas y otras descripciones encontradas en la literatura, en términos generales, puede afirmarse que únicamente los autores han encontrado cierto consenso en distinguir tres sub-categorías de productos videográficos: las grabaciones de estudio, las películas filmadas y las representaciones desde el teatro (Jung, 1990; Veilleux, 2004; Senici, 2009).²¹⁶ Por lo tanto, parece que la clasificación del vídeo

²¹⁵ La significación de la última descripción de ópera televisada entendida por el autor como videocreación, coincide con la denominación anglosajona *Opera commissioned for Television* descrita y ofrecida por Jennifer Barnes en 2003.

²¹⁶ Por ejemplo, Emanuele Senici apunta cómo en la voz *Filming Videotaping* del *New Grove Dictionary of Opera*, el realizador Brian Large distingue estas tres sub-categorías: producciones de estudio, películas y producciones teatrales. En la misma línea, Michel Veilleux en su capítulo titulado *L'opera dal teatro allo schermo televisivo* de la *Enciclopedia della Musica*, de la editorial Einaudi, habla de la *captación del vivo de una representación escénica* para referirse a las producciones teatrales de Large (Veilleux, 2004, pp. 849- 870; Senici, 2009, p. 287).

ópera tiende a partir, en primer lugar, del tipo de medio y, en segundo lugar, del tipo de producción que exige la grabación.²¹⁷

Asimismo, la mayor parte de las terminologías son empleadas en idioma inglés, de tal modo que no existe de ellas una traducción oficialmente empleada para ser utilizada en castellano. Por ejemplo, para designar aquellos productos operísticos grabados a modo de reportaje o documento directamente desde los teatros de ópera, algunos autores han empleado indistintamente los términos *Documentary Opera*, *Reportage of an Opera*, u *Opera as Document* (Ashby, 2005, pp. 244- 265; Senici, 2009). Sin embargo, el primero de los términos, *Documentary Opera*, no debe confundirse con las distintas descripciones que algunos autores han expresado para referirse a las óperas en las que se utiliza la tecnología del vídeo dentro de la puesta en escena,²¹⁸ o aquellas obras operísticas que intentan narrar, de forma documental, la vida de personajes históricos,²¹⁹ entre otros significados (London et al., 1988; Ashby, 2005, pp. 244- 265).

Asimismo, algunos autores han recurrido a términos ya utilizados en disciplinas escénicas cercanas, como el teatro o la danza, para designar aquellos vídeos que en sus prácticas intentan preservar la percepción experiencial y las sensaciones provocadas por el espectáculo original en directo (Senici, 2010, p. 65). Al respecto se han utilizado descriptores como *Documentary Films* o *Translation Films* (Picon-Vallin, 2001, pp. 190- 198; Brooks, 2002, p. 58).

Desde una perspectiva más material, también en los últimos años, la noción vídeo ópera ha sido empleada de forma indistinta para referirse a los formatos que se han ido estandarizando en el mercado de la ópera audiovisual de consumo doméstico, tales como el DVD o el recientemente generado HD (Pérez, 2012, pp. 7-9).

Finalmente, en relación a la terminología empleada en los análisis videográficos, las teorías más recientes han puesto de manifiesto la necesidad de estandarizar a nivel internacional la categoría del vídeo de ópera como aquella que corresponde exclusivamente a las

²¹⁷ En esta segunda distinción, para algunos autores, es precisamente donde se diferencian los aspectos más estéticos y artísticos de los productos mediáticos operísticos (Senici, 2009, p. 288).

²¹⁸ A modo de ejemplo se cita el capítulo que Arved Ashby destina a la ópera minimalista en la obra *The Cambridge Companion of the Twentieth-Century Opera*, publicada en 2005. En él, el autor utiliza el término *Documentary* para referirse a los efectos de la inclusión de pantallas con imágenes videográficas en la ópera *The Cave*, compuesta por Steve Reich, cuyo libreto fue concebido de forma multimedia por su esposa, la videoartista Beryl Korot entre 1990 y 1993 (Ashby, 2005, pp. 257- 259).

²¹⁹ Como el caso sobre la obra *The Death of Lincoln* compuesta y publicada en 1988 por el autor Edwin London y el libretista Donald Rodney Justice. Los mismos autores definieron esta composición como una *Documentary Opera*, por el tratamiento realizado sobre la biografía del presidente Lincoln (London, 1988).

grabaciones del espectáculo en vivo desde los teatros u otros espacios de representación. Dicha consolidación diferenciaría y ordenaría mejor las categorías existentes para el cine y las grabaciones de estudio propias de la televisión (Senici, 2009, p. 288). Para expresar la síntesis de los conceptos mediáticos que fundamentan nuestro objeto de estudio, la presente investigación adoptará esta última definición en el apartado estético, al considerarse la más estandarizada en la literatura internacional.

Debe tenerse en cuenta, en última instancia, que la estandarización de esta categoría, en la práctica de las artes escénicas, pone de manifiesto la complejidad del hecho si se compara con la categorización videográfica de otras disciplinas artísticas —tales como el teatro o la danza—, en las que se entienden y se aplican otros significados (Mitoma, 2002; McPherson, 2006).²²⁰

2.4.3. Síntesis de conceptos mediáticos.

En términos generales, los vídeos de ópera del siglo pasado se han descrito en la corriente estética del paradigma de lo *televisual*, como modo de representación dominante de la producción mediática (Auslander, 1999, pp. 1-9). Con una cierta actitud crítica, los vídeos de ópera se han tendido a reconocer como documentos visuales que no narran una ópera pero que sí relatan la representación de una ópera, de tal forma que los directores generalmente no han asumido el rol creativo en un sentido pleno (Kühnel, 1999, pp. 159-188).²²¹ Esta concepción apriorística, se ha realizado gracias al análisis de gran parte de las producciones videográficas desde los años 60 del pasado siglo hasta mediados de los 80 (Senici, 2012, pp. 45- 70).

²²⁰ En la disciplina de la danza, por ejemplo, la mayor parte de los vídeos han sido producidos a partir de grabaciones en estudio, en diferido y sin público, similares a las producciones televisivas operísticas de los años 60 y 70 del pasado siglo. Por el contrario, el vídeo sobre danza en vivo, constituye un fenómeno muy secundario en el mercado mediático. Finalmente, la danza concebida explícitamente para ser filmada, de forma similar a lo que ocurre con la ópera filmada, constituye un formato en pleno auge contemporáneo, capaz de definir un sistema de producción propio (Mitoma et al., 2002; McPerson, 2006).

²²¹ En su trabajo titulado *Mimesis und Diegesis – szenische Darstellung und filmische Erzählung: Zur Ästhetik der Oper in Film und Fernsehen*, Jürgen Kühnel establece una distinción entre la mediatización que se produce en una ópera filmada, frente a la transposición que ocurre en un vídeo sobre ópera (Kühnel, 1999, p. 69). Emanuele Senici explica en su artículo *Porn Style, Space and Time in Live Opera Videos* que para este autor, mientras que la ópera filmada constituye una transformación filmica de una ópera conseguida gracias a recrear una mediatización, entre otras, de esa obra, *el reportaje de una ópera* en vídeo es una transposición intermedial que representa la mediatización de una mediatización: la puesta en escena y la representación constituyen la mediatización original de una ópera. La grabación en vídeo de dicha representación es, por tanto, la mediatización de esa mediatización, de tal forma que la ópera en vídeo relata o re-narra la representación de una ópera (Senici, 2010, p. 64).

Como características principales, los vídeos de ópera provocan la pérdida de la temporalidad incontrolable, generada por el evento en directo —espectáculo ahora ofrecido en forma de representación congelada—. Según los autores, además, se pierden otros elementos igualmente significativos, como una mayor presencia del creador, la dinámica generada entre el actor y la audiencia, o la atmósfera del teatro, entre otros elementos. En parte, todas estas características son presentadas como ausencias o carencias inherentes y propias del sistema de producción videográfico (Varney & Fensham, 2000, p. 90). Por lo tanto, el formato de consumo en vídeo, con la pérdida del directo, de la comunidad y del vivo de la representación, se ha presentado, a priori, como el menos compatible con las artes escénicas y teatrales (Melzer, 1995, pp. 259-276).

Desde un punto de vista formal, en estos trabajos se reconoce un deliberado ejercicio de cámara inmóvil. Asimismo, los parámetros de grabación han quedado basados en patrones formales tradicionales, más que en las consideraciones narrativas específicas de cada producción. Más allá de quedar condicionados por limitaciones externas, como la presencia de público en el teatro de la grabación, este estilo impasible ha deseado emular, como si de una trasposición artística se tratase, la experiencia del vivo del espectáculo. A modo de *vitrina*, los vídeos de ópera han pretendido reproducir fielmente la realidad acontecida en los teatros, una tendencia de producción también sustentada por los sellos editoriales como *Opus Arte*, *Unitel* o *Decca* (Roberts, 2004, p. 41).²²² Así, los vídeos de ópera muchas veces se han planteado como solución a la tensión fundamental que ha marcado las representaciones teatrales en la era de los medios, ofreciendo con éxito al mismo tiempo la magia del evento en vivo y su reproducción infinita (Senici, 2009, p. 290). Según la teoría de Auslander (2008, p. 60), los vídeos de ópera no han sido capaces de sustituir la relación afectiva que establecen los públicos asistentes al teatro con la representación física en vivo y en directo, pero, gracias a la adquisición de esta lógica televisual, han podido ser portadores de esta experiencia emotiva, al reproducir la magia o el aura de la representación.

La mediación audiovisual de la ópera se ha manifestado de distintos modos en los productos videográficos del siglo XX. Como se ha visto, dicha mediación —frente a la mediatización expresada en el estado de la cuestión— ha promovido la separación entre el espectáculo y el medio que lo representa, entre el contenido y la forma.

²²² Como ellos mismos manifiestan, durante años los sellos discográficos han colaborado con canales televisivos y teatros de todo el mundo como intermediarios, con el fin de ofrecer a millones de espectadores la magia de poder consumir la ópera y el ballet en vivo (no en directo). Pueden consultarse los sitios oficiales de *Opus Arte*, *Decca Classics* y *Deutsche Grammophon*, entre otros.

Esta separación se ha analizado en relación a distintos elementos, como la presentación física del objeto cosificado. Los autores defienden cómo la mayor parte de los productos operísticos editados en VHS utilizaban diversas estrategias comerciales en el diseño de las portadas. En ellas se aportaba, de forma implícita, información sobre la propia naturaleza del vídeo, con sus limitaciones y sus oportunidades al mismo tiempo. Por norma general, como estrategia de reclamo internacional, la mayoría de los productos incluían como fotografía central un *frame* congelado de la representación, donde aparecían los cantantes más reconocidos del reparto. El hecho de utilizar un frame del vídeo adelantaba que se trataba de una grabación y que, como tal, solo podía ofrecer una visión parcial del espectáculo primario, reforzando implícitamente la supremacía del espectáculo presencial (Cenciarelli, 2013, p. 209). Al mismo tiempo, con el uso del frame se amplificaba el valor documental del vídeo en el sentido de presentar la mediación, casi de forma literal, en concepto de captura del evento.²²³

Por otro lado, en las portadas y contraportadas, también se destacaba y se planificaba geométricamente la información textual más importante de la producción, tal como la fecha de estreno en el teatro, los datos del reparto, el director, la orquesta y la discográfica. Para aquellos consumidores más fidelizados, toda esta información adicional reforzaba la relevancia del VHS como un documento archivístico, con un significativo valor documental y en el que se procuraba ofrecer una visión mínima de interferencia multimediática (Cenciarelli, 2013, p. 209).²²⁴ Con todas estas medidas que preservaban la transparencia del relato, el formato en VHS aportaba, en términos estéticos, por la potenciación del evento, la neutralidad y la objetividad del documento histórico grabado.

Deben apuntarse otras características principales que inciden en la mediación formal como estilo, a partir de la que se han concebido los productos operísticos videográficos.

En primer lugar, en todas estas producciones derivadas de las grabaciones en el teatro, el formato VHS estaba preparado para construir el acto de ver de forma que el espectador

²²³ En términos estéticos, la dirección de los vídeos intentaba interferir lo menos posible en la obra original, limitando su técnica y lenguaje a grabar el evento con la máxima precisión, nitidez y fidelidad a la producción (D'Agostino, 2012, pp. 153- 157).

²²⁴ La información ofrecida en las portadas a través de la imagen, los textos geométricamente ordenados, los colores y las tipografías empleadas, se distribuía en la carátula de tal modo que respetase los límites entre los distintos niveles de mediación, con el fin de presentar un documento no modificado, más fiel aparentemente al original sobre el que trataba. Según algunos autores, el diseño gráfico de los primeros vídeos hablaba en primera persona del estilo de grabación del director audiovisual. Para ampliar información al respecto, se recomienda consultar la obra recientemente publicada de Carlo Cenciarelli, titulada *At the Margins of the Televisual: Picture Frames, Loops and 'Cinematics' in the Paratexts of Opera Videos*, en la que analiza las carátulas de diversas ediciones de versiones históricas de la ópera Don Carlo de Verdi (Cenciarelli, 2013, pp. 203- 223).

estuviera situado en frente de una pantalla para observar un documento basado en una planificación frontal. Al evitar un mayor acercamiento del espectador a la obra, provocado por un lenguaje audiovisual más inmersivo, se alejaba de la inmediatez del espectáculo en este sentido, una inmediatez compensada por la transparencia estilística y objetiva sobre el evento representado (Bolter & Grusin, 2000, pp. 22-23; Cenciarelli, 2013, p. 212). Asimismo, casi en exclusiva, la mayor parte de estos vídeos utilizaban planos en posición de cámara fija para reforzar la mayor objetividad del documento grabado (Senici, 2009, p. 300). Así, si la cámara no se desplaza de su eje, tampoco lo hace la visión del espectador, técnica que favorece un mayor estatismo de la narración.

Asimismo, en la línea de reforzar la co-presencia afectiva con el espectáculo en vivo, la mayor parte de las producciones de vídeo procuraban contextualizar temporal y geográficamente la producción. Así, muchos de los vídeos producidos por compañías como *Bel Canto Paramount Home Video*, *NVC arts/Warner Classics*, *Telemondial* o la *Deutsche Grammophon*, iniciaban la grabación de la representación con planos de apertura de la fachada del teatro donde tenía lugar el espectáculo (Senici, 2009, p. 291; Cenciarelli, 2013, p. 217).²²⁵ Una vez el espectador era situado en el contexto real —el teatro, un lugar con una personalidad institucional muy marcada en la historia, en el que se podía comer y beber, pero, sobre todo, socializarse—, se producía una transición hacia el mundo de la ficción representada (Small, 1998, p. 23). Las teorías más contemporáneas advierten cómo es precisamente este punto el que refuerza el potencial cultural que posee el lenguaje videográfico frente al cinematográfico. Situando los créditos de apertura en el exterior del teatro o en la misma sala a oscuras y, por lo tanto, potenciando el ritual de asistencia a la ópera, se prestigia el valor cultural y social del evento. Este fenómeno se considera una diferencia conceptual significativa con respecto a las óperas filmadas, en las que los créditos de apertura se integran ya en la narración, y ayuda a definir más claramente qué son, desde un punto de vista artístico, los vídeos de ópera (Künhel, 1998, pp. 159- 188).²²⁶

²²⁵ En 2009 Emanuele Senici desarrolló esta idea a partir del análisis de varias óperas de Mozart que el sello Decca, en colaboración con DG, grabó del festival de Salzburgo el año 2006: *Il ratto dal serraglio*, dirigido por Tomás Simerda, *La clemenza di Tito* y *Le nozze di Figaro*, ambas dirigidas por Brian Large y *Don Giovanni* realizado por Karina Fibich, entre otros títulos (Senici, 2009, p. 291). Una estética similar de acercamiento al espectáculo a partir de la contextualización física del mismo ha sido utilizada por directores contemporáneos como Peter Konwitschny. En las producciones videográficas que llevó a cabo a principios del siglo XXI — años 2002 y 2003— se aprecia esta intención de índice visual que tiene el objetivo de guiar al espectador en una experiencia narrativa de la ópera, primero mostrando el teatro, después introduciéndole en el auditorio hasta su asiento y, finalmente, centrando el foco en el escenario (Morris, 2010, p. 112).

²²⁶ Mientras que en el cine el texto operístico coincide plenamente con el texto narrativo, que se desarrolla desde los títulos de crédito de apertura hasta los de cierre, en los vídeos de ópera existe una zona de preparación en la que se indica al espectador “este es el Met”. El espacio del teatro mostrado en pantalla no pertenece a la ficción pero nos lleva al lugar donde se producen las ficciones (Cenciarelli, 2013, p. 218).

En este sentido, la mediación propia de los productos videográficos, también se ha analizado en términos sociológicos. Aunque la mayor parte de las producciones en los teatros pretendían emular la asistencia al evento en un entorno de rito social, lo cierto es que la experiencia videográfica desde el hogar se presentaba como única y privada. En ella, la noción elitista de privilegio cultural todavía se aplicaba, en la medida en que los consumidores, desde sus hogares, eran llamados a visitar un lugar especial y personal, el teatro, e inmediatamente entraban en contacto con la subjetividad del compositor, preparando el visionado de la ópera para un consumo íntimo (Cenciarelli, 2013, p. 221). En lugar de la telepresencia del evento en directo que, según muchos académicos, favorece el formato de las grabaciones en vídeo, el hecho de que muchas de estas producciones mostrasen el teatro al inicio, podía significar que lo que en realidad se estaba narrando era la experiencia de ver una ópera desde la pantalla del hogar.²²⁷ En ese caso, como afirma Cenciarelli, (2013, p. 222) la dimensión social del arte se incluiría dentro de la experiencia estética del texto audiovisual.

- Remediación videográfica

Desde un punto de vista estético, en los últimos años las teorías se han centrado en cuestionar esta concepción exclusivamente mediadora del formato videográfico. También, de forma reaccionaria, se ha intentado deconstruir este discurso en torno al vivo desde dos perspectivas complementarias (Citron 2000; Morris, 2010; Senici, 2010; Esse, 2010). Por un lado, estos teóricos han advertido la especificidad de la experiencia del vivo. Ya que, el formato videográfico construye, sobre este, su propia representación artística. Por otro lado, los teóricos también han hecho hincapié en lo peligroso que puede ser argumentar diferencias ontológicas entre el espectáculo original y el mediatizado, en la línea de la teoría de Philip Auslander ya descrita (Cenciarelli, 2013, p. 205). A finales del siglo XX, los principales autores que han teorizado sobre el campo de análisis, han manifestado la necesidad de investigar la ópera en vídeo no solo desde conceptos como la mediación, la relación, o la translación del espectáculo en vivo (Varney & Fensham, 2000, p. 90; Senici, 2012, p. 66). Se debe concebir como un proceso constructor de significado artístico, capaz de manifestar unas características técnicas y mediáticas propias, así como un complejo abanico de asunciones sociales y culturales sobre su rol y su función (Levin, 1997, pp. 47-

²²⁷ El fenómeno se consigue gracias a situar a los espectadores, de forma metafórica, dentro del espacio de la ópera en vídeo, ubicándolos a cada uno de ellos en un ideal y privilegiado punto de visión y audición (Cenciarelli, 2013, p. 222).

71; Roberts, 2004). Gracias al cambio de postura académico, se ha reconocido la necesidad de salvaguardar la facultad no solo mediadora, sino mediática de la propia realización, así como su potencial valor semántico y emocional (Senici, 2009, p. 295).

Las teorías de finales del siglo se han centrado en definir los rasgos diferenciadores del medio como constructor de una nueva realidad artística, cuestionando, con una actitud crítica, la tradicional e inseparable relación con el espectáculo original en directo (Senici, 2010, p. 64). Gracias a ello se ha reconocido cómo la ópera en vídeo podría conseguir que la disciplina de la ópera en pantalla constituyese un valioso sustitutivo de la experiencia teatral —asumiendo la diferencia ontológica de esta última si es considerada primaria y superior— (Cenciarelli, 2013, p. 204). En un contexto musicológico en el que el concepto de *presencia* ha vuelto a adquirir relevancia académica —recientemente propuesta como valor positivo de la experiencia musical frente a la *ausencia* promovida por factores como la digitalización— la crítica en torno al vivo ha monopolizado el interés académico (Abbate, 2004, pp. 505- 536; Esse, 2010, pp. 82- 95; Filice & Young, 2012, pp- 48- 55). Esta asunción no solo es teórica, sino que ha podido reconocerse en la mayor parte de los directores y de los críticos.²²⁸

El diferido que ofrece el formato vídeo es claramente un modo concreto de experimentar el espectáculo, pero que no ha dejado de estudiarse, ligado a la representación original bajo el concepto que se ha denominado como ontología de la actuación (Phelan, 2004, p. 146). Este fenómeno, a principios del siglo XXI ha despertado la necesidad de establecer una semiótica videográfica propia, capaz de posibilitar herramientas de lectura y aprendizaje a través del nuevo medio (Varney & Fensham, 2000, pp. 88- 96). Por ello, hoy se prioriza el análisis teórico de las consecuencias negativas que ha podido ocasionar esta dialéctica formal e histórica en torno al vivo, para el reconocimiento cultural del propio lenguaje del vídeo, al separar la forma del contenido de la representación. Dicha separación parece preservar al arte de la ópera de poder aportar productos artísticos que enaltezcan la cultura contemporánea visual, más cercana hoy al placer del acto mediatizado en sí mismo —no mediado— que al respeto por el vivo original (Cenciarelli, 2013, p. 205).

En relación a esta reciente corriente teórica, una de las primeras cuestiones que ha preocupado a los académicos es, precisamente, esta compleja descripción estética, basada

²²⁸ Brian Large, director de un significativo número de video óperas, se ha utilizado como caso representativo al respecto. Como él mismo expuso en la entrevista ofrecida a Rodney Milnes, publicada en el número 56 de la revista *Opera* en febrero de 2005, los directores de ópera, en su trabajo, interpretan documentos para la posteridad. Los directores de vídeo deberían intentar crear una interpretación de la representación que beneficiase tanto a la propia producción como al público, intentando no ejercer como director creativo (Large & Milnes, 2005, pp. 153- 158).

apriorísticamente en las convenciones derivadas del vivo que, a efectos prácticos, se considera muy difícil de justificar. En este sentido, los estudios se cuestionan la coherencia y adecuación del uso del término *Liveness* o *vivo*. Según algunos autores, dado que existen distintas formas de registrar este espectáculo, tales como la realización en directo o en diferido, con público, sin público, con cortes, sin cortes, en estudio o desde el teatro, entre otros ejemplos, el *vídeo de ópera derivado del vivo* no puede entenderse como un documento transpositor del espectáculo original en términos estrictos (Künhel, 1998, pp. 166- 178; Roberts, 2004, pp. 74- 77; Senici, 2009, pp. 288, 289). Mucho menos si se contemplan en esta descripción los procesos de postproducción audiovisual, no solo del montaje del vídeo, sino también del audio, con sus múltiples posibilidades de manipulación sonora (Brncic, 2008, pp. 1- 30; Lew, 2004, pp. 144- 149). Por ello, a pesar de que los principales estudios enmarcan sus análisis en esta inseparable relación con el *Liveness*, el presente trabajo pone de manifiesto —como ya observó Emanuele Senici en 2009—, la necesidad de interrogar si esta tendencia actualmente es correcta.²²⁹ De hecho, el resultado final de la mayor parte de los vídeos de ópera sobre el vivo que puede disfrutar el espectador en su casa, ha sido conseguido gracias a la edición de varias representaciones distintas: la correspondiente al día del estreno, el ensayo general y aquellas pruebas previas que han salido bien desde el punto de vista musical y escénico (Senici, 2009, p. 289). Este hecho provoca presuponer que, de forma más o menos intuitiva, durante el siglo XX los vídeos han utilizado la descripción del *vivo*, no como estrategia estrictamente mediática, sino como estrategia comercial para atraer a los públicos operófilos, asistentes habituales al espectáculo en el teatro.

Otras de las características propias de una concepción mediadora de la lógica televisiva, que se han puesto en duda en estos estudios, son la objetividad y la imparcialidad de la representación operística en el formato vídeo. Como en el cine y en menor medida la televisión, el lenguaje del vídeo se ve igualmente afectado por la subjetividad que imprime el realizador audiovisual sobre la obra global: las grabaciones de ópera en vídeo son fruto de la selección subjetiva tanto de la perspectiva como del ángulo y el plano de la cámara previamente seleccionados de la puesta en escena. En este sentido, el vídeo ha sido considerado una herramienta mediadora que ejerce un peso negativo sobre el arte primario, ya que se pierde el foco múltiple que posee en espectador presencial. La pobreza atribuida a

²²⁹ Muchos de los vídeos actuales que hacen referencia a espectáculos grabados, en apariencia, de producciones de teatros en vivo, no especifican las circunstancias y condiciones en las que se ha llevado a cabo la producción específica de dicha representación. De este modo, resulta muy difícil conocer si el producto videográfico responde fielmente a la descripción específica *derivado del vivo*, hecho que contribuye a dificultar todavía más la autenticidad de esta descripción general (Senici, 2009, p. 289).

la representación mediada es transferida de forma especial al actor, cuya presencia es congelada en el tiempo y en el espacio (Varney & Fensham, 2000, p. 92).²³⁰

En relación a la objetividad, debe mencionarse también cómo para algunos autores contemporáneos, la actitud no intrusiva y televisual de la cámara —asociada al género documental no ficcionado— contiene, en sí misma, una función de índice personal que queda vinculada directamente con el vivo. Por lo tanto, tratada de forma documental, corre el riesgo de paralizar la ficción de la escena (Cenciarelli, 2013, p. 206). Esta idea, como se verá más adelante, se considera especialmente significativa para orientar ciertos planteamientos del análisis de contenido de esta investigación. Así, el hecho de que las funciones de la cámara se inscriban en el discurso general de la transparencia televisual, hace en sí misma intrusiva su presencia, ya que aliena el sujeto tratado e impide entrar en el discurso narrativo como ocurre en la ópera en el cine.²³¹

Otra de las batallas formales dadas en los últimos años, guarda relación con la presencia artística. En la línea de lo que Philip Auslander aportó a finales del siglo XX, algunos autores han defendido que las artes escénicas en general, y el teatro y la ópera en particular, son algo más que la pura presencia del espectáculo y la puesta en escena de las representaciones (Hutcheon, 2000). Desde una perspectiva crítica, el antes y el después de la actuación, también forman parte diferencial del espectáculo y ayudan a convertirlo en múltiple, ambiguo y dinámico (Varney & Fensham, 2000, p. 93). Para estos autores, el vídeo entonces se presenta como el elemento capaz de mediar la diferencia entre la presencia y la ausencia del espectáculo desde distintos niveles de invención: el personal del realizador, el nivel más popular del público y el del experto (Ulmer, 1989, p. 63).²³²

²³⁰ El vídeo constituye una de las principales fuentes de ansiedad entre los cantantes y actores que entran en juego en las representaciones. Parte de esta ansiedad guarda relación con la naturaleza y la calidad de la sustitución de su presencia que provocan las representaciones grabadas. Pero el miedo predominante, una vez perdida la presencia, lo constituye la pérdida de control sobre la distribución y manipulación de su propia imagen pública (Varney & Fensham, 2000, p. 92).

²³¹ Sin una mentalidad narrativa global, los procesos de producción de la ópera en formato de vídeo, tales como la filmación o la edición audiovisual, quedan al margen de un sistema de significación unitario capaz de contener autenticidad audiovisual (Cenciarelli, 2013, p. 206).

²³² El vídeo no puede reemplazar la representación original porque esta le precede y la necesita para crear un nuevo texto artístico. El vídeo retiene trazos de la representación como previamente la producción en directo lo ha hecho del libreto y la música originales, que a su vez contienen trazos de otros textos artísticos precedentes. Sin embargo, el vídeo no solo se compone por trazos de la producción en directo que captura, sino que muestra la visión subjetiva del realizador, de modo que no puede constituir un simple documento registrado del original (Varney & Fensham, 2000, p. 95).

Debe recogerse en esta síntesis, uno de los principales factores que se ha reconocido como propios del lenguaje videográfico: el modo en que se construye el espacio y el tiempo de la representación.²³³

Según las teorías más recientes, en relación a la construcción del espacio en un vídeo musical, resulta imprescindible analizar dos elementos constituyentes: 1) la relación entre los planos y el sonido; y 2) la relación que se crea entre los tipos de planos empleados entre sí (Senici, 2012, p. 67). En los vídeos de ópera parece significativo comprobar cómo la relación entre el sonido y los tipos de planos empleados ha resultado, hasta hace pocos años, prácticamente inexistente (D'Agostino, 2010).²³⁴ Con respecto al tipo de planos utilizados, a diferencia del cine o la televisión —de carácter más narrativo el primero y televisual el segundo—, los vídeos de ópera han quedado compuestos casi exclusivamente por planos generales de la representación, planos de conjunto de personajes, planos medios y algunos primeros planos de los cantantes.²³⁵

Otro de los conceptos que afectan de manera significativa a la construcción del espacio, en los vídeos del siglo XX, es la ubicación de las cámaras en los mismos puntos de visión que experimenta el espectador en el teatro. Algunos autores han justificado este fenómeno en la necesidad de evocar, volver atractivo y fetichista, así como —en el mejor de los casos— trasladar la vivencia tridimensional del espectáculo en vivo a los consumidores mediáticos (Tambling, 1994; Heyer, 2008; Steichen, 2012). Asimismo, de forma tradicional, se ha reconocido que la ubicación de los equipos de grabación, en los teatros, también ha pretendido no interferir la apreciación del espectáculo de los públicos asistentes al teatro.

²³³ Deben destacarse al respecto las aportaciones realizadas al campo de estudio por Emanuele Senici en los trabajos *Il Video D'Opera "Dal Divo": Testualizzazione e Liveness Nell'era digitale*, publicado en Italia en 2009, así como el artículo *Porn Style, Space and Time in Live Opera Videos*, perteneciente a la publicación de mayo de 2010 de la revista *The Opera Quarterly*.

²³⁴ Según la entrevista realizada al equipo audiovisual del *Gran Teatro del Liceu* en julio de 2011, en la medida en que los teatros han ido estableciendo sus propios departamentos de desarrollo de vídeo de las producciones, los operadores de cámara han ido trabajando de la mano de supervisores musicales, encargados de ayudar a los directores audiovisuales a diseñar los *storyboards* de acuerdo a la lógica musical marcada en la partitura (D'Agostino, 2010). Aun así, en la mayor parte de los vídeos del siglo XX solo se aprecian retoques en la postproducción del sonido, con el fin de conseguir lograr perspectivas de escucha que vayan en sintonía con la tipología de planos más utilizada en la representación. Así, el tipo de sonido global varía si en una producción abundan planos generales o, si por el contrario se requiere un color local más íntimo y psicológico, al tratarse de una representación que opta por los planos cerrados, primeros planos y detalles (Senici, 2012, p. 67).

²³⁵ De acuerdo con Senici, los primeros planos de los cantantes sirven en los vídeos para ofrecer un tipo de actuación y una concepción de la corporalidad del divo en marcado contraste con lo que han significado, de forma más narrativa, en el cine o en las óperas producidas en los sets de televisión. Con respecto a los planos generales de la representación, Senici añade que se ha popularizado su utilización frente a otro tipo de planos, porque sitúan a los actores, objetos y cantantes, en el espacio de representación global, y ayudan a entender escenas cuya cantidad y densidad de elementos es mayor y pueden correr el riesgo de volverse ilegibles para los espectadores (Senici, 2012, p. 67).

Así, la mayor parte de los vídeos operísticos han adoptado un estandarizado, tradicional y, en muchas ocasiones, demasiado clásico estilo visual (Veilleux, 2001, p. 857). Se critica en ellos la pobreza emocional, visual, narrativa y psicológica generada en la entonces recreación de un espectáculo, por audiovisual, también bidimensional (Senici, 2012, p. 68). También hoy se reconoce cómo el público que asiste a la representación presencial, se ha acostumbrado tanto a convivir con las cámaras de grabación, que ni siquiera percibe su presencia (Senici, 2009, p. 274). Aunque la audiovisualización de los espectáculos en directo es un fenómeno cada vez más natural, lo cierto es que el trabajo de la producción videográfica todavía está muy poco reconocido por el público y la crítica.²³⁶

En relación a la construcción temporal de la obra, se ha teorizado ampliamente sobre la función rítmica que el lenguaje audiovisual ejerce sobre la música. La ópera constituye, en sí misma, un espectáculo donde el espectador recibe distintos niveles rítmicos, no necesariamente relacionados entre sí: el ritmo de la música, de la puesta en escena y del texto cantado. En términos generales, suele prevalecer uno de ellos sobre el resto. Dado que una de las notas esenciales del arte videográfico es la edición temporal a partir de la microsegmentación por planos, el vídeo añadiría un nivel de lectura temporal más a la percepción múltiple del espectador (Senici, 2012, p. 68). Según los estudios existentes, en lugar de buscar una convergencia rítmica o, en el peor de los casos, una mínima sincronización de dicha cadencia múltiple, por lo general los vídeos operísticos no suelen tomar conciencia de este proceso, de modo que el ritmo final que gobierna sobre la percepción del espectador no se controla ni se coordina, enmascarando la importancia del texto verbal, de la música o el de la puesta en escena.

Según afirman los autores, esta falta de conciencia se justifica, en parte, porque el público asume el ritmo natural que, por tradición, ya ha aprendido previamente de la ópera (Jung, 1990, pp. 39- 46). La obra musical, en sí misma, contiene un ritmo propio que los espectadores aceptan por tradición, por educación previa en el arte o, muchas veces, por pasividad ante el espectáculo. Por lo tanto, dicho ritmo le es natural solo a aquellos públicos operófilos que ya conocen la obra y entienden que su cadencia músico-escénica es así, al margen de los ritmos que le imprima el montaje audiovisual. Este último, normalmente, adopta ritmos más elevados, de acuerdo al tempo propio del lenguaje

²³⁶ Durante el siglo XX, muy pocos vídeos de ópera incluían el nombre del director de vídeo entre los créditos frontales de las carátulas. Asimismo, a pesar de percibir la presencia de cámaras de televisión en el teatro, ningún espectador asistente se preguntaba normalmente por la autoría del videocreador. Tampoco ha sido común que las reseñas y críticas sobre los vídeos en revistas especializadas de ópera, destinen sus contenidos al trabajo videográfico de la representación, ya que prima la dirección musical y la puesta en escena (Senici, 2009, p. 274; Cenciarelli, 2013, pp. 207- 209).

audiovisual al que están acostumbrados los públicos mediáticos. En este difícil ajuste de ritmos, los vídeos de ópera han optado por una postura de adaptación y de sumisión a la cadencia más *floja* del lenguaje operístico (Jung, 1990, pp. 42- 44). Asumen por tanto que el consenso entre el lenguaje de las óperas grabadas y su audiencia, se basa en la pretensión una naturalidad propia del espectáculo presencial, no así del producto artístico mediado. En consecuencia la recreación temporal que ofrecen los vídeos de ópera es más lenta de lo que podrían esperar (Senici, 2012, pp. 69- 70).

Gracias al reconocimiento de que esta postura artística es excesivamente clásica, desde finales del siglo XX se ha comenzado a cuestionar una mayor exploración de la tecnología, de la imagen y de las pantallas, no solo como factores que facilitan la difusión del espectáculo, sino como elementos que han de ayudar a componer la acción en la propia escena. Para Emanuele Senici, por ejemplo, el espectador únicamente puede acceder al ritmo de la puesta en escena, gracias al ritmo de montaje y a la planificación,²³⁷ de modo que el montaje debería asociarse a la coreografía escénica, más que a un criterio musical o textual (2010, p. 77).

De entre las teorías mediáticas que han abordado la ópera en vídeo, finalmente debe realizarse una breve alusión a las distintas manifestaciones estéticas que el medio del vídeo puede conseguir gracias al cine y a la televisión (Will, 2011, pp. 32- 60).

Una vez asumido que el vivo no puede ser transmitido de manera objetiva en los vídeos de ópera, algunos autores han hecho hincapié en el grado de transparencia u opacidad que presenta la realización artística en este formato concreto, como elemento que puede modificar la fidelidad hacia el espectáculo primario. Según los autores, todos los vídeos presentan un punto de vista sobre el mismo proceso de la mediación, y este punto de vista promueve un tipo de recepción determinado (Senici, 2009, p. 293). Así, la autenticidad de la obra videográfica residirá en la adecuación al estilo mediático que la producción de la representación en el teatro y, en última instancia la propia obra musical, necesitan para ser comprendidas en un entorno sociocultural determinado, el cual es directamente influido por la cultura audiovisual del momento. Por ejemplo, Emanuele Senici apunta cómo no puede tener el mismo planteamiento una producción que alude a los espectáculos

²³⁷ Para el autor, el acceso de los espectadores a la puesta en escena, siempre es facilitado por un vídeo, sin importar lo tradicional o innovador que su particular visión pretenda ser. Al mismo tiempo, ningún vídeo puede mostrar todo lo que ocurre en el escenario: segmenta la visión mientras que la puesta en escena sigue un ritmo de discurso propio, que el espectador solo percibe parcialmente gracias a esa visión. Así pues, no es posible evaluar la relación entre el ritmo de la puesta en escena, del texto verbal y de la música, desde el momento en el que el vídeo tiene el encargo de evaluarlo para los espectadores. Por ende, dado que el ritmo de la puesta en escena es construido por el vídeo, este ritmo no sería accesible finalmente a los espectadores sin el vídeo (Senici, 2012, p. 77). Entonces, mientras los espectadores tienen libre acceso, a través del vídeo, al ritmo de la música y del texto oídos, no pueden conocer el ritmo de la acción en su totalidad.

televisivos del género de *soap opera*²³⁸, que aquél estilo cinematográfico, íntimo, grandilocuente y solemne que puede necesitar la producción de ópera de Wagner²³⁹ o, incluso, el tratamiento experiencial y televisual que promueven las retransmisiones en HD del Metropolitan Opera House para todo el mundo, entre otros ejemplos (Citron, 2000; Senici, 2009, p. 293). Los espectadores siempre establecen conexiones individuales con su cultura audiovisual y, en este sentido, no sería extraño que los vídeos de ópera propusiesen emular estilos y géneros audiovisuales cercanos a su realidad, tales como los *videoclips* o las *sitcoms* televisivas, entre otros ejemplos (Will, 2011, pp. 32- 33). El vídeo reforzaría así toda una serie de conexiones, paralelismos, confrontaciones y sugerencias en torno a la ficción televisiva y narrativa que surgen mezcladas en los espacios mediáticos compartidos (Senici, 2009, p. 310).

2.4.4. Conclusiones.

Como se ha tratado en estas páginas, en las últimas décadas el vídeo se ha ido colocando en el epicentro del consumo de ópera fuera de los escenarios. Aunque no existe un consenso teórico, la tendencia apunta a que el vídeo de ópera se ha ido identificando paulatinamente con la grabación de los espectáculos operísticos desde los propios teatros de ópera, fenómeno que tiene unas claras consecuencias estéticas. El vídeo constituye una puerta abierta a muchos públicos potenciales, ya que hoy el medio alimenta un contexto visual en el que colocar la imagen de una representación operística, una imagen mucho más identificable que lo que puede representar una grabación de ópera en un contexto meramente auditivo. En una cultura de la imagen como la presente, para un género de consumo de nicho minoritario considerado difícil, culto y de élite como es la ópera, la disponibilidad generalizada que presenta el vídeo, de llevarse el espectáculo a casa, de verlo con amigos en el cine, o de poder mostrarlo en clase, provoca una interacción y una familiarización con el género mucho más diferente e inmediata que la impuesta por la tradición sonora, por el cine, o por la televisión (Senici, 2009, p. 312). Todo ello sin olvidar

²³⁸ Como la recreación de las óperas mozartianas que Peter Sellars dirigió en un estudio vienes con motivo del Pepsico Summerfare Festival —SUNY— en el año 90, en las que ambientó las obras del célebre compositor en entornos suburbanos de ciudades metropolitanas y empleó en la realización un marcado estilo televisivo. En concreto la versión de *Don Giovanni*, se analizará en el capítulo 4 de este trabajo.

²³⁹ Se apunta como ejemplo el tratamiento grandilocuente que Brian Large realizó en 1980 sobre *Der Ring des Nibelungen* de Richard Wagner, producción encargada a Pierre Boulez, Patrice Chéreau y the Orchester der Bayreuther Festspiele, bajo el sello de la Deutsche Grammophon. Resulta altamente revelador, al respecto, el *making of* de la grabación que el mismo sello editó junto con la ópera.

que, en atención a las audiencias tradicionales de la ópera, el vídeo está suponiendo la adopción de la industria de masas por parte de la alta cultura.

Las posibilidades materiales que ofrece el vídeo de ópera hacen posible que el espectador encuentre no solo una conexión con el género musical en general, sino con un título específico y, dado que se basa en el vivo, con la personalidad institucional que lo produce. Por lo tanto, en este nuevo contexto, la representación del vivo es ahora una recreación de esta misma en la distancia, filtrada por una reproducción mediática y por una identidad teatral que, en muchos casos, predispone de un modo determinado la percepción de la obra (Auslander, 1999, p. 35). Así, la renovación del arte asignada tradicionalmente a la dirección artística de las óperas (Senici, 2009, p.312), deberá tener cada vez más en cuenta las circunstancias medioambientales de la reproducción de las obras en concreto ya que, como se ha visto, con cada vez más frecuencia los espectadores —que, como también se ha tratado son eminentemente públicos operófilos— acuden a la ópera habiéndose relacionado antes, gracias al vídeo, con un título operístico determinado (Senici, 2009, p. 312).

Para muchos autores, precisamente por esta mayor dependencia con el vivo, la remediación a la que se ha visto sometida la ópera en formato vídeo, habría constituido un importante avance en la democratización del arte, de no haber sido por lo que muchos reconocen como el estorbo de las convenciones en exceso conservadoras de la ópera, así como su estrecho y rápido envejecimiento (Morris, 2010, p. 99). Muchos de los autores más recientes advierten que lo audiovisual es, precisamente, el lenguaje capaz de reforzar e impulsar la factura comercial de la ópera ya que puede simular fácilmente el prestigio percibido y la calidad de la ópera. Así, proponen superar el discurso de la fidelidad en el tratamiento videográfico de este arte.

Existen ilimitadas posibilidades a través de las que el vídeo puede reinventar el espectáculo en vivo, colocándolo en un contexto visivo, social y cultural inédito, abierto a posibilidades hermenéuticas, psicológicas y afectivas nuevas (Senici, 2009, p. 308). La pantalla ha acercado la ópera a la esfera de la cultura considerada *popular* de la modernidad. Esta cultura ha sido casi creada en exclusiva por el imaginario cinematográfico, televisivo y de los nuevos medios. Es en este contexto donde se inscribe el vídeo de ópera. Para este arte, un género musical cuya identidad es construida mediante la enfatización del evento en vivo, esta recontextualización no puede no tener un impacto fundamental, a nivel no solo artístico y cultural, sino social e ideológico (Senici, 2009, pp. 310, 311).

CAPÍTULO 3

SIGLO XXI: LA ÓPERA EN LOS MEDIOS DIGITALES

3.1. Introducción

Después de analizar las relaciones históricas que la ópera ha establecido con los medios, puede decirse que los teóricos ya no cuestionan la posibilidad de unir el arte operístico y la creación audiovisual. La ópera, el cine y la televisión, se asemejan en su condición de creaciones colectivas, en la estructura temporal esencialmente narrativa, en los sistemas de producción y, lo que es más importante, en los públicos consumidores potenciales. Antes de abordar el análisis estético del siglo XXI, debe señalarse que la forma de comunicación fundamentalmente difusora que la ópera ha establecido con los medios, no ha dejado de cumplir una cierta función educativa, pues, si bien no en la medida en que sería deseable, ha ayudado a dar a conocer la ópera y, con ello, a reducir los prejuicios que en torno a ella y a su mundo puedan existir (Laenen, 2003, p. 11).

Sin embargo, en términos generales, la estilística impuesta por los productos audiovisuales del siglo XX, ha generado una imagen algo alejada de la realidad que viven hoy los públicos. La ópera, consciente de esta problemática, ha pensado que a través de una promoción más moderna y una presencia mediática más constante y sintonizada con las nuevas generaciones, el arte podría alejar de sí ciertos condicionantes sociales, económicos, estéticos e incluso políticos, que, como se ha visto, ha heredado de su historia (Mordden, 1985; Roselli, 1998; Adorno, 2006). A pesar de que en las últimas décadas, la audiencia presencial en los teatros ha aumentado en un 25% (Boiarsky, 2002, p. 21),²⁴⁰ en el siglo XXI, la ópera manifiesta su deseo expreso de atraer a nuevas y, sobre todo, a más jóvenes audiencias,²⁴¹ como bien se ha expresado anteriormente.

Esta intención de mostrarse más actualizada parece llegar en un momento en el que la convergencia mediática multiplica los espacios de ocio y relativiza la importancia de la asistencia al teatro. En esta nueva etapa de distribución masiva de los dispositivos móviles y la constante mejora técnica de las aplicaciones telemáticas, precisamente el negocio de la música constituye el sector de las economías culturales que ha sido afectado con mayor crudeza por fenómenos ya explicados como el de la globalización, la integración, la

²⁴⁰ Según los datos anuales publicados por instituciones como Opera América u Opera Europa, la audiencia presencial había crecido en un 25% durante las últimas décadas del pasado siglo. Este dato constituye el crecimiento de un 12% más que el resto de las artes consideradas clásicas (Boiarsky, 2002, p. 21).

²⁴¹ Aunque en Estados Unidos parte de este crecimiento viene generado por una audiencia con una edad superior a los 40 años de edad, el éxito del arte entre los públicos más jóvenes todavía es modesto (Matabosch, 2013).

comercialización o la digitalización.²⁴² Una de las soluciones que plantean los estudios para que las economías culturales hagan frente a este cambio de paradigma provocado por la era digital, se asemeja al cambio de actitud que replantea la industria de la ópera: ofrecer una actualización constante y una distribución global e inmediata de los contenidos (Igarza, 2008, pp. 39- 44).

De este modo la ópera replantea iniciativas de presencia social, que le ayuden a conectar con los públicos en los espacios donde consumen los contenidos culturales. De entre las iniciativas de cambio que el panorama internacional actual ofrece, destacan la educación en la ópera, así como estrategias de comunicación que la abran a la sociedad, ya que el arte, como una de las tantas representaciones audiovisuales que hoy existen, también entra en la categoría de producción que necesita hacerse accesible a los públicos (Orero & Matamala, 2008, p. 262).

Por un lado, durante la primera década del siglo XXI, los teatros de ópera han intentado introducir modificaciones que generen una mayor atracción en el punto de venta. Con ello, han procurado favorecer las condiciones de espectacularización de la propia producción en vivo, considerada su motor económico. De entre las distintas iniciativas que se han llevado a cabo, parecen asentarse la potenciación del carácter visual del espectáculo —como aquellos promovidos por Bill Viola—, el uso del vídeo como soporte a la representación en vivo, y la *pantallización* del evento. En muchos teatros de América y Europa pueden observarse grandes pantallas digitales que retransmiten en directo, para el público presencial, detalles y primeros planos de la representación²⁴³. Aunque este fenómeno contemporáneo está pensado para volver atractivo el espectáculo a ojos de los públicos más jóvenes, también se ha comprobado que la audiencia más veterana se muestra igualmente atraída por las imágenes videográficas, elementos que ayudan a experimentar el espectáculo con mayor intensidad (Boiarsky, 2002, p. 20).

Por otro lado, los teatros internacionales ponen en práctica medidas para renovar las audiencias de su espectáculo presencial. Así, impulsan programaciones más

²⁴² La crisis que atraviesa el mercado discográfico es un fenómeno internacional cuyas causas son de naturaleza digital: la cadena de comercialización se ha transformado hacia el comercio por internet, un campo en el que ha proliferado la piratería de estos bienes intangibles (Igarza, 2008, p. 40).

²⁴³ Instituciones como The Chicago Symphony han intentado con este tipo de acciones proponer una experiencia más interactiva en los públicos. Lo han conseguido gracias al rediseño de su espacio público y su escenario, en lo que se ha tendido a llamar *Terrace Section*, iniciativa mediante la que se han habilitado en el teatro cientos de butacas detrás del escenario, de tal modo que los públicos pueden ver de frente al director de orquesta y seguir la representación en directo gracias a las pantallas de vídeo (Boiarsky, 2002, p. 20).

contemporáneas y experimentales dentro de sus temporadas anuales. Pero dichas innovaciones artísticas, además de no haber cosechado el éxito esperado entre los públicos con edades por debajo de los 40 años, parecen haber disgustado a los seguidores más operófilos acostumbrados a repertorios tradicionales en muchos teatros europeos (Boiarsky, 2002, pp.19-21; Ramírez, 2011; Matabosch, 2013). La ópera ha de pensar, por tanto, estrategias de captación y fidelización de públicos a través de los medios digitales, una estrategia que cobra mayor fuerza que nunca en el momento en que su espectáculo, de naturaleza audiovisual, puede digitalizarse y, por lo tanto, distribuirse fácilmente. Se lanza así a su difusión audiovisual masiva en distintas plataformas de consumo, con el fin llegar a aquél público potencial culturalmente activo que, por diversas circunstancias, todavía no muestra interés en la ópera (Ramírez, 2011).

Así, en la última década, las instituciones operísticas han replanteado sus tradicionales relaciones con los medios audiovisuales. Este cambio se refleja en las prácticas empleadas, que ahora se transforman en complejos y especulativos desarrollos de trabajo creativo. También exigen la colaboración entre diseñadores, ingenieros, creadores, directores escénicos, operadores de cámara, directores de vídeo, técnicos, cantantes y distribuidores de medios. Estas nuevas miradas son el producto de múltiples desarrollos artísticos en interacción, con cada vez mayores presiones de unos negocios que están adquiriendo un carácter global, y sometidos ahora a las críticas de una audiencia cada vez más extensa e internacional (Anderson, 2011, p. 2).

En el proceso global de orientación de los contenidos que el arte puede ofrecer a los nuevos públicos, la industria de la ópera parece entender que la nueva realidad mediática está formada por un ecosistema audiovisual basado fundamentalmente en una producción y en un consumo videográficos, fenómeno que —como se ha tratado en el capítulo 1—, debido a la naturaleza esencialmente audiovisual que posee, le favorece. Este ecosistema incluye el cine, la televisión, el cibercine, la cibertelevisión y el cibervídeo. El vídeo posee así la cualidad de interrelacionar el espacio mediático y el ciberespacio, produciéndose una convergencia digital entre muchas de las formas que puede ofrecer, como la cibertelevisión y el cibervídeo (Díaz, 2009, p. 70).

A pesar de que la globalización de la cultura se ha reconocido como un proceso caracterizado por el declive del espacio en tanto que recipiente de las experiencias artísticas (Peters, 1997, p.79), en sus estrategias de negocio, la ópera también parece intentar incorporar las tendencias de consumo de ocio que se dan en los distintos entornos mediáticos. Dos de ellos parecen concentrar cada vez más el consumo cultural en el nuevo

siglo: aquél entorno centrado en el ordenador y el de la televisión. Según los autores, ambos parecen haber incorporado con convicción la interactividad como un valor agregado básico en sus usos (Igarza, 2008, p. 47). Asimismo, otro entorno que se ha generado con fuerza para este arte en concreto, se basa en las técnicas de difusión de los contenidos a través del *cinecast* y el *webcast*: la ópera hoy es capaz de retransmitir su espectáculo en directo, desde los teatros, para los cines de todo el mundo.

Exploradas las posibilidades de alcance social que ofrecen los nuevos medios, la industria lírica se ha lanzado así a generar una oferta audiovisual de contenidos para el cine, la televisión, el vídeo e Internet. Como se expondrá en este capítulo, muchos de estos productos y servicios audiovisuales en 10 años ya se han consolidado como nuevas ventanas de explotación comercial. Resulta lógico, por lo tanto, que los procesos de producción de la ópera se hayan ido adaptando paulatinamente a las exigencias provocadas por estos nuevos mercados²⁴⁴. Para alcanzarlos, no solo se modifican los sistemas de producción, sino que se ven afectados todos los procesos culturales en los que se comercializa la ópera, desde la concepción escénica de la obra, hasta la creación del *Star System*.²⁴⁵

- La ópera en los medios digitales: productos primarios, secundarios y terciarios

A pesar de que, desde un punto de vista conceptual, ambas artes tienen una conexión natural, la realidad muestra que también en el siglo XXI la mayor parte de los productos audiovisuales siguen quedando fuertemente determinados por el espectáculo en vivo (Morris, 2010, pp. 98-99). Como podrá comprobarse en el desarrollo del capítulo 3, puede afirmarse que la relación entre la ópera y los medios digitales no solo depende del vivo, sino

²⁴⁴ Como se ha tratado, las primeras transformaciones escénicas para adaptarse a los medios se produjeron con el surgimiento de la ópera en televisión. El maquillaje y decorado del set se volvían más naturales para conseguir el realismo exigido por el nuevo medio en las producciones de Giancarlo Menotti o Benjamin Britten, entre otros (Barnes, 2003). Sin embargo, el cambio escénico dentro del teatro ha llegado cuando en los procesos de producción de la obra se han incorporado equipos de grabación multicámara para vender la representación a las televisiones, ser retransmitida en directo a otros países o editar la versión en DVD. Los principales teatros del mundo hoy cuentan con departamentos audiovisuales completos y equipados con los últimos avances tecnológicos, capaces de ofrecer simultáneamente la retransmisión en calidad HD, el plano máster en las pantallas de los asientos del teatro, y grabar planos recurso gracias a las cámaras móviles robotizadas (D'Agostino, 2010).

²⁴⁵ Si por tradición la lírica había apostado por las voces, conformándose con escenografías acartonadas, en el siglo XXI, los directores de escena parecen imponer castings complejos en los que introducen pruebas de cámara para encontrar, sobre todo, físicos atractivos al medio audiovisual (Barba, 2010, pp. 24-25). Fruto del cambio y no sin cierta polémica, se ha ido reconstituyendo la figura del divo de ópera, hoy más cercana que nunca al máquetin propio del *Star System* cinematográfico y su continua retroalimentación mediática. Los cantantes se muestran a ojos de los nuevos públicos jóvenes, bellos y sexys. A través de las pantallas, las puestas en escena se vuelven deslumbrantes. En el espectáculo mediático se incluyen ahora luces láser, eventos videográficos y sets de escenografía modernos, llamativos y sorprendentes (Boarsky, 2003, p. 21).

que únicamente parece basarse en el vivo. Por lo tanto, esta relación se torna asimétrica, ya que, como bien ha heredado de las prácticas del siglo XX, el directo limita el uso de las técnicas audiovisuales.

En el siglo XXI, a la hora de llevar a cabo su oferta audiovisual y de acuerdo con esta relación, la ópera establece implícitamente una jerarquía de productos. Ciertamente, adoptada esa perspectiva asimétrica, no se le puede otorgar la misma significación a lo que se reconoce como producto primario —ópera en vivo y en comunidad—, que a lo que pasan a ser derivados secundarios —ópera mediada por las tecnologías de la comunicación— y terciarios —todos aquellos productos que no son propiamente ópera o que no presentan la totalidad de la obra, pero que están relacionados con ella— (Lacasa & Villanueva, 2011). Como se ha tratado, en el siglo XXI el producto primario —la ópera en directo y en comunidad—, se considera más irremplazable que nunca, ya que sin él, desaparecerían los productos secundarios y terciarios. Son productos secundarios las óperas mediadas, distribuidas y exhibidas a través de las tecnologías y los dispositivos propios de la comunicación audiovisual, así como materializadas en cualquiera de sus formatos de consumo. Se trata de la ópera en cines y las puntuales retransmisiones fuera de su espacio convencional —como edificios emblemáticos, estadios, espacios abiertos...—, el DVD, los canales de pago televisivos y, finalmente, los dispositivos de ópera a la carta *in streaming* y la ópera en directo desde la red (Lacasa & Villanueva, 2011).

Pueden considerarse productos terciarios todas aquellas manifestaciones audiovisuales que no ofrecen la ópera como obra artística en su totalidad, sino que muestran partes fragmentadas con modificaciones significativas del producto original. En esta tipología también se incluyen todos los productos audiovisuales cuyo contenido expreso no es ópera pero sí está relacionado con ella y ayudan a alimentar su contexto informativo. Gracias a estos productos, hoy la ópera se revaloriza también como mundo de referencia al que asociar nuestras vidas, relaciones y deseos, que fluyen por los canales de los nuevos medios (Jenkins, 2008, p. 27). Se exponen aquí algunos ejemplos que se desarrollarán en las siguientes páginas: hoy los divos cuelgan su vida cotidiana en *Youtube* (De Diego, 2010, p. 2) y se unen a *Twitter* y *Facebook* traspasando el *Star System* lírico a la red; se crean videoclips líricos o se explotan los *making off* en los DVDs para fidelizar y educar a los consumidores, entre otros ejemplos. En el transcurso de las páginas siguientes, se expondrá la realidad que está protagonizando la ópera en cada uno de estos medios.

- Los nuevos públicos: más allá del acceso y de la adaptación del producto

Esta jerarquización centrada en los productos que, como se analizará a continuación, parece haber emprendido la ópera, no debería obviar que para todo arte el público es tan fundamental como la obra. Según algunos estudios, tradicionalmente el centro de los productores de arte y de cultura lo ha ocupado el propio producto artístico y el propio organismo cultural; con ello, se ha acabado prestando poca atención al visitante y al público, tanto actual como potencial (Klein, 2010, pp. 5- 7). Es importante, pues, que la ópera entienda mejor que nunca la reconfiguración de los públicos que ha generado internet. Entre otras cuestiones porque, como hemos visto, la convergencia ha dado lugar a una industria cultural que es, a su vez, mediática y en la que se dan claras mutaciones de las prácticas de consumo.

Los efectos de la era digital en los públicos culturales son profundos, hasta el punto de crear vastas diferencias entre aquellos que han nacido antes y después del último cuarto del siglo XX (Turkle, 1995, pp. 19-26; Boiarsky, 2002, p. 14). Por primera vez en la historia los jóvenes parecen tener la autoridad en el mundo de la innovación —a través del ordenador—, elemento central para el desarrollo de las sociedades (Tapscott, 1998, p. ix). Además de las diferencias socioeconómicas y culturales que presentan estos públicos, la era electrónica también ha generado discrepancias entre la llamada generación *net* —los públicos nativos digitales— y las anteriores, en términos de respuesta al propio medio que empleen en el consumo, así como al contenido artístico derivado (Boiarsky, 2002, p. 14).

De acuerdo con estas ideas, en la nueva era digital parece que se cumplen ciertas consideraciones relacionadas con la integración, el acceso y el uso que se da a los medios, que deberían tenerse en cuenta a la hora de analizar las tendencias sociológicas del cambio. Por un lado, las competencias digitales mantienen ciertas correspondencias con los diferentes segmentos de edad y, por el otro, actúan condicionando los modelos de negocio de las empresas de contenidos y de las industrias creativas en las que se encuentra inmersa la ópera (Igarza, 2008, p. 259).

En relación a la integración parece que, cada vez más, los consumidores del arte prefieren que los medios formen parte de la vida. Cuanto más completamente esté un medio arraigado en las rutinas cotidianas, más fácil se preferirá su uso (Silverstone, 1994, p. 3). Los completos contextos en los que se utilizan hoy los medios —los lugares locales en los que se les da el sentido cultural— se vuelven elementos cruciales para la ópera. No solo por el nuevo cambio de paradigma. Sino porque, como comunidades imaginadas de experiencia cultural compartida, los públicos de las artes escénicas siempre han estado constituidos a

partir de los medios concretos en los que se ha puesto a disposición el arte, en cada periodo histórico (Anderson, 2011, p.3). Por lo tanto, se precisa de estudios orientados al contenido y a la respuesta de las audiencias en la línea de la mediatización, ya que juntos constituyen y construyen las prácticas culturales (Press & Livingstone, 2006, p. 179).

En relación a los usos mediáticos, algunas posturas defienden cómo hoy más que nunca, el ser humano aprende el mundo bifocalmente a partir de las nuevas lecturas fragmentadas que ofrecen los medios digitales (Peters, 1997, p.79): gracias a un uso tecnológico fuertemente integrado en sus actividades diarias, los nativos digitales parecen tener un conocimiento de la realidad más como el resultado de una apreciación mediatizada, que como el resultado de una observación directa y una experiencia de la vida personal. A su vez, las nuevas generaciones mediáticas se caracterizan por procesar de forma diferente la información recibida. Estos públicos se han formado en la no-linealidad. Asumen con mayor facilidad los guiones lúdicos multimedia y los juegos interactivos.²⁴⁶ Asimismo, aunque parecen estar preparados para prestar atención durante tiempos muy breves — fruto de esta fragmentación—, cuando el mensaje es atractivo en términos audiovisuales, la capacidad de atención se prolonga a una duración habitual (Igarza, 2008, p. 38), fenómeno que presenta un elevado interés para el espectáculo auditivo y visual que es la ópera.

Puede decirse, así, que los nuevos públicos a los que quiere dirigirse el arte, ya están acostumbrados a un modelo comunicativo que conjuga las características de integración, interactividad,²⁴⁷ hipermedialidad e inmersión, más propias de la lógica cinematográfica (Packer & Jordan, 2001, p. xxviii).²⁴⁸ Los públicos operófilos, por el contrario, forman parte de esa masa de consumidores definidos como *inmigrantes digitales* (Jukes, 2008, p. 13). Estos

²⁴⁶ Estas experiencias se consideran más complejas que la apreciación pasiva de algunos medios convencionales como la televisión. Exigen un nivel de percepción de milésimas de segundo y también exigen aprender a tomar decisiones todo el tiempo para ganar o sobrevivir. Así, en el mundo virtual, se evidencia más la vulnerabilidad de los inmigrantes digitales para conectar los nuevos conocimientos con los contenidos anteriores. Para un inmigrante digital, la interactividad lúdica impone un nivel de estrés cognitivo superior (Igarza, 2008, p. 38).

²⁴⁷ En el siglo XXI, la comunicación audiovisual deviene a comunicación interactiva. Según los últimos estudios, esta incide en la experiencia comunicativa que es especialmente percibida por la usabilidad, la personalidad y la participación en los contenidos (León & García Avilés, 2000, pp. 141-179).

²⁴⁸ Los autores definen el nuevo modelo comunicativo bajo estas cuatro características: por integración entienden la generación de nuevas formas híbridas de expresión gracias a la tecnología. La interactividad es descrita como la influencia que ejerce el usuario sobre su propia experiencia con los medios de comunicación y, a través de ellos, el modo en que establece su comunicación con los demás. La hipermedialidad constituye la creación de una traza propia de interconexiones entre los componentes según la voluntad del usuario. Finalmente, la inmersión es descrita como la navegación que realiza el usuario entre formas no lineales resultantes de las estrategias estéticas y formales derivadas de las características anteriores (Packer & Jordan, 2001, p. xxviii).

públicos deben esforzarse para adaptarse a los nuevos patrones de lectura marcados por la generación digital.

Como resultado de la distancia, de la diversificación y de la fragmentación de las audiencias globales que hoy desean alcanzar los organismos operísticos, solo puede tener sentido segmentar la oferta y crear públicos virtuales y, por lo tanto, estrategias digitales a partir de los usos que estos públicos otorgan a los medios. A la luz de este razonamiento, para la exposición panorámica de los nuevos productos y servicios digitales que en el siglo XXI está ofreciendo la ópera, este trabajo estima oportuno adoptar también un criterio de uso en el análisis, además del de producto mediático ya expuesto en el siglo XX.

Como se verá en las páginas que conforman el capítulo 3, con el cambio de siglo la ópera desea dar respuesta a los nuevos patrones de lectura, más kinestésicos y visuales, que presentan los públicos más jóvenes. Su adaptación no solo se nota en los contenidos de los medios digitales de naturaleza puramente audiovisual, como pueden ser el cine o el vídeo. Las nuevas percepciones mediáticas afectan, sobre todo, y principalmente, a la presentación de los contenidos virtuales que la ópera ofrece ahora en internet (Boiarsky, 2002, p. 16). Parece así que la industria de la ópera está poniendo en práctica la *reusabilidad* de los contenidos con el fin de diversificar su oferta y obtener una clientela multisoprote. A ella le ofrece los mismos contenidos adaptados específicamente para cada dispositivo de recepción, un proceso que han previsto emprender todas las industrias creativas (Igarza, 2008, p. 43) y que, como se tratará, es necesario analizar en profundidad.

LA ÓPERA EN LOS CINES

3.2.1. Introducción.

En el siglo XXI, nadie cuestiona que la digitalización ha provocado transformaciones irreversibles en la producción y en el mercado del cine internacional (Rombes, 2009). El actual sector en apariencia maduro del medio cinematográfico, que en los países europeos había conocido el auge en los años 90 del pasado siglo, ha mostrado claros síntomas de agotamiento (García Santamaría, 2009). En los últimos años el cine ha debido hacer frente a los actos de consumo en la Red, que han transformado la cultura en un fenómeno universalmente accesible de forma directa e individual (Zallo, 2011).

Como se apuntaba en la introducción, la integración de los medios de comunicación en la vida diaria de los consumidores, ha favorecido la extensión de este tipo de experiencias personales hipermediadas, pero también ha provocado nuevos encuentros en comunidad que han revalorizado el sentido de los espectáculos colectivos (Lipovetsky & Serroy, 2009; Zallo, 2011). Parece que, ante el aumento del confinamiento en el espacio doméstico, esta pantallización del ciber-hogar ha producido, en paralelo, un sentido de sociabilidad selecta y autoconstrucción del espacio-tiempo personal relacionado con el cine, de tal manera que se ha pasado de asistir a un evento, a vivirlo como un momento de convivencia y de emociones compartidas (Lipovetsky & Serroy, 2009, p. 65). Nada hace prever, así, que el cine como arte de consumo en comunidad vaya a desaparecer, pero para la industria ha sido necesario encontrar modelos de negocio sostenibles (Huertas, 2002; Álvarez Monzoncillo, 2003; Grostand, 2008).

3.2.1.1. *Contenidos alternativos.*

Durante los últimos años, todos los agentes que alimentaban el ciclo de contenidos y su difusión mediática, han procurado transformar la industria del cine en un negocio global que siga generando capital, sin renunciar a su reporte cultural en la sociedad (Izquierdo, 2009). Así, de entre las principales estrategias puestas en marcha para renovar el sector, parece que se ha ido asentando el cambio de las salas cinematográficas a *complejos de cine* entendidos ahora como *máquinas de diversiones cruzadas*, donde coinciden públicos con gustos cada vez más heterogéneos. A estos ahora se les ofrecen servicios de ocio que van más allá del consumo audiovisual clásico (García Santamaría, 2009). Con esta estrategia, el cine parece haber dado salida a gran parte de los cambios de paradigma que han afectado a la

exhibición convencional, como son las modificaciones de los hábitos de ocio de los consumidores, la consolidación del uso de tecnología digital, la alteración de las ventanas de exhibición, o la oferta de nuevos tipos de contenidos audiovisuales, entre otros ejemplos (Huertas, 2002; Izquierdo, 2009; García Santamaría, 2009).

De todos ellos, es precisamente este último factor el que ha planteado mayores oportunidades de negocio, al atraer a nuevos consumidores. Conscientes de ello, las exhibidoras han centrado sus esfuerzos en ofrecer nuevos contenidos para audiencias potenciales (Sánchez, 2008, 116/36; Izquierdo 2009). Así, ha emergido en los últimos años lo que parecen constituir dos negocios complementarios a la exhibición convencional, dentro de la comunidad de las salas exhibidoras: el relanzamiento de películas tradicionales —fenómeno conocido en el sector como el *Cine Digital*—, y la creación de los nuevos contenidos no tradicionales —conocidos ahora como *Contenidos Alternativos*— (Husak, 2004, p. 921; Vladica & Davis, 2013, p. 3).²⁴⁹

Dentro de los contenidos no tradicionales o alternativos, las principales compañías internacionales ofertantes de estos servicios, tales como *Cinesa* o *Kinopolis*, señalan que las temáticas preferidas por estas nuevas audiencias no especialmente cinéfilas, son la ópera, el fútbol y los conciertos musicales, los cuales triunfan sobre el ballet, el circo en vivo, o los musicales de Broadway. También han cobrado fuerza internacional los eventos deportivos como el *basketball* y el *rugby*, que tienen una gran aceptación en países del centro de Europa.²⁵⁰ Parece así que la asistencia al cine para presenciar espectáculos no cinematográficos ha generando un mercado cada vez menos minoritario y en auge.²⁵¹

²⁴⁹ Según datos publicados en los informes anuales del ICAA, la SGAE y el Ministerio de Cultura, son estos contenidos audiovisuales alternativos al discurso cinematográfico los que, a partir de 2010, lograron que en España el número de espectadores en las salas de cine aumentase un 2,5% respecto al año anterior, a pesar de haber disminuido el número de pantallas (de 4.082 a 4.080) y de asistentes (10% menos).

²⁵⁰ Como ejemplos internacionales de contenidos que han despertado un amplio interés en las audiencias, se citan la retransmisión del torneo de tenis *Wimbledon* en 3D, las series de retransmisión digital del ballet de *Bolshoi*, o diversos eventos públicos (Vladica & Davis, 2013, p. 3). También a modo de ejemplo, pueden consultarse los datos ofrecidos por el *annual report* de las empresas citadas: Cinesa (s.f.). Recuperado de <http://www.odeonucinemas.com/index.html> y Kinopolis (s.f.). Recuperado el 28 de noviembre de 2013 de http://investors.kinopolis.com/media/kinopolis_ra11/UK/#/24/zoomed.

²⁵¹ Citamos, a modo de ejemplo, los datos del ejercicio 2010 ofrecidos por Cinesa, empresa del sector, líder en España, según los cuales el consumo de estos contenidos alternativos aumentó un 46% con respecto al año anterior (Cinesa, 2010).

3.2.1.2. Digitalización.

A pesar de que la implantación del nuevo sistema de exhibición exige una costosa infraestructura económica,²⁵² los impulsores de la adopción del cine digital en las salas, justifican razones de índole tecnológica y estética (Crofts, 2011; Vladica & Davis, 2013, p. 2).²⁵³ El resultado positivo de la estrategia —todavía en periodo de consolidación, tras solo 7 años de vida— parece descansar en la elevada gratificación que el consumidor obtiene al ser partícipe de una experiencia en directo y en comunidad (Hercscher, 2009, p. 24). En una sala oscura, la imagen proyectada en la gran pantalla mediante una tecnología de última generación que ofrece óptima calidad sonora y visual, engrandece el espectáculo hasta tal punto de conseguir crear emociones a través de un acto comunitario nuevo que se ha conocido bajo el nombre de *sincronización cultural* (Hamelink, 1983; Morris, 2010, p. 107). Así, en una época en la que las películas domésticas e Internet emergen como competencia directa de las salas de cine, con estos nuevos servicios la industria cinematográfica propone a sus consumidores inéditas emociones populares que están ligadas, más que a la experiencia del espectáculo en directo, a la mediación técnica propia de los medios de comunicación (Lacasa & Villanueva, 2011, pp. 65- 74).

Parece, así, que en los últimos años el nuevo formato de consumo lúdico se ha mostrado especialmente adecuado para explotar aquellos espectáculos culturales y aquellos eventos sociales, deportivos y de entretenimiento, que están basados en dos características fundamentales: la experiencia de participación del directo y la vivencia en comunidad. En relación a la primera, en el *Digital Broadcast Cinema*²⁵⁴ el sujeto se encuentra distante del espectáculo vivido y al mismo tiempo experimentándolo simultáneamente como parte

²⁵² El cine digital tuvo un lento comienzo en 1999 pero arrancó definitivamente en 2005, cuando seis *majors* americanas —*Disney, Fox, Paramount, Sony, Universal* y *Warner Bros.*— acordaron desarrollar un nuevo formato digital en propiedad, para hacer frente a algunos problemas prácticos como la piratería, así como para restablecer el dominio de los estudios en el nuevo mercado (Aveyard, 2009, p. 193). En 2009, con el estreno de *Avatar* del director James Cameron, se produjo una inflexión positiva de la demanda de salas digitales en Norteamérica. En el año 2010 el 24% de las pantallas de cine del mundo eran digitales. Se prevé que en 2015 desaparezcan casi definitivamente de la exhibición de las pantallas de cine, algunos formatos analógicos como el *35 mm* o el *celuloide* (Vladica & Davis, 2013, p. 3).

²⁵³ La proyección digital ofrece una imagen más nítida que la película y también consigue rentables beneficios en el área de la accesibilidad para aquellas personas con limitaciones visuales o acústicas (Crofts, 2011). La interactividad del sistema constituye también un beneficio en el cine digital: con la banda ancha de la transmisión, los creadores pueden introducir personalizaciones en la forma de comunicar el espectáculo para provocar preguntas y repuestas con la audiencia (Vladica & Davis, 2013, p. 2).

²⁵⁴ *DBC* es un término con el que se nombra a la retransmisión de la ópera en directo y en calidad HD desde el Metropolitan Opera House de Nueva York para los cines de todo el mundo que han contratado el servicio.

integral del mismo, fenómeno que ya se ha descrito en este trabajo como *co-presencia* (Heyer, 2008, p. 601). La segunda característica se consigue gracias a que la retransmisión en los cines, envuelve al espectador en un entorno explícito que le otorga el carácter de *audiencia* (Morris, 2010, p. 106).²⁵⁵ Sin duda, en este contexto en el que se favorecen las propiedades del vivo y del efecto comunidad, es en el espectáculo operístico donde el nuevo servicio ofrecido por las exhibidoras ha encontrado un excelente aliado para la creación y la consolidación de un nuevo mercado, el de la ópera en los cines (Heyer, 2008; Steichen, 2012).

3.2.1.3. Apuesta operística.

En las últimas décadas, lejos de olvidar las vinculaciones históricas que la ópera ha establecido con el medio cinematográfico,²⁵⁶ el surgimiento de la ópera en los cines como nuevo modelo de relación entre las dos artes, es reforzado por un contexto en el que parece estar de moda que los cineastas y los escenógrafos exploren indistintamente las vías creativas del cine y de la lírica, intercambiando sus roles. De modo que los teatros y los festivales han acogido puestas en escena de óperas de Wagner, Mozart o Puccini, firmadas por realizadores cinematográficos como Werner Herzog, Michael Hanecke o Carlos Saura.²⁵⁷ Sin que sepamos todavía qué es causa y qué efecto en este fenómeno de la ópera en los cines, lo cierto es que, más que nunca, el cine parece volverse operístico y la ópera

²⁵⁵ En España este nuevo tipo de retransmisión en los cines ha ofrecido, ya, significativos episodios, tales como el éxito de asistencia que logró la retransmisión 3D, en las salas Kinépolis de Madrid, del concierto de Alejandro Sanz, en octubre de 2010; o la que ya es reconocida como clásica retransmisión del “clásico” futbolístico Barcelona vs. Real Madrid, tras la experiencia en pantalla gigante ofrecida en el *cinestadium*, inventado por Yelmo y Mediapro el pasado 2010; hasta la retransmisión en 3D del inicio de la *FIFA World Cup*, en la primavera del mismo año. Recuperado el 28 de noviembre de 2013, de <http://www.sony.es/biz/content/id/1237478211026/section/inicio?preserveContext=true>.

²⁵⁶ Como se ha podido comprobar en el apartado dedicado al siglo XX, no habían sido pocos los intentos de unir el sector del cine y de la ópera. Desde el origen del medio, con realizadores como DeMille o Chaplin, el cine mudo enseguida fijó su atención argumental en la ópera (Schroeder, 2002, p.1). Posteriormente, con la llegada del cine sonoro, se ha recurrido a la ópera como excusa ambiental en la que situar la acción dramática (Radigales, 2005, p.19). Tampoco cabe olvidar la proliferación de *biopics* sobre los divos o la ópera grabada como documento de archivo (Bourre, 1987). Pero ha sido la denominada ópera filmada (Schroeder, 2002, p. 321) el producto que podemos considerar como el más regular, aceptado y prolífico que ha existido desde los años 30 hasta nuestros días (Citron, 2000, pp. 4-19). Es ella la que logró obtener cierto reconocimiento audiovisual, gracias a la artística creación cinematográfica de prestigiosos realizadores como Ingmar Bergman, Joseph Losey o Hans Jürgen Syberberg, entre otros.

²⁵⁷ En España contamos con significativos ejemplos al respecto. Citamos dos: la versión operística de *Carmen* en el Palacio de las artes de Valencia, de la mano de Carlos Saura en 2007; el *Parsifal* de Werner Herzog como director, en 2008.

cinematográfica (Radigales, 2011). Hoy muchos gerentes, como Plácido Domingo o Gérard Mortier, han manifestado su voluntad de que cineastas como Woody Allen, George Lucas o Pedro Almodóvar, asuman también las direcciones de títulos operísticos.²⁵⁸

El cine contemporáneo, por su parte, de la mano de la ópera ha propuesto títulos que han sido éxitos de recaudación, como la versión lírica de *Brokeback Mountain* —la conocida película de Ang Lee (2005)—, estrenada en la New York City Opera y en el Teatro Real de Madrid —que también ha colaborado en su producción—, en enero de 2014. Asimismo, en los últimos 5 años, parece haber resurgido el gusto por la lírica en el formato cinematográfico. Han sido cada vez más frecuentes las reposiciones de títulos tradicionales, así como los estrenos de nuevas óperas filmadas, como *La Bohème* cinematográfica de Robert Dornhelm (2008) o *Juan* (2010), adaptación del *Don Giovanni* de Mozart, realizada por Kasper Holten, que se analizará en el estudio de caso de esta investigación. Por lo tanto, en los últimos años, sin llegar a poder afirmar que se ha retomado la producción de la ópera filmada como género artístico, parece que el gusto y el interés por estas obras, en el siglo XXI, sigue encontrando su público de culto.

Puede verse, pues, que las relaciones entre la ópera y el cine, hunden sus raíces tanto en la historia como en su propia esencia como artes. Sin embargo, nunca hasta ahora han sabido ser suficientemente fructíferas en el aspecto económico (De España, 2011). Tampoco han suscitado la expectación artística que hubiera sido necesaria para generar un mercado audiovisual que, aunque más minoritario, se sintiera atraído por ambas artes (Radigales, 2005, p.18). Ahí radica la novedad y trascendencia del momento actual: la consolidación de la ópera en los cines posibilita, por primera vez, la estandarización de una relación formal entre ambas industrias artísticas.

3.2.1.4. Convergencia tecnológica.

Desde un punto de vista tecnológico, como se ha mencionado, las nuevas tendencias de consumo de ocio y su acercamiento a los bienes culturales, han afectado del mismo modo a la industria del cine y a la de la ópera, que hoy manifiestan readaptar sus formas productivas a las nuevas exigencias de los públicos (Cardoso, 2009, p. 157). Se reconoce así,

²⁵⁸ Con Plácido Domingo como director de Los Angeles Opera, Woody Allen pudo dirigir el *Il Trittico* de Gianni Schicchi en 2008. Ahora Domingo ha pensado en George Lucas para poner en escena *El anillo del Nibelungo* de Richard Wagner. Asimismo esta obra será objeto de un nuevo montaje en Bayreuth a partir de 2013, a cargo del cineasta Wim Wenders.

que mientras la vanguardia artística experimenta con la representación mediatizada en contextos cercanos a la tecnología misma como elemento creador, las artes escénicas clásicas han optado por la remediación audiovisual de sus productos, con el fin de alcanzar audiencias más dispersas y masivas gracias a la comercialización de su espectáculo en sistemas como los ofrecidos por el *webcast* y el *cinecast* (Anderson, 2011, p. 1). Así, gracias al cine, hoy la ópera se ha erigido como el arte escénico pionero en sacar el espectáculo en directo fuera de los teatros mediante su grabación y posterior retransmisión en la gran pantalla (Sánchez, 2008, p. 36).²⁵⁹ Es hoy cuando ambas industrias culturales, llamadas históricamente a retroalimentarse, han decidido dar el primer paso, no simplemente hacia colaboraciones puntuales, sino hacia la creación de un mercado común en el que el cine aporta la infraestructura a la ópera para facilitar un mayor consumo social de esta última, fuera de los teatros y en formato audiovisual. Este hecho significa, de momento, aportar el espacio físico y tecnológico que permite consumir la ópera en formato cinematográfico. Pero, dadas las características de la oferta cultural que hoy se exhibe, es bien probable que, a medio plazo, acabe modificando también los gustos de un público cada vez más mediático (Krotz 2007, Hicketier 2010), y el arte deba manifestar evoluciones de carácter estético y sociológico. En este contexto, ha sido el Metropolitan Opera House de Nueva York el teatro que, con el fin de reinventar el arte a ojos de nuevas audiencias, ha consolidado lo que ha tendido a conocerse como la *opera del pueblo* (Heyer, 2008, pp. 500-600; Speed, 2012, p. 1; Saavedra, 2013).²⁶⁰

3.2.2. La ópera en los cines: descripción del *Live in HD*.

En los últimos años, las retransmisiones para los cines a través de las prácticas del *simulcast* y el *mediacast*, han despertado el interés de diversos sectores culturales (Steichen, 2012). Hoy tanto las posturas académicas, como los promotores y los creadores de la ópera en HD para las salas de cine, discuten estas técnicas con una visión de largo recorrido en el contexto artístico internacional (Wakin, 2010). El denominado *Live in HD* de la ópera en los cines, se consolida como primer negocio audiovisual proveniente de la colaboración

²⁵⁹ Aunque es una práctica que ha necesitado una infraestructura económica y tecnológica poderosa para consolidarse como negocio lúdico, España es “el país en el que se iniciaron las primeras pruebas piloto”, en el año 2004, de la mano de *Cinesa* y el Gran Teatre del Liceu de Barcelona (Sánchez, 2008, p. 36).

²⁶⁰ El fenómeno ocurría precisamente en un momento en el que el cine analógico entraba definitivamente en declive y en un momento en que la ópera era considerada como una forma artística obsoleta (Speed, 2012, pp. 1- 2).

entre el mundo cinematográfico y el operístico, tras los intentos históricos de creación de mercados y plataformas de consumo que ya se han tratado en los capítulos anteriores (Sánchez, 2008, pp. 36- 37; Barker, 2012). La multiplicación de medios, ventanas y formatos, así como el deseo de expandir el gusto estético por la ópera que sienten los iniciados al género musical, han avivado las esperanzas de conseguir democratizar finalmente el arte *más caro y lleno de rituales fetichistas* de la historia (Evans, 1999, p. 153; Lévy-Garboua & Montmarquette, 2011, pp. 177-189).

Desde un punto de vista sociológico, la asistencia al *simulcast* de la ópera en los cines no solo modula ciertos trasposos que se producen del arte elitista a la cultura popular. Tampoco hace referencia únicamente al cambio de las representaciones físicas en los teatros a las pequeñas salas de cine. Se produce una transformación en el consumo: de los tradicionales productos mediáticos *bajo demanda* propios del siglo XX —tales como la ópera filmada consumida en formato VHS, la ópera en vídeo y la televisión ópera—, se pasa a la demanda del *evento mediático* (Speed, 2012, p. 2).²⁶¹ Así, las retransmisiones del HD en los cines han ofrecido la oportunidad de renovar las teorías de los medios y de la mediatización, en relación a conceptos como la importancia de la imagen, el trabajo de la obra de arte, a dialécticas tradicionales relacionadas con la *masa* y el *vivo*, o el acceso de las audiencias al arte (Anderson, 2011, p. 2).

La mayor parte de los autores han definido el fenómeno de la ópera en los cines en función de los sistemas de difusión digital, de los equipos y las prácticas técnicas empleadas en el proceso de creación, o del ámbito disciplinario de aplicación. El tipo de producción artística derivada se ha descrito generalmente como *Digitally Mediated Performance* —DMP— para referirse a grabaciones en entornos educativos, o *Digital Broadcast Cinema* —DBC— para aquellas retransmisiones músico-teatrales en los cines (Chvasta, 2005, p. 164; Heyer, 2008, p. 593). La representación en *cinecast* constituye un proceso de grabación y retransmisión en directo de un espectáculo de ópera, para las salas de cine de todo el mundo. En el contexto actual de mediatización en el que ha quedado enmarcado su análisis, hoy se entiende que el proceso implica no solo a los técnicos y a los equipos de retransmisión digital, a la sala de cine, a los diseñadores o a los directores, sino también a los agentes artísticos como los cantantes o los bailarines, así como a la complejidad de sus

²⁶¹ Por evento mediático se entiende no solo la asistencia a un lugar público en el que disfrutar del producto audiovisual, como bien podía constituir el tradicional consumo de la ópera filmada, sino a los procesos de producción y de consumo que son modificados para ofrecer un espectáculo sincronizado desde el teatro. Como ejemplo pueden citarse las sesiones matinales de ópera que el Met ofrece desde hace años los sábados por la mañana, para ser retransmitidas en los cines de todo el mundo por las tardes (Speed, 2012, p. 2).

públicos, compuestos por una audiencia presencial del teatro y una audiencia cinematográfica a escala mundial (Anderson, 2011, p. 4).

Su nacimiento en 2006,²⁶² fue posible gracias a un acuerdo entre el Metropolitan Opera House de Nueva York (Met) y las salas de cine de América (The Metropolitan Opera, 2012, pp. 3- 4).²⁶³ Además, se requería la colaboración de otros agentes artísticos en el negocio, tales como las compañías nacionales de danza, y las orquestas sinfónicas (Anderson, 2011, p. 5).²⁶⁴

El negocio de la ópera en los cines encuentra su genealogía mediática en las retransmisiones en directo a través de las estaciones de radio que se pusieron de moda a partir de la segunda mitad del siglo XX en países como Estados Unidos y Gran Bretaña (Morris, 2010, p. 107; Speed, 2012, p. 4).²⁶⁵ Asimismo presenta grandes similitudes con el medio televisivo, ya que, en términos meramente técnicos, la ópera en los cines no deja de constituir una evolución natural de las retransmisiones televisivas que los teatros han ofrecido durante el

²⁶² A pesar de que, desde el punto de vista empresarial, el negocio de la ópera en los cines encontró la infraestructura necesaria en el año 2006 de la mano del Metropolitan Opera House de Nueva York, las primeras retransmisiones que utilizaron el HD se realizaron en Alemania y Holanda de la mano de Robert y Julie Borchard-Young en el año 2003, a partir de la difusión de conciertos de música (Speed, 2012, p. 44). En nuestro país se realizaron las primeras pruebas en 2004. Se llevaron a cabo emisiones de ópera para algunos cines de Cataluña gracias a la colaboración de *L'Anella Cultural* de ISCAT y el Gran Teatre del Liceu. La iniciativa surgió a raíz de un proyecto educativo preexistente surgido en 2001. *Opera Oberta*, como así se denominó el proyecto educativo, constituye un negocio pionero en el mundo de carácter colaborativo entre las universidades, los teatros y el I2CAT en Cataluña. Aunque el proyecto ha evolucionado en 10 años, en términos generales, *Opera Oberta* ofrece la proyección de espectáculos en directo y en diferido en espacios educativos como las universidades, gracias al excepcional uso de los medios audiovisuales. El proyecto utiliza los productos secundarios de la ópera para divulgar el género entre los estudiantes —ópera retransmitida—. Se explica el arte mediante la retransmisión del espectáculo y, posteriormente, se profundiza en el seguimiento del aprendizaje musical mediante la utilización de herramientas multimedia a través de los nuevos medios. Su éxito se debe a que integra la ópera en ciertos rituales de la vida profesional y personal de los jóvenes, tales como el consumo de los medios, sintonizándose con la forma en que hoy en día adquieren los conocimientos (Fuentes Goyanes, 2010, pp. 44-45).

²⁶³ De acuerdo con Heyer (2008, p. 592), la que es considerada como primera retransmisión de este tipo de espectáculos —el 30 de diciembre de 2006 en Nueva York se retransmitió *La Flauta Mágica* de Mozart desde Nueva York hasta muchos cines de Estados Unidos—, marcó un antes y un después en la concepción del negocio actual.

²⁶⁴ Se apuntan como ejemplos las colaboraciones en las retransmisiones de The Berlin Philharmonic, The Philadelphia Orchestra o Los Angeles Philharmonic, entre otras organizaciones culturales (Anderson, 2011, p. 5).

²⁶⁵ Las retransmisiones en radio se producen desde los años 30 del pasado siglo en Estados Unidos. En las Navidades del año 1931 la industria *Texaco* sponsorizó la primera retransmisión nacional radiofónica de una producción operística de *Hänsel und Gretel* de Engelbert Humperdinck. Durante las siguientes décadas, más de 300 representaciones fueron retransmitidas en directo desde el Met. Su éxito radicaba en que las audiencias podían sentir a los divos de la lírica, inmortalizarlos en sus salones de casa como si estuvieran sentados en las butacas del teatro del Lincoln Center (Johnson, 2008). Un arte que era percibido como un lujo privado, gracias a la radio, se concibió como una necesidad nacional (Jackson, 1992, p. 3). Hoy el servicio de radiodifusión continúa vigente en Estados Unidos y algunos países europeos (Speed, 2012, p. 18).

siglo XX. Por ejemplo, algunas complicaciones del proceso de grabación se muestran similares a las retransmisiones para televisión que ya el propio Met practicaba en los años 80 del pasado siglo (Carrol, 1997, pp. 187- 199).²⁶⁶ Sin embargo, lo que ha cambiado hoy es el avance en la definición y en la calidad del sonido y de la imagen, así como la capacidad de ofrecer el espectáculo en espacios remotos y para audiencias masivas: las retransmisiones de ópera vía satélite a los cines de todo el mundo, no dejan de constituir una forma de retransmisión que elimina los límites entre la audiencia doméstica —dispersada en localizaciones particulares— y las audiencias cinematográficas —reunidas en un lugar oscuro y público—. Lo que en el fondo se obtiene con las retransmisiones por satélite es una audiencia global dispersa en distintas reuniones que conserva en todas sus formas —ya sea en los hogares o en el cine— el sentido de participación temporal en el evento mediado (Morris, 2010, p. 107). Algunos autores han defendido, en este sentido, cómo la ópera en los cines confiere un nuevo sentido al efecto comunal en la audiencia.

Gracias a sus 75 años de historia de retransmisiones en radio, así como al convenio internacional con las principales distribuidoras cinematográficas, el Met hoy parece haber monopolizado el mercado. Sin embargo, la estandarización internacional del negocio ha permitido que, en los últimos años, otros teatros estadounidenses y europeos, tales como el teatro Alla Scala, The Royal Opera House de Londres o el Teatro Real de Madrid, o el Liceo de Barcelona hayan promovido iniciativas similares, consiguiendo un tímido éxito y, de momento, un escaso crecimiento comercial en comparación con el teatro neoyorkino²⁶⁷ (Johnson, 2008; Speed, 2012, p. 45). El Met ha comenzado ya la octava temporada de lo que llama *Live in HD*, retransmitida para más de 46 países y que cuenta con unos beneficios medios de más de 8 millones de dólares por temporada. Asimismo, según los datos ofrecidos en el informe anual del rendimiento del teatro, correspondientes a las últimas dos temporadas de los años 2010-11 y 2011-12, el negocio *Live in HD series*, apoyado por *The*

²⁶⁶ Algunas de estas complicaciones pueden constituir, por ejemplo, posibles retrasos en la transmisión de la imagen y el sonido por las diferencias horarias de las zonas, o las grabaciones extra para la edición del posterior DVD o Blu-Ray (Anderson, 2011, pp. 4- 5).

²⁶⁷ Se citan como ejemplos las retransmisiones ofrecidas por The San Francisco Opera (SFO) para los cines locales. A diferencia de la estrategia del Met, las grabaciones de SFO no están sincronizadas temporalmente al espectáculo en directo y ofrecen productos postproducidos en diferido. Asimismo, intentando posicionarse frente a la oferta del Met, las programaciones que este teatro propone son menos convencionales y más contemporáneas, influyendo en una menor recepción por parte de las audiencias masivas (Speed, 2012, p. 45).

Neubauer Family Foundation, ha alcanzando una asistencia global media de 2.5 millones de espectadores por temporada (The Metropolitan Opera, 2012, pp. 3- 4).²⁶⁸

Desde el punto de vista comercial, la retransmisión en alta calidad de una ópera desde las salas del cine del mundo, presenta dos variaciones en su oferta mediática: la emisión de espectáculos en directo y en diferido. A pesar de que originariamente, el negocio se concibió para retransmitir únicamente los directos del teatro de Nueva York, la incorporación de distintos sistemas de alta definición en la difusión cinematográfica han permitido a los teatros combinar tanto espectáculos en directo producidos gracias a la sincronización horaria de los distintos países, como reposiciones en diferido de producciones de elevado presupuesto de los distintos agentes que hoy centralizan el negocio. Aunque ambas opciones han convivido en las recientes programaciones de las salas de cine, parece que existe una amplia preferencia por los eventos en directo.²⁶⁹ Frente a las grabaciones encapsuladas, el directo posee la capacidad de potenciar la participación de los espectadores en la ópera gracias a la sincronización cultural del espectáculo (Hamelink, 1983; Heyer, 2008, pp. 591- 604; Morris, 2010, p. 106). Asimismo un espectáculo en vivo a través de los cines, provoca cierta sensación de riesgo en los asistentes, conscientes de que cualquier fallo en la señal del satélite puede provocar la pérdida de la audiencia digital alrededor del mundo. Dicho peligro produce un cierto entusiasmo colectivo y refuerza la sensación de acontecimiento único (Speed, 2012, pp. 100- 101).²⁷⁰

²⁶⁸ En su primera temporada, la audiencia del Met alcanzaba las 320.000 localidades vendidas. Según el informe anual del ejercicio económico, en el año 2010 el teatro llegó a vender cerca de los cinco millones de entradas (Vladica & Davis, 2013, p. 1). El proyecto *Live in HD* es apoyado por iniciativas que tienen que ver con la educación a gran escala, como *The HD Live in Schools*, consistente en llevar la selección de una programación de la temporada a los centros educativos del país. El proyecto en HD también dispone de otras partidas presupuestarias destinadas a actividades mediáticas, como las retransmisiones en directo desde la página web del teatro, o las suscripciones al servicio *streaming* —dichas iniciativas se analizarán en el apartado destinado a internet— (The Metropolitan Opera House, 2012, pp. 3-4). Todas estas plataformas a través de las que se distribuye la grabación aseguran que el evento pueda ser consumido más de una vez (Speed, 2012, p. 3).

²⁶⁹ El hecho de que las retransmisiones se produzcan en directo parece constituir un elemento significativo en las audiencias. Incluso si no es en estricto directo, los públicos necesitan recrear el efecto del vivo para sentir gratificaciones con el nuevo tipo de espectáculo (Speed, 2012, p. 100).

²⁷⁰ Los espectadores son conscientes de que pueden estar perdiéndose parte de ese espectáculo en directo, ofrecido vía satélite para los cines de todo el mundo, debido a la mediatización y a la tecnología. No ocurre así en el consumo de una película de cine realizada expresamente para la gran pantalla en formato encapsulado (Speedl. 2012, pp. 99-101).

3.2.3. Características de la mediatización del *Live in HD*.

En los últimos años, numerosos autores han tratado de analizar las características especiales de las retransmisiones en *HD*, que hacen de ellas un fenómeno diferente al resto de la oferta de la ópera en pantalla (Sheppard, 2007, pp. 383- 387; Cashin, 2010; Steichen, 2012, p. 443).²⁷¹ Parece así haberse avivado el interés por el fenómeno, como materia de estudio académico que presenta significativos efectos sociológicos y culturales.²⁷² Dicho interés también se ha evidenciado en la producción artística, ya que, como se ha visto, los gestores de contenidos culturales de este tipo, se enfrentan al sabido problema de la incertidumbre en la oferta generada (Caves, 2000). Con el fin no solo de fortalecer la atracción y la retención de sus audiencias, sino de afinar la predictibilidad y el control de este nuevo mercado, tanto los académicos, como los agentes, han intentado definir aquellos aspectos distintivos de la producción y el consumo del vivo en HD (Vladica & Davis, 2013, p. 1). Se presentarán a continuación las principales características que definen el nuevo negocio como un fenómeno mediático único.

3.2.3.1. *Tecnología integral.*

Uno de los principales síntomas de la mediatización que presenta el HD es la incorporación tecnológica en todos y cada uno de los procesos de creación y difusión del espectáculo. Para muchos de sus impulsores, la combinación de producciones millonarias y sobresalientes, como las que puede ofrecer el Met, compaginadas con las pantallas gigantes de los cines y el sistema *Dolby Digital Surround* de sonido, convierte a estos espectáculos en el fenómeno artístico más cercano a la presencia en directo —muchos autores lo

²⁷¹ Además de algunas investigaciones recientes sobre las retransmisiones en HD para los cines internacionales, tales como las aportaciones generales al tema de W. Anthony Sheppard, el análisis del mercado del fenómeno en Hungría que Judith Petrányi describió en 2010 o la tesis doctoral sobre el tema publicada en el mismo año por Caitlin Cashin, el nuevo fenómeno ha llamado la atención sobre todo de la prensa periódica. En Estados Unidos la cobertura que han realizado los medios escritos y las revistas de ópera especializada sobre las retransmisiones en directo se ha considerado exhaustiva. En los últimos 6 años, la mayor parte de estas noticias y artículos de opinión se centran en mencionar las características especiales del nuevo negocio mundial (Steichen, 2009, pp. 24-30).

²⁷² Debe apuntarse la que, además de diversos artículos publicados en 2012 y 2013, solo se ha encontrado un trabajo extenso destinado al tema de análisis. Se trata de la disertación doctoral que Benjamin Speed defendió en 2012 titulada *Opera Enormous: Arias in the Cinema*, y que, desde un planteamiento multidisciplinar, versa sobre los efectos estéticos y sociológicos del consumo de la ópera en los cines, en concreto sobre los productos propios de *Live in HD* ofrecidos por The Metropolitan Opera House de Nueva York para el teatro Grand situado en el estado de Maine.

consideran, no sustituto, pero sí inmediatamente sucesor de la ópera en los teatros— (Jacob, 2006). Quizás uno de los argumentos de venta más importantes del *Live in HD* es, precisamente, su habilidad técnica para alcanzar amplias y lejanas audiencias sin la necesidad de depender de condicionantes geográficos (D`Agostino, 2010; Steichen, 2012, p. 445).²⁷³ El uso de la tecnología digital extiende, de una mano, la corporalidad del artista y la mentalidad de los públicos mientras que, de la otra, limita la capacidad que tienen ambos de conectar físicamente (Shaw, 2008, p. 91). Dicha tecnología exige una serie de prácticas y oficios que se heredan de las retransmisiones que el propio teatro ha llevado a cabo para las televisiones locales, pero hoy emergen con fuerza y se intensifica su importancia gracias al proceso de difusión vía satélite. De hecho, parte de las complejidades técnicas que se derivan del uso de la tecnología avanzada, en el acto de apreciación del espectáculo, hacen recordar al público la separación con el directo y vuelven este último un evento aspiracional (Anderson, 2011, p. 6).

3.2.3.2. Mediatización del vivo.

Los teóricos que en los últimos años han abordado cuestiones estéticas sobre este tipo de emisiones, no dejan de lado la dialéctica formal en torno a la remediación del espectáculo en vivo. En el siglo XXI, las teorías más recientes asumen cómo el *cinecast* en vivo se escapa de los paradigmas de los medios convencionales al incluir múltiples nodos de mediación: la ópera en los cines usa numerosos enfoques mediáticos a la vez, para crear simultáneas documentaciones y extensiones del espectáculo, de tal modo que debe entenderse y estudiarse como un espectáculo separado del producto primario (Anderson, 2011, p. 4).

La mediatización complica el acto de apreciación de la obra de arte, de tal modo que ya no puede hablarse hoy de la asistencia física al evento teatral en términos de ventaja (Horowitz, 2009, pp. 6- 14). Según estos autores, el vivo, como experiencia, se constituye cuando las audiencias se conciben a sí mismas como *co-presentes* en el evento (Heyer, 2008). Su existencia es producida a través del arsenal de nodos contingentes de la mediación, combinados con los agentes, los canales y los documentos que los originan, así como con las audiencias, las cuales son influidas por la capacidad que tienen de interactuar y

²⁷³ Las retransmisiones del Met utilizan los avances de última tecnología para reproducir el espectáculo en directo y en calidad HD. En cada representación se emplea una media de 13 cámaras robotizadas para generar movimientos que favorezcan tanto la visión del espectador como la narración de la propia obra (D`Agostino, 2010).

responder a esos nodos (Anderson, 2011, p. 5). Por lo tanto, el fenómeno de la mediatización audiovisual, en el caso de la ópera en los cines, invita a superar definitivamente las teorías sobre la transparencia de los medios en el acto de comunicación artística, y su consecuente preservación del aura del espectáculo original (Vladica & Davis, 2013, pp. 2-3).

El propio Peter Gelb —director fundador del proyecto del Met—, en su concepción originaria del negocio, afirmaba que los productos operísticos en HD no han sido constituidos como películas, pero tampoco intentan trasplantar el espectáculo original. Se acercan más a los eventos en vivo visualizados en pantalla gigante, sin llegar a constituir espectáculos enteramente televisuales. Por otro lado, se ha tenido en cuenta cómo, desde el punto de vista sociológico, el cine no solo ofrece un fórum apropiado, sino también ejerce su influencia como medio en un arte que es más grande que la vida misma (Johnson, 2008). De acuerdo con estas ideas que se derivan de la relación con el vivo (Auslander, 1999, p. 1-60), precisamente una de las novedades conceptuales en las que se apoya la filosofía del *Live in HD* es la indivisibilidad entre el espectáculo en vivo y su producto mediático. Con esta falta de separación se consigue un producto audiovisual distinto y novedoso. Muchos realizadores del teatro, de hecho, han definido el producto mediatizado resultante, no como el mismo objeto que el espectáculo en directo sino, en algunos aspectos, mejor que la propia representación en vivo, ya que mejora las condiciones de visión sin perder las cualidades de la retransmisión en directo (Steichen, 2012, pp. 444-445).²⁷⁴ Muchos autores afirman que hoy las retransmisiones del HD superan de numerosas formas la experiencia en el teatro, como pueden constituir la constante visión privilegiada del espectáculo, la captación de lo importante de la narración frente a las distracciones del teatro, el uso de equipos pequeños y discretos de grabación que permiten una mayor movilidad, y la muestra de la tecnología avanzada como parte integrante del fenómeno artístico — como, por ejemplo, la muestra de la imagen del director en el control con monitores múltiples que refuerzan el poder creativo del cineasta, similar al director musical o escénico— (Anderson, 2011, p. 7). Podría entenderse, por lo tanto, que dicha indivisibilidad entre el espectáculo original y el proceso de mediatización, ha conseguido diversificar la oferta audiovisual de la ópera, al ofrecer un producto cuyo resultado no podría obtenerse sin uno de los dos procesos creativos.

²⁷⁴ En este sentido, se considera interesante consultar las distintas entrevistas realizadas a los directores de las retransmisiones en programas locales estadounidenses, como la acontecida en 2011 en el show titulado *This Week in Telluride*, retransmitido en el estado de Colorado o las distintas intervenciones de Peter Gelb para las televisiones americanas (Steichen, 2012, pp. 444- 445).

3.2.3.3. *Hibridación entre la lógica cinematográfica y la televisiva.*

Desde el punto de vista audiovisual, desde sus orígenes, la experiencia de la ópera en HD en las salas de cine, ha generado ciertas controversias. El Met, bajo la dirección de Peter Gelb, ha tratado de generar un tipo de narrativa particular y única —descrita como amplia y general— de estas grabaciones de carácter internacional, con el fin de ayudar a salvar la ópera de la inevitable obsolescencia que, según algunos autores, se le augura a un espectáculo escénico y presencial en la época de los nuevos medios (Steichen, 2012, p. 444). Como se ha expresado, en los últimos años dicha particular narrativa ha sido descrita en cientos de artículos periodísticos, en términos ventajosos y favorables si se es comparada con la experiencia del directo.²⁷⁵ La experiencia única que parece ofrecer la ópera en los cines gracias a esta particular narrativa, viene generada por la hibridación de dos lógicas mediáticas en sus procesos de producción. La ópera en los cines presenta, así, características propias de la lógica televisiva, así como de la lógica cinematográfica.

Por un lado, desde el punto de vista estético, se produce una concepción del espectáculo a gran escala como no había tenido lugar antes en la historia, fenómeno que necesariamente provoca innovaciones artísticas estrechamente ligadas a la economía de la producción del espectáculo televisivo (Steichen, 2012, p. 446). De hecho, uno de los elementos diferenciales de los productos mediáticos del HD, lo constituye su integración desde el inicio en los sistemas de producción y comercialización de la industria de la ópera, permitiendo a los espectadores apreciar la complejidad que presenta este arte y su dimensión global, gracias a la estética más televisiva.²⁷⁶ El uso de técnicas que favorecen una visión total del evento, responde a la necesidad de reforzar la sensación de sincronización temporal del hecho histórico (Bolter, 2005, p. 10). Las retransmisiones en HD para los cines constituyen así un producto audiovisual pensado para representar, sin

²⁷⁵ Según las publicaciones en la prensa, los espectadores valoran poder ver más ángulos y mejores perspectivas en el HD, que aquella única visión que les ofrece la posición fija del espectáculo en directo. Asimismo, gracias a las inmersiones en el *backstage* de las representaciones, los espectadores son capaces de advertir la magnitud de este tipo de eventos en relación a su producción y comercialización. Los públicos entienden el espectáculo de una forma mucho más enriquecida al percibir el trabajo de las 2000 personas de media que son necesarias en cada representación fuera de los escenarios (Steichen, 2012, p. 445).

²⁷⁶ La mentalidad mediática del espectáculo operístico desde su misma concepción permite modificar el producto de tal forma que presente mucho más explícitamente la extravagancia, las convenciones y la complejidad de la producción de este arte, ahora dimensionado también más allá de los límites del escenario. Los espectadores, que han oído muchas veces que en una representación del Met participan más de 2000 trabajadores, ahora pueden comprobar por ellos mismos la magnitud de la infraestructura necesaria (Steichen, 2012, p. 446).

trampas, las mismas condiciones de mediatización del espectáculo que aquellas propias de la obra operística en sí misma. Diversas técnicas se ponen en práctica para conseguir ese efecto de cobertura total del evento: mediante la incorporación en las grabaciones del antes y el después, el detrás y el delante del escenario, se consigue conferir al propio arte de la ópera mucho más crédito en términos económicos, ya que las políticas del *backstage* sirven para monetizar todavía más el espectáculo (Steichen, 2012, p. 447).²⁷⁷ Por otro lado, añadiendo información extra y comentarios de interlocutores y artistas, no se reemplaza, sino que se potencia la emoción visceral y la excitación que supone presenciar el espectáculo en directo. Dicha emoción no puede ser reemplazada por la postproducción de la obra en diferido (Johnson, 2008).

De entre los nuevos elementos constituyentes más relacionados con la potenciación del evento televisual, por encima de la narración de la misma obra, pueden destacarse, como ejemplos, los rótulos gráficos con los nombres de los intérpretes, o la incorporación de un reloj en la pantalla principal que controla la sincronización temporal con el espectáculo primario. Todos estos elementos recuerdan al espectador su posición como audiencia simultánea que se mantiene distante con la obra (Speed, 2012, p. 52-53).

Por otro lado, aunque el objetivo estético principal no es adoptar un formato cinematográfico, las grabaciones incluyen elementos que potencian la narración dramática del espectáculo más propia de la lógica cinemática, para conectar con aquellas audiencias en concreto cinematográficas (Citron, 2000, pp. 385- 386).²⁷⁸ Además de las prácticas heredadas de la ópera filmada o la televisión ópera —como pueden ser los primeros planos dramáticos y los ángulos algo menos convencionales de visión—, las retransmisiones en HD y 3D utilizan recursos como las grúas para generar planos continuos en movimiento y grandes panorámicas del espectáculo, o la cámara en mano para conseguir planos íntimos y mayor tensión dramática. Con cada vez más frecuencia, se observan también cortes de planos y tiros de cámara ingeniosos que refuerzan la estética cinematográfica (Anderson, 2011, p. 7). Según los autores, todas estas técnicas potencian especialmente la inmersión en

²⁷⁷ Lo que durante 400 años de historia han constituido costes económicos para la ópera, como el vestuario, el maquillaje, los sets y decorados, la iluminación o la mano de obra masiva necesarios para poner en marcha las producciones, hoy se convierten en bienes integrados en el show. Dichos bienes no se improvisan, sino que forman parte de una estrategia en la que todos y cada uno de los elementos que aparecen en pantalla se ha concebido previamente como un contenido creativo (Steichen, 2012, p. 447).

²⁷⁸ Como ya se apuntaba en el apartado del siglo XX, el uso de un lenguaje narrativo en las retransmisiones con la potenciación de primeros planos y planos-contraplanos, el espectáculo se vuelve más cinematográfico y desorienta al espectador en su impresión objetiva, magnificando la imagen de los cantantes, los cuales se presentan de forma mucho más monumental que íntima (Citron, 2000, p. 386).

la narración de la historia operística. El equilibrio entre la lógica mediática televisiva y la lógica más cinematográfica responde al deseo de convertir la experiencia de la ópera en los cines en una apreciación artística completa, capaz de satisfacer tanto a los nuevos públicos como a las audiencias más operófilas, acostumbradas al espectáculo presencial (Speed, 2012, p. 48).

3.2.3.4. Estrategia comercial de globalización.

Quizás una de las características que se considera más definitoria del nuevo modelo de negocio operístico audiovisual, y que manifiesta su evolución hacia la corriente teórica de la mediatización, es la visión comercial que se imprime en el producto, incluso antes de ser producido físicamente en los teatros. A diferencia de la ópera audiovisual del siglo XX, la ópera en los cines constituye un evento mediático pensado apriorísticamente para conseguir un consumo y una gratificación a través de la gran pantalla. La estrategia comercial que dirige tanto la concepción creativa de la obra, como los sistemas de producción artística empleados en ella, se aprecia en elementos como los contenidos extra musicales, la creación de un *Star System* propio, así como el tipo de repertorio programado (Morris, 2010, pp. 96- 119; Steichen, 2012).

En primer lugar, una de las características propias de este producto mediático exclusivo, las constituyen los contenidos extras que incluyen las proyecciones en los cines y que se proyectan en los tiempos de descanso o de preparación de la obra complementarios a la narración, tales como las entrevistas a los artistas en el intermedio musical, el acceso al *backstage* o los montajes de las representaciones de acuerdo al antes y al después de la función.²⁷⁹ Todos estos contenidos complementarios alimentan la curiosidad de las audiencias y fortalecen los nexos de unión no solo con el arte, sino con su *Star System*.²⁸⁰ Son cualidades del formato que pueden recordar a los contenidos extra de los DVD —

²⁷⁹ Los *diva tours* por el *backstage* llevados a cabo durante los intermedios —como así se denomina comúnmente a las entrevistas que un divo de ópera contratado por la cadena, en calidad de presentador de televisión, realiza a miembros del reparto artístico—, suelen incluir clips de vídeo pregrabados que muestran partes del proceso de producción anteriores. En ellos se cuida el acabado estético, buscando desde el principio la integración de todos los elementos que forman parte del espectáculo aunque no pertenezcan estrictamente al directo. Se cuidan especialmente los cortes de las entradas y salidas del vídeo y la edición del producto enlatado (Anderson, 2011, p. 7).

²⁸⁰ El carácter sensacionalista que presentan algunas de las entrevistas realizadas a los divos, en las que se mezclan contenidos profesionales con detalles de la vida personal, así como el carácter íntimo que adquieren estas informaciones al ser transmitidas en un tono espontáneo y en primera persona, constituyen maneras de atraer y fidelizar a las audiencias masivas con el mundo de referencia de la ópera y sus protagonistas (Lacasa & Villanueva, 2012, pp 413- 418).

como podrá expresarse más adelante—, pero que en este caso quedan vinculados mediante una dependencia temporal y espacial al espectáculo representado (Cashin, 2010; Steichen, 2012, p. 443). Este tipo de productos terciarios —contenidos que no son ópera en sí mismos, pero que hablan de su mundo—, por su relación con el arte, aumentan su información de contexto y aportan una visión mucho más enriquecida de la ópera en general que ayuda a fidelizar a los públicos cinematográficos (Speed, 2012, p. 52).²⁸¹

Otra de las características más comerciales de la ópera en los cines, es la integración del *Star System* dentro de la estructura del propio espectáculo. Para la mayor parte de los cantantes, la participación en las retransmisiones del Met supone una meta aspiracional, no tanto por las condiciones laborales que ofrece el teatro, sino por la capacidad de engrandecer su fama internacional. La plataforma publicitaria que ofrece su infraestructura a gran escala, es capaz de aumentar las multitudes de fans, así como de conseguir que se integren en un negocio y en un tipo de contratación que no acaba con la simple grabación de la representación en directo, sino que muchas veces se prolonga a otras ventanas de explotación como el DVD (Steichen, 2012, p. 448).²⁸² Así, la estrategia de negocio operística incorpora iniciativas *transmediáticas* con los divos, orientadas a aumentar los beneficios económicos y mejorar la visibilidad mundial de los espectáculos.²⁸³ Gracias a

²⁸¹ Se apunta como ejemplo el cambio en la reacción del público mediático de las salas de cine tras presenciar las entrevistas a los directores: el Met ha estandarizado la práctica de ofrecer una entrevista en directo con el director musical o alguno de los divos durante los intermedios de la representación. Tras la escucha de la entrevista, los públicos asistentes a la transmisión en HD suelen aplaudir al director cuando inicia el nuevo acto, una acción que no suelen realizar al comienzo de la representación. Puede deducirse que la información de la entrevista, ofrecida en primera persona, ayuda a comprender la complejidad del trabajo realizado y aviva la motivación y el interés de los oyentes (Speed, 2012, p. 52).

²⁸² Estos y otros motivos consecuenan que en los 6 años de vida del negocio, se hayan producido muy pocas bajas de cantantes principales y secundarios en la representaciones del *Met Live in HD*.

²⁸³ Cada vez resulta menos extraño presenciar a las estrellas de ópera protagonistas de las retransmisiones del Met, en estrategias comerciales coincidentes temporalmente a las temporadas del teatro, como pueden ser campañas publicitarias mundiales, representaciones corporativas en actos públicos o actuaciones mediáticas con fines sociales para promocionar la imagen solidaria y comprometida de la institución a la que representan. Se apunta como ejemplo, la participación transmediática de escala mundial que la soprano Renée Fleming ha protagonizado desde 2001 de la mano del Metropolitan Opera House de Nueva York y la discográfica *Decca*. Además de su trabajo en escenarios y grabaciones, Renée Fleming ha sido la imagen de los relojes Rolex en anuncios impresos durante los últimos 12 años. En 2008 lanzó el perfume femenino *La Voce by Renée Fleming*, cuya recaudación fue en beneficio de la Metropolitan Opera. El gran chef Daniel Boulud creó en su honor el postre *La Diva Renée* en 1999, e inspiró el *Renée Fleming Iris*, el cual ha sido realizado en porcelana por *Boehm*. Ha sido incluida en la lista *Blackwell* de las mejores vestidas y sus trajes de concierto han sido realizados por diseñadores como Reem Acra, Gianfranco Ferré, John Galiano de Dior, Douglas Hannant, Christian Lacroix, Oscar de la Renta, Angel Sanchez y Vivienne Westwood. Además de aparecer como rostro de la ópera en dos campañas en Londres y Nueva York, Renée Fleming ha actuado en los programas *The Martha Stewart Show*, *Spectacle: Elvis Costello with...*, *The View* y *Prairie Home Companion* como Renata Flambé, entre otros muchos. Consultar su sitio oficial.. Recuperado el 2 de octubre de 2013, de <http://www.reneefleming.com>.

estas estrategias, no solo los sistemas de producción se ven afectados por las técnicas del *simulcast*, sino que también se ha notado una significativa evolución tanto en los estilos de actuación como en la dirección de actores. Desde el punto de vista del ejercicio artístico, aunque la visión comercial catapulta sus carreras, la mayor parte de los cantantes lamentan también las nuevas preocupaciones generadas por el ojo de la cámara en el trabajo de interpretación (Speed, 2012, pp. 49, 53).²⁸⁴

Finalmente, debe apuntarse dentro de la estrategia comercial, el tipo de repertorio escogido para atraer a las audiencias masivas, mundiales y mediáticas. Desde sus orígenes, la intención del negocio era tanto promocionar títulos tradicionales de los compositores más emblemáticos de la historia de la ópera, como impulsar composiciones nacionales contemporáneas, de un carácter comercial más minoritario (Speed, 2012, p. 16). Con el tiempo, los datos sobre las recaudaciones de taquilla han revelado que las audiencias masivas prefieren programaciones convencionales que contengan títulos clásicos, propios de compositores como Verdi, Puccini, Bizet, Bellini, Rossini, Mozart, Strauss o Wagner (The Metropolitan Opera House, 2010, pp. 7- 20).²⁸⁵

Debe apuntarse una idea que, de forma significativa, se ha ido advirtiendo en los últimos años, fruto de la globalización cultural que propone este negocio. Para algunos autores, ciertamente, la consolidación de la ópera en los cines como negocio mundial no deja de albergar una cierta paradoja: extender el arte está implicando la centralización del negocio y del repertorio propuesto como tendencia, a nivel internacional.²⁸⁶ Europa no ha tardado en entender la situación que se deriva del predominio del Met y, desde el año 2010, muchos de sus teatros como Alla Scala o el Gran Teatre del Liceu, han iniciado una red internacional de retransmisiones en centenares de salas de Norteamérica y Europa.²⁸⁷ En 2013, a la vista

²⁸⁴ Los cantantes hoy manifiestan tener que estar pendientes de pequeños aspectos físicos que antes eran invisibles para la audiencia del teatro, tales como tragar saliva, el esfuerzo físico que supone generar ciertas notas o disimular cómo aclarar la garganta antes de una intervención (Speed, 2012, p. 47).

²⁸⁵ Pueden consultarse las temporadas retransmitidas por The Metropolitan Opera House en sus programaciones del Live in HD en el informe anual económico que publica cada dos años el teatro y que puede descargarse desde el sitio web de la organización

²⁸⁶ En España, por ejemplo, este tipo de negocio ha mostrado en los últimos tres años un potencial de crecimiento alto. No solo porque el interés y la afición por la ópera sigue creciendo (Alier, 2008, p. 13), sino porque, según datos ofrecidos por la revista *Ópera Actual*, en 2010, aun existiendo más de cien mil abonados a las temporadas líricas de nuestros teatros, el número de asistentes a las salas de la exhibidora principal, Cinesa, todavía se situaba por debajo de los 30.000, mostrando un crecimiento ascendente.

²⁸⁷ En 2008 el servicio de programación y distribución para la televisión, el cine y la radio, llevado a cabo por el Met alcanzó unos ingresos de 29 millones de dólares en la categoría de lo que se consideran beneficios obtenidos por las *grabaciones mediáticas* del espectáculo (Steichen, 2012, p. 450). A partir de 2010, los teatros impulsores de ópera en Europa se incorporaron a los programas de transmisiones mundiales en los cines.

de consolidar definitivamente un mercado mundial,²⁸⁸ se comienza a advertir la cara oscura de este tipo de industrialización operística. Entre las posturas más puristas de Europa, existe el deseo manifiesto de salvaguardar el sentido cultural localista de cada nación dado que, al fin y al cabo, las producciones de ópera no son más que el reflejo cultural de una sociedad concreta.²⁸⁹ Este reflejo se pierde en las retransmisiones internacionales y afecta de manera muy notable a la oferta artística que se produce en cada sector cultural (Mortier, 2010). Por otro lado, la versión de producción masiva del espectáculo que ofrece el HD ha recibido serias críticas, al intentar industrializar un arte del directo. Ciertamente hoy se reconoce cómo la mayor parte de las audiencias asisten a los cines porque, en realidad, son fieles amantes del espectáculo original. No cuestionan el espectáculo mediado sino en términos de fidelidad a la obra original y en términos experienciales en relación a sus expectativas aprendidas y generadas con el propio arte (Benzecry, 2011). La ópera en los cines ha de romper, así, esta sensación que algunos sectores del público y algunas organizaciones todavía tienen hoy de percibirla como una simple plataforma de acceso al arte primario.

Como ejemplo se citan los datos alcanzados por el Gran Teatre del Liceu, que en marzo de 2012 tuvo que cesar sus retransmisiones en directo por motivos económicos, habiendo conseguido en 3 años ofrecer sus producciones en más de 380 salas de cine de 18 países del mundo (ABC, 2012).

²⁸⁸ Según los datos ofrecidos en 2013 por el primer informe generado por el sector operístico, de la mano de la empresa *IHS Screen Digest* en colaboración con la *Event Cinema Association*, los contenidos operísticos dominan la oferta alternativa en las salas de cine alrededor de toda Europa. En Gran Bretaña, por ejemplo, la ópera constituye el 39,7% del consumo de espectáculos en HD desde los cines, una cifra, según el informe, casi tres veces mayor que los contenidos destinados a la música clásica en total. Este dato se muestra similar en otros países europeos como Rusia, con un 56,9% copado por la ópera, Francia, con un 35,2% o Irlanda, con un 35,6%. En estos y muchos otros países, las retransmisiones en vivo se muestran significativamente más populares que los espectáculos en diferido. En Suecia, por ejemplo, el vivo en HD constituye el 87,2% de las retransmisiones. Asimismo, según el informe, dos de los teatros más exportadores de contenidos a otros países, después del Met, los constituyen The Royal Opera House, y el National Theatre (ENO) de Gran Bretaña. También, con cada vez mayor frecuencia, exportan gran parte de sus producciones teatros como el Mariinsky Theatre de Rusia, o el Teatro alla Scala de Milán. El informe también augura un crecimiento de este tipo de eventos fuera de los teatros. Desde el verano de 2013 se suman a las retransmisiones internacionales una serie de programaciones organizadas por el British Museum de Londres desde la ciudad de Pompeya, para más de 250 cines de Europa. Se evidencia así la fuerte estructura económica que deben poseer las instituciones que se han incorporado al negocio mundial, favoreciendo a la centralización del fenómeno en unos pocos agentes culturales (Rosser, 2013).

²⁸⁹ En Estados Unidos se ha comenzado a reivindicar la ayuda pública a las producciones de ópera estatales que no son capaces de contar con recursos económicos, promocionales y productivos, menos todavía con infraestructura tecnológica, capaces de sacar el escenario fuera de los ámbitos locales y competir con las retransmisiones del Met. Estas producciones no deberían desaparecer ya que construyen la identidad cultural del país. Sus producciones más pequeñas y flexibles permiten conectar e interactuar de un modo más directo con la realidad más actual y concreta de cada región, respondiendo mejor a su demanda cultural más inmediata (Steichen, 2012, p. 457).

3.2.3.5. *Economía institucional.*

Todos estos componentes propios y específicos de las retransmisiones en HD —en especial las del Met—, de los que se ha hecho eco la prensa, han sido descritos bajo la denominación de *dramaturgia institucional*. Con este término se describe la técnica que pone en práctica el teatro norteamericano en concreto, de escenificar la ópera para el público, ya sea a través de exigencias propias del Márquetin y de la Publicidad, o a través del ejercicio documental que promueve la propia grabación en HD, y que alimenta otras ventanas de explotación como el *Video on Demand* o *Metplayer* desarrollados por el negocio (Steichen, 2009, pp. 24-30). Otros autores se han referido a esta dramaturgia como *experiencia inter-mediática*, para potenciar el aspecto más audiovisual del fenómeno en detrimento de visiones más mercantilistas (Anderson, 2011, pp. 7-8). En todas estas características se pone de manifiesto que los sistemas de producción dejan de lado la improvisación del espectáculo y controlan cada segundo de la representación.²⁹⁰ Dicho aumento de control, guarda relación con los elevados costes económicos que suponen las retransmisiones, en las que no pueden permitirse errores que pongan en juego el prestigio de un producto basado no solo en la calidad del sonido y de la imagen, sino también en la nueva experiencia mediática que propone este tipo de retransmisiones de carácter cultural (Steichen, 2012, p. 449).²⁹¹

3.2.4. **Análisis mediático.**

Como se ha podido comprobar, la descripción general del nuevo negocio emergente es positiva y ventajosa en términos comerciales y económicos. Sin embargo, gran parte de la controversia que el fenómeno ha generado en los últimos años, tiene que ver con cuestiones de carácter sociológico y estético. Algunas de las preguntas que todavía no se han resuelto, están relacionadas directamente con las teorías de la mediatización, como la

²⁹⁰ Se han llegado a comparar este tipo de retransmisiones con eventos mediáticos de impacto internacional, tales como los premios *Emmys* o los *Oscars*, en los cuales cualquier detalle de producción está escrupulosamente planificado, incluso la aparente espontaneidad mediática que producen algunas situaciones del espectáculo (Steichen, 2012, p. 449).

²⁹¹ Según los autores, aunque resulta difícil calcular el elevadísimo coste total de estas retransmisiones, incorporación de publicidad de inversores privados ha aumentado el margen de beneficios del negocio. En 2007, por ejemplo, la marca *All Movie Video* pagó casi dos millones de dólares al Met para publicitarse en sus espectáculos. Los principales sectores interesados en el negocio como plataforma publicitaria son los tecnológicos (Steichen, 2012, p. 449).

reciente inclusión de la ópera en la nueva economía global de las artes escénicas. De hecho, el análisis mediático del fenómeno, más allá de posturas generalistas, se ha centrado en las consecuencias sociológicas que ofrece este nuevo tipo de consumo descentralizado, gracias a las posibilidades que otorgan las pantallas. De esta forma, no pueden desligarse los cambios estéticos en el producto, de las consecuencias de percepción que la mediatización parece haber generado en las audiencias. Aunque se abordarán, en primer lugar, las cuestiones que hacen referencia a la sociología del espectáculo y, en segundo lugar, aquellas que se centran en los cambios en la creación artística, este trabajo considera que son dos consecuencias derivadas de un único proceso: la adquisición de las lógicas mediáticas que en el siglo XXI ha experimentado la industria global de la ópera.

3.2.4.1. Audiencia heterogénea.

Los efectos sociológicos del fenómeno de la ópera en los cines, ha constituido una de las principales preocupaciones de las teorías de los medios de Comunicación, desde que surgiera la iniciativa en 2006. Como todas las nuevas formas mediáticas de entretenimiento que dependen y se ven afectadas directamente por modelos económicos basados en la promoción y la publicidad, en los últimos años, se han desarrollado sistemas de información sobre las audiencias capaces de proporcionar feedback de la recepción del arte en sus distintas tipologías de consumo (Kolb, 2005, pp- 91-112; Abfalter, 2009; Rössel, 2011, pp. 83-103; Gunzerath, 2012, pp. 99-106; Taneja & Mamoria, 2012, pp. 121-140). Aplicados al caso de la ópera, la información cualitativa y cuantitativa que los últimos estudios ofrecen en esta línea, todavía se considera algo general, dispersa y poco conclusiva (Swanson, Davis & Zhao, 2008, pp. 300-323). En concreto, los posibles efectos del nuevo tipo de producto sobre la audiencia general, todavía constituye una incógnita que podría afectar al motor artístico de la industria operística. Por este motivo hoy se intentan obtener percepciones de valor de las audiencias, para resolver si la ópera en los cines hará crecer la asistencia al espectáculo original, si por el contrario canibalizará las audiencias presenciales ya existentes, o si, sencillamente, representará en el futuro un modo de consumo artístico complementario (Zomerdiik & Voss, 2011, p. 67; Vladica & Davis, 2013, p. 5).²⁹²

²⁹² Según Florin Vladica y Charles H. Davis, existe una brecha entre lo que los profesionales del arte son capaces de diseñar, producir y desarrollar para el consumo cultural de sus productos, y qué es lo que los investigadores pueden sugerir como conceptos, constructos, temas modelos y métodos de investigación para poder desarrollar ideas sobre la naturaleza de la experiencia cultural (2013, p. 5).

Por lo que hasta la fecha se ha podido comprobar, el perfil medio de los públicos descrito por las investigaciones es el de individuos maduros que superan los 45 años de edad. Se trata de un público homogéneo que procede mayoritariamente de la audiencia consolidada del espectáculo en vivo, y al que se le suman un número pequeño de *turistas*, curiosos por conocer la nueva forma de apreciación artística (Berini, 2011).²⁹³ Asimismo, según la investigación de audiencias que Florin Vladica y Charles H. Davis realizaron en Canadá, Australia y Rumania durante los años 2010 y 2011 —a partir de producciones operísticas neoyorkinas y londinenses—, la mayor parte de los consumidores tienen estudios universitarios e ingresos económicos medios y elevados. En apariencia, muchos de los asistentes a las salas de cine se muestran familiarizados, conocedores y leales a este tipo de representaciones, las cuales frecuentan una media de 2 o 3 veces al año. Normalmente toman la decisión de asistir al evento con bastante tiempo de antelación (Vladica & Davis, 2013, p. 15).²⁹⁴

Además de describir el perfil tipo de la audiencia que asiste a estos eventos, los estudios mediáticos están especialmente interesados en conocer elementos como la percepción de valor que de estos espectáculos construyen los públicos, o las condiciones específicas que ofrece la experiencia mediática en los cines. Se expresarán, a continuación, las ideas más representativas al respecto.

- Percepción integrada entre el contenido y el medio

La mayor parte de los análisis sobre la percepción de valor en las artes escénicas mediatizadas apuntan la educación, la estética, la recreación personal, la interacción social y, sobre todo, el entretenimiento, como variables que pueden influir en la satisfacción que produce este tipo de consumo (Swanson, Davis & Zhao, 2008, pp. 300-323; Bakhshi, Mateos-García & Throsby, 2010, pp. 1-11; Barker, 2003; Vladica & Davis, 2013, p. 8). En términos generales, se asume que la experiencia de la ópera en el cine constituye un proceso psicológico más complejo que el consumo en DVD o en la televisión. El fenómeno es

²⁹³ Por turista se entiende aquél público que despierta un interés puntual en la representación mediada, por causas no necesariamente relacionadas con el arte, y que no suele repetir la asistencia a este tipo de eventos (Berini, 2011).

²⁹⁴ Aunque debe advertirse que estas afirmaciones han sido extraídas de las conclusiones sobre la investigación de audiencias que estos autores realizaron en Canadá, Australia y Rumania durante los años 2010 y 2011 a partir de representaciones de los teatros The Metropolitan Opera House de Nueva York y The National Theatre de Londres, dado el tratamiento internacional de la muestra empleada, pueden realizarse inferencias generalizables al consumo global de este tipo de productos. Ante la falta de estudios existentes al respecto, esta investigación los tomará como referencia.

debido a que dicho proceso “confunde la representación, los medios de comunicación, y la teoría de la reproducción mecánica del arte”, ya que no existe únicamente como una forma más de la ontología del vivo, sino que, en él, se producen más de uno de estos fenómenos a la vez”.²⁹⁵ En su práctica, cada uno de los medios que entran en juego conjuntamente, proponen y delimitan el material de captación original. Así, cada uno de los modos de contribuir al espectáculo, contiene posibilidades y requisitos que provocan diversos efectos en el resultado final (Anderson, 2011, p. 8). La confusión en la audiencia entre el medio y el contenido refuerza la idea de indivisibilidad del espectáculo mediático.

- Elevado nivel de satisfacción

Asimismo, parece que los consumidores tienden a apreciar la experiencia muy positivamente. Como producto polivalente, algunos autores defienden cómo la ópera en los cines podría ofrecer múltiples valores para sus públicos. Estos perciben la experiencia de forma diferente y claramente distinguida del espectáculo primario. Sin embargo, en términos de satisfacción según la función social ejercida, es considerada similar o incluso más elitista que la experiencia presencial del espectáculo en el teatro. Los asistentes manifiestan obtener una especie de insignia de honor operística al asistir al cine, un sentimiento de privilegio movido por una concepción cultural *cool* influida por el espacio en el que tiene lugar (Steichen, 2012, p. 453; Vladica & Davis, 2013, p. 10).²⁹⁶

Sin embargo, los públicos también parecen rechazar la idea de que consumen la ópera en el cine por una exclusiva finalidad de estatus social, ya que consideran que este consumo cultural, en solitario y en casa —conservando todas sus características mediáticas del evento— podría ser preferible al desplazamiento a los cines. Asimismo, los estudios apuntan que se trata de un modo de consumo que hace amar el arte con mayor intensidad para aquellos que ya son fieles seguidores del mismo, pero, sobre todo, es defendido por

²⁹⁵ Según la autora, la confusión viene generada, en parte, por la naturaleza intermediada que presentan los propios productos artísticos actuales desde el origen de su concepción misma (Anderson, 2011, p. 8).

²⁹⁶ En el estudio publicado en mayo de 2013 por Florin Vladica y Charles H. Davis titulado *Value Propositions of Opera and Theater Live in Cinema*, se indica cómo los asistentes a la ópera en el cine manifiestan vivir una experiencia cultural *cool*, influida por la moda social de asistencia a este tipo de eventos que se ha extendido entre los círculos artísticos tradicionales. Asimismo, el fenómeno se muestra igualmente atractivo para aquellos públicos interesados por el arte pero no consumidores habituales porque viven en ciudades sin actividad operística, por cuestiones económicas o, también, por diversos condicionantes educativos (Vladica & Davis, 2013, pp. 8, 9, 16).

aquellos públicos no iniciados en el arte, por motivos económicos y demográficos²⁹⁷ (Benzecry, 2011).

- Co-presencia e identidades compartidas

Los asistentes comunes —en especial aquellos públicos familiarizados previamente con el arte—, conciben el fenómeno como una forma cultural legitimada (Vladica & Davis, 2013, p. 11). Para ellos, el evento ofrece nuevas posibilidades de disfrutar de la ópera que son difíciles o imposibles de obtener en la representación en vivo. De este modo, en general, también muestran su desacuerdo con la concepción del producto como una versión disminuida o reducida del espectáculo primario en directo. De entre las cualidades más destacadas que parecen apreciar los asistentes, se encuentran el acceso a las representaciones de ciudades cosmopolitas y lejanas —como Nueva York o Londres—, el bajo coste, el ahorro en los desplazamientos y la comodidad de la perspectiva que ofrece el ojo de la cámara (Vladica & Davis, 2013, p. 4-13). Todas estas apreciaciones positivas consiguen que muchas de las convenciones de interacción social que se producen en los teatros, se traspasen ahora a las condiciones de apreciación mediática. Suelen producirse las mismas reacciones colectivas que en el teatro, como son los aplausos en los intermedios de la sala de cine, las risas o los comentarios entre el público (Sheppard, 2007, pp. 383-387; Morris, 2010, p. 96- 119; Berini, 2011).²⁹⁸ Ciertamente para algunos autores, elementos compartidos como la risa o los aplausos constituyen fuertes símbolos del llamado efecto *comunidad* (Speed, 2012, p. 102).

- Ritual comunal

En los últimos años se ha tratado de definir el sentido experiencial que puede tener para los públicos la asistencia a los cines, que confiere al acto una forma de rito comunal (Speed, 2012, p. 89). Según algunos autores, la tradición cultural y las instituciones de la ópera

²⁹⁷ La mayor parte de los públicos asistentes al espectáculo no son nuevos en el arte sino espectadores ya iniciados en la ópera (Steichen, 2012, p. 454). Al mismo tiempo, aquellos asistentes que no frecuentan las representaciones de ópera pero sienten curiosidad por iniciarse en ella, parecen valorar los precios más reducidos que ofrece el cine y la posibilidad de presenciar a cantantes de primer nivel internacional sin salir de su ciudad (Berini, 2011).

²⁹⁸ Según afirman algunos análisis, en ciertas ocasiones el público de la sala de cine se han comportado de una forma mucho más seria que el asistente al teatro, como si formasen parte del espectáculo al respetar sus convenciones y participar de forma presente en la representación (Sheppard, 2006, pp. 383-386; Heyer, 2008, pp. 591-604).

promueven un proceso simbólico de comunicación, a modo de ritual, que conecta con la participación colectiva, la experiencia compartida, el asociacionismo, el compañerismo y la posesión de una fe común en la experiencia de la audiencia general (Carey, 1989, p. 18). A los públicos de la ópera, el sentido comunal les permite conectar y conocer otros miembros de la audiencia movidos por inquietudes similares (Benzecry, 2011; Speed, 2012, p. 92). Asimismo, este sentido provoca la relación entre distintos niveles de gratificaciones musicales, artísticas y sociales, que conectan con sus identidades personales (Pitts, 2005, pp. 257-269). Además, parece que la identificación colectiva con el espectáculo original no se limita a la sala de cine. Para los públicos, la experiencia inter-mediática que experimentan en la sala, se ve reforzada por una identificación con el público del teatro gracias a elementos que ya incorporaban la televisión o el vídeo, ahora magnificados en la gran pantalla, como los planos de detalles del teatro, de los públicos presenciales o de la orquesta.²⁹⁹ De este mismo modo, los públicos presenciales son conscientes de la existencia de cámaras que conectan con audiencias dispersadas por todo el mundo, prolongando su sensación de comunidad a una escala mundial (Anderson, 2011, p. 8). Así, a pesar de que las retransmisiones en HD dejan de lado los rituales sociales y las fuertes convenciones a las que ha quedado adscrita la ópera —propias de la asistencia al directo— y se vuelven más accesibles al público no experto, el negocio a día de hoy ofrece un producto exclusivo de nicho de mercado, claramente destinado a los amantes de las artes clásicas (Glevarec & Pinet, 2008, pp. 215- 238).

²⁹⁹ Antes del comienzo de la retransmisión, a los miembros de la audiencia cinematográfica se les reparte un programa de mano de una página, donde aparece una pequeña sinopsis de la representación que van a presenciar. En algunas ocasiones, incluso, el propio manager del teatro da la bienvenida a los asistentes virtuales y les agradece la asistencia al cine, orientándoles en el tipo de obra que van a ver. A diferencia de los públicos presentes en la obra original, los públicos mediáticos consumen varios minutos de tráileres cinematográficos sobre distintos títulos que se proyectaran en los cines durante la temporada, así como avances de producciones de Ballet o de orquestas sinfónicas. Podría interpretarse, por tanto, que este tipo de información ayuda a fidelizar a las audiencias no con el arte sino con el tipo de consumo que de él hacen. De forma posterior, unos 15 minutos antes de la representación, el público del cine es deliberadamente conectado con el público presencial mediante el uso de planos detalle de las personas que van ocupando sus localidades, de detalles decorativos del teatro y de la modulación de la intensidad de luz en la sala. En ocasiones, la predisposición al espectáculo de la audiencia y la ritual preparación que muestran los públicos más fieles, ayuda a potenciar la conexión que pueden sentir los públicos mediáticos con el arte. Adele Anderson en su trabajo titulado *Old Arts in New Media: Qualified Ontologies of "Live" in the Age of Media Casting*, recupera el ejemplo de cómo las cámaras del Lincoln Center captaron para todos los públicos mediáticos a dos asistentes a una representación de *Die Walküre* de Richard Wagner en 2010, a dos miembros de la audiencia presencial vestidos con cascos de vikingo. El detalle llamó la atención de la audiencia desde los cines (Anderson, 2011, p. 8).

- Transformación de las conductas individuales

Otra de las consecuencias sociológicas que se han teorizado en los últimos tiempos, tiene que ver con la modificación de conductas en los consumidores. En primer lugar, debe apuntarse que todavía se desconoce si este tipo de proyecciones producen en ellos un mayor aislamiento en la percepción del espectáculo (Anderson, 2011, p. 9). Por ejemplo, en los títulos propios de la ópera más grandilocuente, ha sido tradicionalmente permisible que los hombres llorasen (Heyer, 2008, p. 595). En la ópera mediatizada, ahora todas aquellas indicaciones relativas a expresiones emocionales y a convenciones de interacción con otros miembros del público, pueden resultar ambiguas o interpretadas fuera de contexto, de tal forma que se modifica la respuesta en los consumidores mediáticos frente a los asistentes del directo (Vladica & Davis, 2013, p. 4).

Por otro lado, desde el punto de vista de la percepción más individual, los públicos que asisten a los cines también reconocen en el acto mediático un sentido de pérdida con respecto al original. Son conscientes de que el objetivo de la cámara muestra siempre una imagen parcial de la representación y de que la profundidad, los colores y las formas se pierden con la falta de tridimensionalidad en la apreciación cinematográfica (Jung, 1990; Speed, 2012, pp. 110-111).

- Cambios en los hábitos sociales

En relación a los hábitos de consumo que la experiencia comunal en los cines está implantando, se reconoce una cierta división en la función social que se le otorga al acto, manifestada a partir elementos como el atuendo o el comportamiento dentro de las salas cinematográficas. Algunos autores han definido bajo el término *popcorn opera*, el acto de asistir a la ópera en pantalla y desarrollar en ella comportamientos espontáneos propios del cine (Lacasa & Villanueva, 2011, p. 65- 74; Speed, 2012, pp. 111-114). En las salas de cine de todo el mundo, hoy conviven hábitos heterogéneos que no dejan de manifestar la paradoja que implican las retransmisiones de ópera como actos que presentan elementos históricos, sociales y personales de la experiencia, profundamente arraigados en el tamaño de la pantalla, la frecuencia de asistencia y la memoria. El *popcorn* se sitúa en este límite. Así, mientras que los asistentes más familiarizados con las viejas tradiciones del arte aseguran que comer palomitas en una retransmisión de ópera vulnera y banaliza el consumo del arte, otros públicos manifiestan que solo es perjudicial en términos de escucha, ya que provoca ruido en la sala. De momento solo una minoría de los asistentes considera que la ópera

debería convivir con atuendos desenfadados, así como con comida y bebida durante el espectáculo (Speed, 2012, pp. 112-113). Todo apunta a que la tendencia de las prácticas sociales impuestas por la mayoría de los asistentes se concretará en cada región de acuerdo a diferentes factores culturales, económicos o demográficos que tradicionalmente las han caracterizado,³⁰⁰ si bien es cierto que la función elitista de la ópera se está perdiendo, no solo en las salas de cine, sino más que en ningún sitio, en el propio teatro de ópera.

En términos generales puede concluirse que, desde el punto de vista sociológico, el reciente consumo de ópera en los cines podría constituir un modo de fidelizar a la audiencia, atraerla al producto primario, provocar el interés por el arte, animarle a consumir productos mediáticos derivados del espectáculo original y, en última instancia, despertar en los públicos el deseo añadido de aprender su historia, sus características y sus convenciones (Lacasa & Villanueva, 2011, p. 65- 74; Vladica & Davis, 2013, p. 5). Si el futuro de esta moda cinematográfica continua apostando por la retransmisión de los eventos operísticos vía satélite, es posible que se produzca una segmentación de audiencias, dado que tenderá a diversificarse la oferta del propio Met, y aquella que pueda surgir de teatros competidores emergentes (Speed, 2012, p. 73).

3.2.4.2. Conceptos mediáticos

Como se ha avanzado, desde un punto de vista estético, en los últimos años diversos autores han comenzado a defender que las características especiales de la retransmisión narrativa de la ópera en los cines, deberían integrarse en la concepción misma del espectáculo operístico —ahora separado de las tradicionales representaciones del vivo—. Sin esta separación, los productos quedan tan intrínsecamente ligados al material primario, que exigen tanto una fusión de la producción operística pensada para el teatro, como la producción audiovisual concebida para su posterior emisión en los cines. El objetivo final lo constituye, en este caso, la oferta de un producto operístico distinto, compatible con la representación en directo (Auslander, 1999, pp. 1-60; Steichen, 2012, p. 446). Las retransmisiones en HD ofrecen así una forma de despegar la industria de la ópera de su

³⁰⁰ Esta investigación presupone que existen factores como el grado de actividad cultural, la renta per cápita media, la tradición histórica en el género musical o las costumbres sociales que varían considerablemente de una región a otra y que quedan determinados de distinta forma en cada país y localidad. Este fenómeno, unido al mayor o menor porcentaje de públicos tradicionalmente operófilos asistentes a las salas, puede determinar significativamente la tendencia mayoritaria en los hábitos de consumo.

obstinación por la transparencia en la difusión del vivo, mentalidad que hoy pone en peligro la actualidad estética y económica del arte (Morris, 2010, pp. 96- 119). Como se ha visto, en el siglo XXI más que nunca, la ópera parece reconocer su obsolescencia de forma visible y su anacronismo con la sociedad en la que se desarrolla (Zizek & Dolar, 2002, pp. 8-9; Wiebe, 2009, pp. 3-5).³⁰¹ Si la ópera ciertamente se ha reconocido como un negocio basado, en términos económicos, en la obsolescencia formal del propio arte, ante las posibilidades de consumo cultural que ahora se abren con los medios digitales del siglo XXI, su tradicional producción tenderá a volverse más costosa y menos rentable (Baumol & Bowen, 1966). El negocio de la ópera en los cines aporta, así, una nueva personalidad corporativa a la industria artística (Steichen, 2012, p. 455).³⁰² Pero esta personalidad, en tanto que corporativa, no deja de plantear nuevas incógnitas mediáticas. Algunos teóricos se preguntan, por ejemplo, si la mediatización a gran escala que ofrece el HD margina o compromete desde el punto de vista artístico a las compañías de ópera, de música y de ballet involucradas. También se preguntan si la libertad y el objeto artístico prevalece sobre la economía del espectáculo y sobre los intereses de las compañías de distribución tecnológica (Anderson, 2011, p. 9).

Asimismo, los autores afirman que las retransmisiones del Met, en el fondo, son adaptaciones naturales que sufre el arte a la economía y a la sociedad de su tiempo. Hoy se entiende que proceso de comercialización y apertura de todo arte escénico, no constituye un modo superficial a través del cual emerge la obra original intacta. De forma contraria, últimamente se defiende que en dicho proceso, la estructura dramática de los espectáculos es necesariamente afectada por los cambios de consumo, de producción, de las nuevas formas de transmisión, y de la tradición histórica heredada (Bianconi, 1987, p. 164; Steichen, 2012, p. 452). En este sentido, se entiende que la naturaleza orgánica de la ópera y sus procesos de renovación, poco han cambiado en 400 años de historia. Como ya se ha comentado en el primer capítulo, la ópera llegó a constituir una relevante institución histórica en el momento en el que abrió las puertas de los teatros y volvió público el acceso

³⁰¹ Poniendo en práctica las convenciones culturales del siglo XIX, muchos cantantes y directores de escena adoptan estilísticas no necesarias en la época de la amplificación. Al mismo tiempo, la convención se deja notar de forma patente en el repertorio clásico que normalmente se programa en las temporadas de los teatros. Este repertorio es muy limitado en comparación con los 400 años de historia de la óperas y compositores prolíficos (Wiebe, 2009, pp. 3-5).

³⁰² Tal como reconocieron William J. Baumol y William G. Bowen en los años 60 en su obra *Performing Arts, The Economic Dilema: A Study of Problems Common to Theater, Opera, Music and Dance*, la enfermedad económica —*costs disease*— de las artes escénicas es, precisamente la concepción de no reproductibilidad de sus productos. Por definición, no podemos presupuestar la escala de sus productos de la misma forma que hacemos con un libro o una película, poniendo de manifiesto que, sin opción a generar reproductibilidad mecánica, resulta imposible monetizar estos sectores (Steichen, 2012, p. 455).

al arte (Bianconi, 1987, p. 162). Lo que en el siglo XXI propone el Met con la ópera en los cines, es lo que el propio arte ha realizado durante siglos: cambiar y adaptarse al entorno para conectar con nuevas circunstancias económicas e institucionales. Sin embargo, en la era de la convergencia mediática, estos cambios se muestran más profundos que nunca. Plenamente inmersa en la cultura y en la economía del cine hollywoodiense contemporáneo, la ópera en formato cinematográfico constituye la predecible evolución del arte hacia la consumación que tanto tiempo había perseguido: la alianza con la industria cultural gracias al artificio de los medios (Steichen, 2012, p. 454). Se expresarán, a continuación, las principales características estéticas que se han reconocido como propias del fenómeno mediático y que evidencian la existencia de una lógica mediática mixta.

- Lógica mediática híbrida

Como se ha tratado en el análisis sociológico, puede decirse que, en términos generales, los consumidores de la ópera en los cines reconocen en ella una forma de representación cultural contemporánea novedosa, capaz de hibridar con éxito una convincente experiencia cinematográfica con un arte escénico que no pierde sus fuertes cualidades culturales heredadas del teatro. Esto es debido a que la política de grabación de los teatros como el Met, introduce técnicas de inmersión en la narración, pero también técnicas que recuerdan a los públicos su posición televisual separada de la historia, para favorecer la sensación de espectáculo (Speed, 2012, pp. 52-53). Puede afirmarse que el *Live in HD* ofrecido por el teatro, por primera vez, combina y superpone técnicas televisuales y cinemáticas, con las prácticas teatrales (Anderson, 2011, p. 7). Puede deducirse como, en este caso, las características más propiamente mediáticas del producto potencian las diferencias con el espectáculo original: la pantalla visual complementa la experiencia primaria pero no la traspasa, sino que la trasciende. Al mismo tiempo, los propios consumidores reconocen que se trata de un producto capaz de extender la ópera a nuevas audiencias no iniciadas en el arte, ya que, poco a poco, comprenden su naturaleza especial no solo de la presentación de una ópera en pantalla de cine, sino en los modos concretos en que se presenta esta nueva forma de representación.³⁰³ Los públicos asisten a estos eventos porque quedan cautivados por el talento de la representación, pero también por el punto de vista

³⁰³ Resulta paradójico cómo para estas audiencias no iniciadas en el arte la experiencia de la ópera en el cine se reconoce como distinta, especial, e incompleta, al depender pero también quedar desvinculada del espectáculo en directo. Este sentimiento se contrapone al valor cultural que reconocen en el producto los públicos operófilos (Vladica & Davis, 2013, p. 14).

voyeurístico que les ofrece el cine (Speed, 2011, p. 61; Vladica & Davis, 2013, pp. 13-16). Ya que, en definitiva, reconociendo que no se trata de una experiencia sustitutiva del vivo, la proyección del espectáculo en pantalla gigante constituye una evidencia de un acto vivo: es la manera en que los miembros de la audiencia entienden su acceso al vivo en comunidad (Causey, 1999, pp. 384-389). Lo que todavía no ha quedado resuelto es si este tipo de prácticas como el *cinecast* o el *webcast*, abruman al espectador y producen, en la percepción del espectáculo, una cierta alienación o aislamiento (Anderson, 2011, p. 9).

- *Evento mediático*

En el último año, algunos autores han teorizado sobre la posibilidad de que la ópera en los cines sea considerada un nuevo tipo de *evento* mediático, con su propia autenticidad y su propia sinceridad frente a los públicos (Marriot, 2007, pp. 73- 87). Para ello justifican que el nuevo negocio crea su propia identidad estética gracias al medio cinematográfico y ofrece una nueva y distinta oportunidad, a los asistentes habituales al teatro, de socializarse. Las retransmisiones en vivo para los cines parecen cumplir todas las características de los eventos mediáticos descritas por Daniel Dayan y Elihu Katz en el año 1992 y, posteriormente reafirmadas por autores como Stephanie Marriot.³⁰⁴ La ópera en los cines provoca el sentido de ocasión en los públicos, que reubica el espacio físico de la representación y lo convierte en un acto diferente.³⁰⁵ Se trata de un acontecimiento que proyecta valores centrales y memorias colectivas que son autenticadas por los asistentes y que celebran en él, no solo unidad, sino también pluralismo, ceremonia y parlamento. Estos actos interrumpen deliberadamente sus vidas cotidianas y exigen una preparación en parte comparable a la de los propios creadores de la representación (Dayan & Katz, 1992, pp. viii- 7). Aunque quizás, como se ha visto, estos procesos sociológicos y psicológicos de la asistencia a los cines solo se producen para la parte de la audiencia más fidelizada en el arte de la ópera, algunos autores han afirmado que, como evento fenomenológico, la ópera en los cines tiene la clara intención de llegar a públicos no familiarizados con el arte al intentar trasponer y relacionar las experiencias personales y públicas del *cinecast* ahora con el género musical (Speed, 2012, pp. 74-75). Asimismo, el evento produce un sentido de excitación

³⁰⁴ En su obra titulada *Media events: The live broadcasting of history*, los autores Daniel Dayan y Elihu Katz definen como evento mediático una “ceremonia que interrumpe el flujo de la vida diaria; trata reverentemente con asuntos sagrados; e implica la respuesta de una audiencia comprometida” (Dayan & Katz, 1992, p. 14).

³⁰⁵ Para los públicos se trata de un espectáculo programado que tiene sus propias tradiciones. Se trata de la retransmisión de un acontecimiento para el que tienen que programar o bloquear 4 horas de un fin de semana, interrumpiendo sus vidas cotidianas (Speed, 2012, p. 64).

que se traspasa del vivo a la pantalla y que es compartido de forma espontánea y natural en la audiencia. El evento, en el cine, también consigue presentar de forma sincera y auténtica el arte, gracias al acercamiento del ojo de la cámara a los cantantes y a los músicos. Este acercamiento es capaz de establecer relaciones íntimas, verdaderas y auténticas con la audiencia (Scannell, 1996, pp. 60-67). Los espectáculos han desarrollado una identidad propia a través de la cultura visual y los protocolos de percepción establecidos, que la audiencia en los cines puede seguir con facilidad y esperar, a modo de ritual, en sus futuras visitas a los cines (Speed, 2012, p. 84).

- *Meantwhile* propio de la lógica televisual

De forma contraria al DVD o la televisión —medios que invitan a una apreciación del arte en solitario como podrá comprobarse más adelante—, la emisión múltiple en los cines envuelve al espectador en un entorno público explícito que queda ligado a una conexión temporal y espacial con al obra original. Las retransmisiones en HD para todo el mundo desde el Met, ocurren en una fecha determinada y ocurren únicamente, de forma simultánea, una sola vez. El fenómeno provoca una sensación de actualidad que, en parte, es además potenciada por elementos como las imágenes de la audiencia reunida en el espectáculo original que pueden observarse tras la pantalla de cine, o un reloj temporal que cuenta, como en el fútbol, el tiempo que falta para que se reanude el espectáculo. Para algunos autores, la actualidad del evento es enmarcada así en un sentido de colapso espacial combinado con la unidad temporal del espectáculo en directo (Morris, 2010, p. 107). Este fenómeno liga la unidad temporal de la obra al concepto denominado *meantwhile* —mientras tanto—. ³⁰⁶ Este término ha sido empleado para describir el sentimiento de presencia simultánea en un acontecimiento temporal separado geográficamente de la audiencia y producido gracias a la tecnología de última generación. A pesar de las diferencias geográficas y el desplazamiento temporal que sufre la retransmisión del espectáculo, el fenómeno conserva parte de la sensación de comunidad gracias a ese sentido de actualidad producido por el efecto *meantwhile* que, como ya se ha visto en estas páginas, se ha descrito globalmente también dentro de la *sincronización cultural* o el *cosmopolitanismo* de este nuevo tipo de consumo (Acland, 2003, pp. 222- 235). La actualidad provocada por dicha

³⁰⁶ Sin existir una terminología traducida al castellano para definir este fenómeno, con el “mientras tanto” se intenta expresar la conexión temporal y espacial al evento mediatizado en un contexto de actualidad e inmediatez del espectáculo. Esta característica ha sido descrita en los análisis de las retransmisiones en directo de eventos musicales, políticos o deportivos mundiales. En ellos se produce una emergente temporalidad moderna que depende de la simultaneidad entendida como transversalidad *crossmediática* de los acontecimientos coincidentes en el tiempo y medidos en el reloj y en el calendario (Anderson, 2006, p. 24).

sincronización se considera una característica propia y exclusiva de la lógica televisual, que se manifiesta especialmente en este tipo de oferta mediática de la ópera en el siglo XXI.

- Inmediatez cinematográfica y televisual

Otra de las cuestiones estéticas que han sido tratadas por los autores, tiene que ver con la inmediatez que siente el espectador al apreciar el espectáculo. Como se ha apuntado en el apartado del siglo XX, para algunos teóricos, las técnicas del doblaje de las voces y de la postproducción del audio en las óperas filmadas del pasado siglo, separaban al espectador de la obra al romper el principio de la corporalidad existente entre las actuaciones y las voces cantadas —un principio que confiere una total verosimilitud al evento narrado— (Tibbetts, 2004, p. 7). Ahora, a través del HD, las voces unidas a los cantantes que les dan vida, así como unas actuaciones más naturales, pueden proporcionar una inmediatez en el receptor que las películas del pasado siglo no conseguían ofrecer, de forma que el público pueda sentir la conexión emocional con la obra y con los demás públicos (Speed, 2012, p. 26). Así, la característica de inmediatez de la ópera en los cines, conecta con el sentido más cinematográfico, mediante el que el espectador puede apreciar una mayor verosimilitud de la diégesis representada, si compara estos productos operísticos con los ofrecidos por el cine durante el transcurso del siglo XX.

Por otro lado, la inmediatez que provoca este tipo de retransmisiones, también conecta con el significado televisual, al reforzar la conexión directa que se produce con el evento en directo. Los pequeños y, en algunos casos, divertidos errores del directo, potenciados ahora por el acto de la mediatización, ayudan a provocar en el espectador la inmediatez con la obra y al mismo tiempo con el momento actual en el que tiene lugar la representación (Anderson, 2011, p. 7). Por lo tanto, la característica de la inmediatez que provoca la mediatización audiovisual se cumple en el cine, tanto desde la perspectiva de la lógica televisual, como desde aquella más propiamente narrativa.

- Prevalece una lógica televisual en un medio cinematográfico

Por todo lo hasta aquí descrito, puede deducirse que la ópera, influida por los medios del cine y de la televisión, parece estar incorporando sin problemas las innovaciones tecnológicas propias del *HD* o el *3D* (Heyer, 2008).³⁰⁷ Sin embargo, esta u otras rápidas

³⁰⁷ Muy por delante de la danza, el teatro o los museos, la industria operística es pionera en incorporar la tecnología de última generación en el proceso de retransmisión y difusión del arte fuera de los escenarios

estandarizaciones tecnológicas que ha sabido protagonizar, contrastan con el lento ritmo de la ópera a la hora de adaptar artísticamente sus contenidos al medio más cinemático y propiamente narrativo que ha conocido, el cine.

Desde un punto de vista artístico, parece natural que la exhibición de la ópera en un medio como el cine presente plenas características de una lógica mediática cinemática. Sin embargo, como se ha ido tratando en este apartado, las propias circunstancias de grabación y el todavía existente deseo de conseguir el *werktreue* —fidelidad— con la obra original, heredado del siglo XX, pueden ser considerados factores que vienen favoreciendo la lógica mediática predominantemente televisiva de los productos operísticos audiovisuales, en detrimento de otras opciones más narrativas desde el punto de vista del lenguaje audiovisual.

Así, frente a dinámicas más cinemáticas, los teatros imponen técnicas de grabación y sistemas de producción que favorecen la experiencia del evento, la inmediatez, la transparencia y la presencia del espectáculo. Estas prácticas intentan satisfacer, sobre todo, las expectativas del tipo mayoritario de asistentes que, como se ha visto, hoy acude a la ópera en cines: amantes de la ópera, no necesariamente del cine.³⁰⁸ Por lo tanto, el público de ópera en el teatro y el de la ópera en cines no solo es el mismo, sino que, además, es “todavía aquél que paga las entradas caras en el teatro” y que se sigue mostrando reacio a las intrusiones cinematográficas que modifican su conexión con el directo, aunque en el proceso se pierda potencial narrativo (Ramírez 2011; Berini, 2011).

Algunos estudiosos del fenómeno han advertido cómo este hecho contribuye a frenar la aparición de formas de expresión innovadoras que vayan más allá de una grabación cercana al estilo documento y que, por ende, conecten con las propiedades del medio cinematográfico, permitiendo ofrecer una verdadera creación y diversificación de tipologías de productos audiovisuales, en este caso cinematográficamente narrativos (Morris, 2010, p. 99).

Se echa de menos, en definitiva, la recuperación en el siglo XXI de prácticas ya probadas en el terreno de la ópera filmada por realizadores con una marcada visión artística, como Jean

(Berini, 2011). Desde el año 2011 comienzan a ser frecuentes los títulos operísticos en salas de cine con tecnología 3D, como la *Carmen in 3D*, ofrecida este año por el Royal Opera House de Londres, la versión de *Die Zauberflöte* de The Moores Opera Center, de la Universidad de Houston, o el *Siegfried* en 3D realizado por el Met en la pasada temporada de 2012.

³⁰⁸ A pesar de que, como se ha descrito al comienzo de este capítulo, se han introducido innovaciones en la línea de la lógica cinemática, la ópera en cines está quedando reservada a un público más operófilo que mediático, para el que la realización audiovisual ha devenido en una práctica más cercana a “la visión televisada del evento” que a una ópera filmada conforme a criterios cinematográficos (Heyer, 2008, p. 600).

Pierre Ponelle o Bárbara Willis Sweete, que favorezcan un discurso auténticamente cinematográfico. Citamos a vuelapluma el uso más natural de maquillaje y escenografía, a fin de reducir el artificio de los primeros planos; los ángulos de visión que favorezcan la posición privilegiada del espectador audiovisual, no teatral; o incluso las analogías entre ambos lenguajes, como el uso del zoom en los crescendos o disminuendos musicales.

Aunque algunas de estas prácticas ya se han ido estandarizando en el negocio de la ópera en los cines, no cabe duda de que hoy son todavía poco frecuentes los productos que, dentro de la nueva dramaturgia institucional del negocio, incorporan estas innovaciones. Por eso destacan muy positivamente ejemplos como la retransmisión de la obra de Giacomo Puccini *Madama Butterfly* que Anthony Minghella dirigió desde el Met en 2008. Según la crítica especializada, en el trabajo del director se reconocieron notables elementos cinematográficos. En la producción se destacaron características cinematográficas como el uso específicamente intencionado de los colores y las luces —un uso simbólico ligado a la semiología cinematográfica—, los recursos escénicos minimalistas, el empleo de flashbacks narrativos, la construcción de la fantasía con imágenes proyectadas para reconstruir momentos narrativos de la producción, el empleo estilizado del movimiento de los actores y de los bailarines, la manipulación de la perspectiva gracias al uso de espejos, el empleo de ángulos de cámara que captan momentos a vista de pájaro o, finalmente, un extendido momento de silencio que invitaba a la audiencia a fijarse en los aspectos visuales en un momento determinado de la producción, por encima de la cualidad musical de la representación³⁰⁹. Como en este ejemplo, la carencia de sets y su sustitución por el empleo de pantallas deslizantes constituyen caminos para concebir una escenografía igualmente válida tanto para la audiencia del teatro, como para la audiencia de los cines, ya que posibilita el empleo de técnicas plenamente cinematográficas (Speed, 2012, p. 60). Otro de los ejemplos que merece una especial mención es la sugerente coproducción de *I Puritani* realizada en 2009 por el Teatro Comunale di Bologna —Decca, 2009— y retransmitida en los cines, en la que el lenguaje videográfico se integraba en la filmación y ofrecía al espectador ángulos de visión desde dentro del escenario, de tal manera que la cámara en ocasiones adoptaba la perspectiva subjetiva propia de un personaje de la obra.

Si bien el público operístico ya fidelizado es reticente al giro audiovisual, no son pocos los teóricos y profesionales que, conscientes de que, en realidad, la propia grabación ya cambia a la obra de arte cuando modifica *el lugar en el que tiene lugar* (Benjamin, 2005, pp. 105- 126),

³⁰⁹ Según afirma Benjamin Speed, este tipo de prácticas son tan poco comunes que el Met advirtió a los cines donde se proyectó la producción que el silencio tenía una finalidad estética y no se trataba de un error técnico de la representación (Speed, 2012, p. 60).

abogan sin reparos por la generación —quizás al margen del negocio del *Live in HD*— de productos audiovisuales que innoven y optimicen la filmación de la obra operística, entre otros motivos porque piensan que esa es la mejor vía para atraer a aquellos públicos que poseen intereses más cinematográficos (Morris, 2010; Esse, 2010; Senici, 2010).

Según lo visto en este apartado, estamos aún lejos de poder afirmar que la ópera en los cines vaya a dar lugar a una *ópera de cine*, es decir, a una ópera que responda más plenamente a una lógica narrativa, en la línea de lo que las relaciones del siglo XX con el propio medio consiguieron, a partir de ofertas como el film ópera o la ópera filmada. El Met ha dado los primeros pasos en la construcción de una relación cinematográfica sólida, pero, para que llegue a generar una auténtica diversificación de productos cinematográficos innovadores, ha de incluir todavía muchos elementos propios del arte audiovisual, y priorizar la calidad narrativa de sus contenidos, por encima de su calidad técnica. Profesionales, estudiosos y los numerosos públicos mediáticos parecen estar a la espera de una mejor fusión semántica de la ópera y del cine, complementaria a lo que actualmente ofrece el negocio de la ópera en los cines que, como se ha descrito en este apartado, constituye un evento artístico único en el que se reconocen plenas características de la mediatización audiovisual —algunas, incluso, son exclusivas del fenómeno—.

Al salir de los teatros y descentralizarse, la ópera en los cines atrae a más públicos hacia sí, al tiempo que recibe el espacio y la infraestructura necesarios para satisfacer nuevos gustos no necesariamente operófilos. Su presencia y oferta continuada en las salas de exhibición debería favorecer la atracción de nuevas audiencias y, con el tiempo, la paulatina educación en la ópera de sus gustos y expectativas (Vladica & Davis, 2013, p. 1). Se abriría la puerta entonces a la demanda de una mayor oferta de productos audiovisuales que no fueran sucedáneos del espectáculo en vivo, sino nacidos directamente como mundo operístico audiovisual de referencia en un medio que exige legítimamente formas narrativas y que no es incompatible con las televisuales.

3.2.5. Conclusiones.

En las relaciones que tradicionalmente ha establecido el arte de la ópera con el cine, hoy conviven dos fenómenos artísticos. Por un lado, debido a la tendencia que en los últimos años se ha recuperado, aunque de manera escasa, no ha cesado la creación de óperas filmadas que pueden consumirse en los cines de Europa y Estados Unidos y que presentan

una distribución claramente más minoritaria que en el siglo pasado. Por otro lado, en los últimos cinco años se ha consolidado el consumo de la ópera en las salas de cine, fenómeno que ha constituido el centro de atención de este capítulo, dada la relevancia que presenta como nuevo acto de mediatización.

Para muchos autores, el negocio constituye un ritual digital consolidado, que consuma las prácticas de las tradicionales transmisiones de televisión y de radio presentes de manera intermitente en la historia mediática de la ópera (Speed, 2012, p. 121). La tecnología de la retransmisión no predetermina la dirección social que adoptará, en el futuro, este tipo de eventos mediáticos, ni tampoco asegura una evolución artística del propio género musical, pero sí determina la forma en que la tecnología es entendida y usada por los públicos y, como se ha descrito, este fenómeno genera unas consecuencias sociológicas significativas (Speed, 2012, pp. 121-122). La experiencia de la ópera en los cines constituye así una realidad mediática nueva y diferente. Se consume en forma de ritual, a pesar de considerar que no se trata del espectáculo original aunque quede vinculado intrínsecamente al mismo.

Parece que los factores más importantes que conducen a los públicos a asistir a la ópera en los cines es el amor a la música, pero, sobre todo, la posibilidad de apreciar un espectáculo que se presenta como ópera al mismo tiempo que como un evento mediático en comunidad, que los espectadores pueden disfrutar en persona, sin verse afectados por condicionantes como el precio o el desplazamiento físico (Speed, 2012, p. 124). Para algunos autores, la nueva aventura de la ópera en el cine comenzó con ideales nobles de democratización de un arte elitista. Esta idea, con los años, se ha concretado en una serie de consecuencias sociales que tienen lugar en los espacios vividos del mundo cotidiano de los públicos (Shaw, 2008, p. 115; Speed, 2012, p. 120). El problema llega cuando las retransmisiones en HD para los cines, sitúan a los individuos y a las clases sociales en espacios que no se entienden estrictamente como ópera ni tampoco como cine. El nuevo consumo de ópera que ha generado el negocio sitúa a los públicos en un estado post-moderno entre las pantallas (Vanderveeken, 2011, pp. 245- 257).³¹⁰

Por ello, resulta del todo conveniente que la ópera estudie vías de conocimiento de las lógicas que más afectan a la percepción de los públicos. En ese sentido, desde el punto de vista estético, la retransmisión vía satélite permite construir una estructura sobre la propia estructura de la ópera en el teatro, que organiza la percepción alrededor del antes, el

³¹⁰ Todavía hoy no queda claro si la ópera en los cines puede definirse como una nueva forma de asistencia a la ópera o de asistencia a los cines. Quizás es necesario, según los autores, establecer una doble vinculación entre las demandas epistemológicas y estéticas de esta práctica (Speed, 2012, p. 122).

durante y el después de la representación capaz de crear la totalidad de “otra realidad” hecha posible fundamentalmente gracias a la tecnología (Dayan & Katz, 1992, p. 108). Esta doble estructura hace posible la natural adaptación de una lógica televisual. Los estudios más recientes denominan el fenómeno como un evento mediático en el que hay que considerar, con la misma importancia, cuestiones como la tradición, el ritual y las modalidades de consumo, así como el sentimiento de comunidad compartida que experimentan los públicos (Speed, 2012, p. 129). Todos estos elementos ayudarán a despejar la pregunta todavía no resuelta sobre si este tipo de oferta mediática, en la práctica, está preparada para atraer y fidelizar a las audiencias más jóvenes.

Por otro lado, el predominio cada vez mayor del espectáculo visual, así como el aumento de la incorporación de efectos cinematográficos que los públicos aprecian en la ópera, puede producir en el futuro que estos esperen de las retransmisiones, un empleo de más convenciones, innovaciones y estéticas dibujadas desde el mundo del cine. De tal modo que los compositores de ópera y los productores teatrales tendrán que tener estas convenciones cinematográficas en cuenta con el fin de implementar la producción artística (Vladica & Davis, 2013, p. 16). La ópera en cines podría estar abriendo así la puerta a la creación de una amplia oferta de productos audiovisuales que ya no serían sucedáneos del espectáculo en vivo, sino que nacerían siendo ellos mismos un mundo operístico audiovisual de referencia.

No obstante, lo único que, por el momento, puede afirmarse con certeza es que la ópera en vivo emitida vía satélite para los cines, representa un primer paso hacia la descentralización, provocando una mayor integración de este arte en la vida cotidiana de los consumidores. Al lograrse una cierta “extensión natural entre la sala del teatro y la del cine”, ya no es necesario acudir a una ciudad operísticamente substantiva para disfrutar de las grandes estrellas líricas (Herrscher, 2009: 24; cfr. Ramírez 2011). Ahora es posible hacerlo a bajo precio y con alta calidad tecnológica.³¹¹ Quizás esta ventaja, desde un punto de vista mediático, provoca dudas en la producción operística. La industria artística todavía desconoce las razones que mueven a los públicos a asistir al teatro presencial. Si la ópera en cines se constituye como una alternativa más barata, accesible y mediática al arte, los agentes artísticos podrían temer que el producto pueda erigirse como sustituto de la obra original. Al mismo tiempo, algunos críticos temen que en este proceso, el arte de la ópera se vea afectado por la centralización industrial que necesita el nuevo negocio en los cines.

³¹¹La perfección tecnológica constituye una ventaja para el público asistente, pero, al menos por el momento, también es un elemento económico condicionante en la oferta de las exhibidoras (cfr. Herrscher, 2009: 25).

Una idea que, para investigaciones futuras, se considera necesario apuntar al hilo de este discurso, es la personalidad corporativa que está detrás de todas estas iniciativas mediáticas que está liderando la ópera. En todos los estudios sobre el tema puede advertirse entre líneas, cómo la identidad de los teatros, —en este caso el poderoso Metropolitan Opera House de Nueva York—, es un elemento que parece influir en la concepción artística de la experiencia masiva en los cines, así como en la conexión aspiracional y afectiva con el arte. Podría resultar muy interesante, estudiar en qué medida este tipo de retransmisiones puede constituir para los propios agentes operísticos una plataforma de creación de marca global y aumentar con ello su presencia comercial.

LA ÓPERA EN LA TELEVISIÓN DIGITAL

3.3.1. Introducción.

En la última década, la televisión ha experimentado más cambios significativos que en toda su historia como medio de comunicación de masas. El rápido desarrollo tecnológico y la liberación del sector, han ocasionado una trayectoria similar en la mayor parte de los países europeos. A medida que la televisión, como medio de comunicación, ha ido configurando una industria propia y un mercado competitivo, se ha profundizado en su estudio económico, como un medio que sigue, todavía hoy, en continua evolución (Herrero, 2000, p. 5).³¹²

En el siglo XXI, a pesar de haber sufrido tales significativas modificaciones relacionadas con su producción y su consumo, la televisión sigue constituyendo el medio de comunicación de masas más extendido e integrado en la vida diaria de los consumidores (Arrojo, 2008, p. 6). La televisión utilizada, además de como dispositivo, como medio difusor de los contenidos, facilita significativamente la accesibilidad de los públicos a los temas artísticos y culturales, en los que quedan inscritos la ópera o el teatro. De acuerdo con García Avilés, es precisamente la accesibilidad el factor más importante a tener en cuenta al pensar en el usuario (2009, p. 110). Gracias a esta característica, en la nueva era digital, el medio se ha presentado como la puerta de acceso potencial a la universalización de los bienes y servicios (Bustamante, 2003, p. 167). Asimismo, las categorías mediáticas que han definido a la televisión y que hoy le son propias, tales como la reproducción de la actualidad, la inmediatez, o la transparencia, siguen facilitando la existencia de óperas televisadas en este medio de masas (Barnes, 2003). Por su enorme implantación social, su pujanza económica y la expansión conseguida —como ya se ha comentado en el anterior capítulo—, la industria operística, que había mostrado interés por la televisión durante todo el siglo XX, explora hoy difundir sus contenidos en las nuevas alternativas que le ofrece la nueva versión del medio, digitalmente actualizado. Pero, como los propios agentes mediáticos de la televisión, en este proceso, la ópera también se ve afectada por la incertidumbre generada en el nuevo medio, debido a factores como la evolución tecnológica, la evolución de los hábitos de consumo mediático —como las condiciones medioambientales de la apreciación del arte—, la demanda de los mercados interactivos o el traspaso definitivo a la red (Turnock, 2007, pp. 206- 207; Ross, 2008, pp. 1-30).

³¹² La oferta multicanal de las plataformas de televisión, el desarrollo de los sistemas de distribución, y la aplicación de la tecnología digital, dibujan un paisaje muy diferente del que existía en Europa hace unos años. La creación de conglomerados mundiales en los que la televisión se ha convertido en el centro del negocio, la concentración de la propiedad, y los problemas de monopolio, constituyen ya temas recurrentes en la industria del medio actual (Herrero, 2000, p. 5).

En los últimos años, la programación cultural en abierto de contenidos artísticos, aunque minoritaria, ha sido constante, entre otros motivos por la responsabilidad social del medio (Herrero, 2000, p. 11; Medina & Ojer, 2009). Debe señalarse, no obstante, que el valor de la televisión como difusor cultural ha perdido peso. En el ámbito concreto de la ópera, este tipo de emisiones artísticas ha ido cediendo terreno a otros contenidos culturales como pueden ser la música moderna o el teatro. De acuerdo con Roger Alier, las reposiciones que normalmente se hacían en canales generalistas de grabaciones operísticas desde los teatros en muchos países europeos como Italia y España, ayudaban a difundir un material cultural de gran importancia (2008, p. 53). Asimismo, las programaciones culturales que durante décadas han mantenido cadenas europeas como la *NBC* norteamericana, la *BBC* británica, o *ZDF* y *ADR* alemanas, han ido perdiéndose por la falta de audiencia y de interés social que genera este tipo de contenidos culturales, cuyo aprendizaje previo condiciona la asiduidad del consumo (Morris, 2010, p. 98). La ausencia actual de estas retransmisiones limita, así, la presencia pública de los contenidos propios de las artes clásicas —como la ópera o el teatro—, obligándoles así a pensar nuevas estrategias comunicativas (Alier, 2008, p. 53).

Varios parecen constituir los motivos que han llevado a la televisión a renunciar a los contenidos operísticos en sus programaciones generalistas. La mayor parte de ellos tienen que ver con factores económicos, comerciales y, en última instancia, estéticos. Por un lado, desde un punto de vista económico, a pesar de que la ópera en televisión ha protagonizado una historia, aunque difícil, constante y en determinados países exitosa —si se atiende a las obras que de forma exclusiva ha aportado el sistema de producción del medio en Gran Bretaña o Estados Unidos—, debido a sus economías de escala y alcance, así como a su financiación, hoy parece que a la industria no le compensa invertir en productos artísticos demasiado caros para la audiencia tan minoritaria y especializada a la que van dirigidos (Picard, 1989, p. 62; Morris, 2010, p. 98). De hecho, la mayor parte de las cadenas generalistas que destinan parte de sus programaciones a determinados contenidos culturales, actúan como intermediarias, emisoras de producciones subcontratadas o compradas.

Por otro lado, en términos estéticos, algunos autores han justificado gran parte de este consumo minoritario de la ópera en el medio televisivo contemporáneo, en la estética hiperrealista que adquirieron las producciones en el último cuarto del siglo XX. Como se ha visto en el estado de la cuestión, el medio tradicionalmente ha sido más asociado al estilo realista, transparente y objetivo (Barnes, 2003, pp. 99-100). A finales del pasado siglo,

algunos autores estéticos argumentaron que la única forma de poder mantener el género operístico en medios como el cine o la televisión era aboliendo cualquier intención de realismo en la concepción de la obra (Kennicott, 2007; Esse, 2010, p. 82).

Por lo tanto, la televisión ha ido relegando los contenidos de ópera a llenar espacios temporales poco demandados en cadenas generalistas, o a nutrir canales específicamente culturales, precediendo su inevitable paso a la oferta segmentada, multicanal y de pago (Wolf, 1999).³¹³ De acuerdo con esta idea, se considera relevante expresar, a modo de ejemplo, el caso de la televisión española en abierto. A comienzos del siglo XXI, las cadenas generalistas *Antena3*, *Telecino* y *Televisión Española*, destinaban entre el 0,1 y el 1,7% de su programación a contenidos musicales generales. Ese inexistente porcentaje todavía es menor si se atiende a la oferta concreta de la ópera (Herrero, 2000, p. 62).

3.3.2. Televisión digital de pago y la oferta segmentada.

En la última década, las programaciones de ópera tanto en los países europeos, como en Estados Unidos, se han ido concentrando en canales temáticos exclusivamente culturales o musicales, así como en canales propiamente educativos (Morris, 2010, pp. 98, 116). Normalmente este tipo de oferta cultural no es en abierto, sino que exige por parte de los públicos una suscripción económica a los paquetes de contenidos (Herrero, 2000, pp. 7-24). Como ejemplo se cita el canal *PBS* de Estados Unidos, el canal franco-germano *Arte*, así como la oferta que Alemania, Austria y Suiza generan a través de *3Sat*. Por su parte, la cadena *BBC* británica ofrece actualmente ocasionales representaciones de ópera a través de su canal temático de documentales sobre arte y cultura *BBC* (Morris, 2010, pp. 98, 116).

Desde que se dieran en Estados Unidos y en Francia los primeros experimentos de canales en régimen de suscripción y pago directo por los usuarios, mediante el *Home Box Office* —*HBO*— lanzado por la compañía *Time Inc.* en los años 80 del pasado siglo, la televisión de pago ha evolucionado hacia ofertas completas y complejas (Herrero, 2000, pp. 5, 37). El modelo de financiación de pago ha sido considerado una forma de transición hacia nuevos productos y hacia nuevas relaciones mediáticas que ofrecen mayor calidad y mayor libertad al suscriptor.

³¹³ Algunos autores afirman que, junto a la propia segmentación televisiva y a las innovaciones tecnológicas que se están produciendo en el medio, es razonable también pensar que se esté llevando a cabo una clara fragmentación de la audiencia generada por la creciente especialización y multiplicación de canales. Así, el acto de ver la televisión, puede dejar de ser una acción de grupo, para convertirse en un acto más individual, de cada persona frente a una pantalla (Arrojo, 2008, p. 7).

Así, la oferta de los canales de pago actuales parece generar un nicho de mercado todavía minoritario pero constante, el de la ópera televisada. En los últimos años han cobrado fuerza iniciativas y servicios de oferta de ópera a la carta como *Sky Arts* en Gran Bretaña o *Unitel Classica* en Alemania. Estos canales, gracias al sistema de pago por paquete de contenidos, han expandido sus negocios a nivel internacional.³¹⁴

3.3.2.1. Oferta temática digital.

La televisión digital permite consumir la ópera en alta calidad, sin los desplazamientos físicos o temporales que debe emprender el público en el caso del DVD o los cines. La televisión le permite al espectador, además, disfrutar de los tan comunes extras, productos terciarios destinados a fidelizar y a educar a la audiencia. Tanto es así, que en los últimos años se han desarrollado importantes proyectos destinados a satisfacer los gustos de este exigente público minoritario, como podrá expresarse más adelante. Generalmente la ópera se ofrece por paquetes temáticos dentro de ofertas culturales más amplias, que dificultan conocer con mayor exactitud el perfil de los públicos destinatarios del arte. Sin embargo, en términos generales, se conoce que el perfil sociológico que parecen presentar los abonados a las plataformas digitales en países europeos como España o Francia, es el de personas de entre 25 y 55 años de edad, acostumbrados a las nuevas tecnologías y al uso del ordenador, habitantes de ciudades de media y gran extensión (Arrojo, 2008, p. 78).

Para estos públicos, el arte ha ido colaborando con el medio para ofrecer contenidos cada vez más completos e internacionalizados. Se describirá, como ejemplo, el caso de la cadena francesa Mezzo, que desde 1996, se ha mostrado como una referencia internacional de música clásica, *jazz* o ballet en televisión. En 2013, la cadena ha retransmitido para más de 44 países, llegando a una comunidad virtual de 18 millones de suscriptores que ahora pueden disfrutar de una doble oferta de contenidos diversificada por la propia cadena: ha

³¹⁴ De forma significativa se aportan algunos datos en relación al consumo musical que en el siglo XXI se ha realizado en España: la información ofrecida por María José Arrojo en su estudio *La Configuración de la Televisión Interactiva: de las plataformas digitales a la TDT*, publicado en 2008, en el que se analizaba el servicio y el consumo de la televisión de pago digital en el terreno nacional de los canales internacionalizados Vía Digital y Canal Satélite Digital. Según el estudio, en el año 2001, de los 77 canales temáticos que conformaban la oferta de contenidos de estos servicios, uno de cada siete era un canal temático musical. En cierto sentido, este dato no puede considerarse una novedad, pues como se ha visto, desde el mismo nacimiento de la televisión, los programas musicales se han reconocido como una pieza fundamental a la hora de diseñar la oferta de entretenimiento. Ambas plataformas digitales incluían canales especializados en música. La diferenciación entre los dos se daba en relación al estilo musical que ofertaban, así como a la edad del público al que iban destinados. De los dos, Vía Digital era la plataforma que, de forma competitiva, hacía una clara apuesta por el contenido clásico: tenía ocho canales dedicados única y exclusivamente a la música, con una atención especial a géneros de música culta como la instrumental, los conciertos líricos o las óperas (Arrojo, 2008, pp. 118, 119).

cerrado un canal general dedicado a los artistas y al repertorio, y otro canal exclusivo en HD, para retransmitir los estrenos de los teatros. La cadena manifiesta el deseo de aumentar la producción de contenidos, así como la necesidad de colaborar con festivales y grandes teatros para llevar las mejores representaciones de ópera hasta el consumidor final.³¹⁵ Igual que sucede con Mezzo, con la estandarización del HD, la mayoría de las cadenas subdividen su oferta en canales segmentados por calidad de imagen y, también, por retransmitir espectáculos en vivo.³¹⁶ Sin embargo, pensando en la gratificación del usuario final, pocas de estas cadenas han explorado las posibilidades mediáticas que esta doble oferta puede esconder, en relación a un espectáculo artístico cuya preparación, como se ha visto en la ópera en los cines, puede mostrarse atractiva y concebirse como parte de la economía del propio espectáculo. Lo que también parece claro, es que todas estas iniciativas televisivas actúan como canales diseminadores de la oferta cultural, pero de forma muy puntual invierten recursos en desarrollar contenidos operísticos.

Desde un punto de vista comercial, la televisión digital de pago compite con la todavía existente oferta temática en abierto, pero el cliente que consume ópera de momento se sitúa en la reducida y cara *gama alta* de la programación (Bustamante, 2003, p. 188). Con la llegada de estos canales de pago, los contenidos operísticos han encontrado una vía de acceso al consumidor fidelizado, pero también ofrecen el acercamiento a un público culturalmente activo, cada vez más joven y diversificado.³¹⁷ En atención a estos públicos, hoy la ópera de pago en la televisión no solo compite con la programación en abierto, sino que debe hacer frente a la canibalización que su propia oferta artística provoca en el nuevo entorno de Internet. Intentando conectar con públicos interactivos, los agentes operísticos son los que han desarrollado alternativas de negocio en torno a la nueva *televisión inteligente* que hoy posibilita la Red.

³¹⁵ Consultar su manifiesto en la web oficial. Recuperado el x del x de 200x, de <http://www.mezzo.tv/en/mezzo-en>.

³¹⁶ En el caso de la cadena mezzo, por ejemplo, junto a su canal convencional y la doble oferta gracias al estreno en 2010 de *Mezzo liveHD*, pese a lo que pueda indicar su nombre, la realidad muestra que la oferta del vivo continua siendo proporcionalmente minoritaria. El nuevo canal ofrece únicamente 2 directos al mes del total de su programación. Recuperado el 10 de noviembre de 2013, de <http://www.mezzo.tv/en/mezzo-en>.

³¹⁷ Puede consultarse el manifiesto de los canales más conocidos como Unitel Classica. Recuperado de http://www.unitelclassica.es/cadena/unitel_spain.php o Mezzo: <http://www.mezzo.tv/mezzo>.

3.3.3. Alternativas de negocio en la red.

La televisión en Internet —en España conocida como *interactiva* o *inteligente* (Bustamante, 2003; Arrojo, 2008, pp. 6-7; Ross, 2008) constituye el medio convergente, multimediático, integrado y digital por definición, al unificar la televisión, las telecomunicaciones, Internet, así como algunas aplicaciones propias del ordenador y los juegos, entre otros elementos. Hoy en día todavía no existe un acuerdo para la definición de este nuevo medio, comúnmente denominado con terminologías como *web TV*, *IPTV*, *enhanced TV*, *personal TV*, e *interactive TV*, entre otros ejemplos (Noam, Goebel & Gerbarg, 2004, p. xxi).

Lo que sí parece comúnmente aceptado es que la transposición de la televisión al ciberespacio tiene repercusiones narrativas claves, en términos de producción y de comercialización (Noam, Groebel & Gerbarg, 2004, p. xxi). Por un lado, las nuevas posibilidades tecnológicas no se limitan a ampliar y complementar la oferta de productos y servicios que ya ofrece el medio audiovisual analógico, como ocurría en la oferta multicanal de la televisión de pago. La aplicación de la tecnología digital y la convergencia mediática propuesta, inciden también en los programas culturales, a los que ahora se les puede aplicar la interactividad con la consiguiente utilización de la narrativa no lineal, que permite al espectador, por primera vez en un medio analógico, controlar el contenido de ciertos programas. Así, de la libertad de elección en el tipo de contrato de pago directo —*pay per view*, por paquetes... etc.—, se pasa a la libertad de configuración de los propios contenidos (Herrero, 2000, p. 167).

Por otro lado, las retransmisiones tradicionales de televisión tenían valores de producción relativamente altos, una elección limitada del consumidor, así como una emisión del tipo “uno hacia muchos” —*one-to-many*—. En contraposición a estas ideas, el servicio de Internet, en términos generales, tiene costes de producción muy bajos, ofrece una amplia capacidad de elección al consumidor, así como la constitución de una comunicación tanto interpersonal —*one-to-one*—, como unidireccional, de uno hacia muchos (Katz, 2004, p. 31). Para la mayoría de los autores contemporáneos, entre las ventajas tecnológicas que presenta el salto de la televisión a Internet, se encuentran la creciente habilidad para procesar el *feedback* de los usuarios —característica que no ofrece la televisión digital de pago—, la significativa capacidad de incrementar la distribución efectiva y a bajo coste de los contenidos, o el creciente poder que ejercen los espectadores sobre las programaciones de la ópera —dueños ahora del control de los contenidos— (Katz, 2004, pp. 32-60). Otros autores han destacado la definitiva separación que se produce entre las aplicaciones y el

transporte de los contenidos, así como entre los contenidos y el soporte. Así, se ha defendido que existe una ventaja relacionada con la naturaleza inmaterial que presentan los contenidos culturales en este formato televisivo. Un DVD o un vídeo de ópera conceden necesariamente importancia a los elementos materiales que configuran el soporte, pues éstos forman parte del producto mismo. De este modo, el formato, el color, o el tipo de carátula, se convierten en factores que contribuyen a la calidad de la apreciación de la obra por parte del espectador —dicha estética formal, incluso, permite identificar el tipo de contenidos—. También los productos televisivos poseen unos elementos materiales que los definen. Sin embargo, la diferencia principal radica en la naturaleza intangible de dichos elementos, y en su independencia respecto del soporte físico (Herrero, 2000, p. 10).

Asimismo, otros autores valoran de la televisión interactiva, elementos como la paulatina incorporación de valores añadidos, informaciones adicionales que permiten al usuario interactuar con la obra desde el propio mando, la otorgación al medio de usos no específicamente comunicativos, como los que ofrece el *t-commerce* o la información administrativa (Arrojo, 2008, p. 7). Todas estas ventajas mediáticas frente a las opciones que presenta la televisión de pago, han movido a los canales distribuidores y a la industria de la ópera a desarrollar iniciativas de oferta televisiva, no en Internet, sino a través de la Red. Este fenómeno significa que la ópera se ha seguido consumiendo a través del medio ubicuo y analógico de la televisión, pero el canal de distribución de los contenidos a partir del que se distribuye ahora la oferta, es online.

3.3.3.1. Televisión interactiva.

La televisión interactiva manifiesta ventajas competitivas frente al medio analógico: supera la limitación espacial eliminando esta característica como un condicionante al acceso, ya que se vuelve ubicua y, al mismo tiempo, puede fragmentarse temporalmente (Díaz, 2007, p. 491).³¹⁸ De este modo, al ciberespacio puede traspasarse una programación completa de televisión convencional. Por lo tanto, como cualquier contenido cultural, la ópera podría volverse accesible desde cualquier punto del globo donde exista una conexión a la Red. Desde el punto de vista temporal, la televisión interactiva también ofrece la posibilidad de

³¹⁸ La televisión interactiva puede usar el protocolo internet (IPTV), el sistema *streaming* o el sistema P2P, entre otras aplicaciones novedosas que se combinan con los tradicionales sistemas de televisión de pago por cable o satélite. Todos los dispositivos de emplean para proporcionar contenidos en directo o bien en diferido para los consumos más personalistas (Díaz, 2009, p. 66).

realizar un acceso doble a los contenidos operísticos: de un modo sincrónico y, al mismo tiempo, asincrónico (Noam, Groebel & Gerbarg, 2004, p. xxi; Díaz, 2009, pp. 65- 66).³¹⁹

Aunque los operadores de telecomunicaciones parecían haber encontrado un nuevo filón con este nuevo medio —con su triple oferta de acceso a Internet, teléfono y un paquete de canales de televisión—, la industria del sector apenas ha invertido recursos en la creación de programaciones culturales para el medio (Bustamante, 2009, p. 29). De hecho, una de las características del nuevo medio en la Red la constituye, que una gran proporción de contenidos televisivos a nivel mundial están en manos de grandes multinacionales o productoras internacionales que poseen los derechos de los programas y que, posteriormente, los van ofertando en cada uno de los territorios (Arrojo, 2008, p. 7). En el caso de la ópera, las cadenas recurren tanto a los propios teatros, a intermediarios especializados en artes clásicas, como también a los sellos discográficos internacionales.

Desde el punto de vista del usuario, una de las características definitorias de la televisión interactiva es, precisamente, una mayor individualización del consumo mediático. Cuanto más interactiva se vuelve la pantalla, más posibilidades ofrece al usuario individual de visualizar contenidos a su gusto, así como de conferir al medio usos activos como hacer la compra o realizar transacciones bancarias (Meier, 2003, pp. 337-365).

Por otro lado, algunos autores han matizado las circunstancias en las que se produce dicha interactividad, en relación al propio medio de Internet. Para que se produzca interactividad real, el espectador ha de involucrarse activamente en la elaboración del producto que consume —proceso que no suele suceder en las acciones anteriormente descritas—. En cambio, lo que puede afirmarse con claridad es que la televisión interactiva fomenta la relación hombre-máquina (Machado, 2000; Arrojo, 2008, pp. 41-42).

3.3.3.2. Televisión móvil.

Otra de las iniciativas que existen en la actualidad gracias a Internet, pero que todavía no parece haber encontrado la infraestructura comercial necesaria para asentarse como negocio global, es la *televisión móvil*. Aunque ha despertado grandes expectativas, las limitaciones de la pantalla, la encrucijada entre el uso de la telefonía 3G y los sistemas de broadcasting DVB-H sobre los que no parece existir acuerdo entre sus promotores, así como la necesidad de la creación de patrones narrativos y formatos específicos al uso, han

³¹⁹ En el acceso sincrónico, se visiona la programación operística en la misma secuencia temporal establecida por la discográfica o la cadena privada (modo *push*). En el acceso asincrónico se descarga un programa o fragmento (modo *pull*) (Díaz, 2009, p. 66).

hecho subordinar este tipo de servicio a otras opciones ya vistas, como la televisión a la carta a través de Internet (Aguado & Martínez, 2008, p. 201; Díaz, 2009, p. 66). Todo apunta a que el futuro de esta iniciativa dependerá muy directamente de la estandarización en el mercado de servicios como las *tablets* o los teléfonos inteligentes.

3.3.4. Análisis mediático.

Los estudios generales que ahondan en el análisis de la oferta cultural del nuevo medio televisivo, parten del dominio que ha ejercido en la sociedad, la televisión como fenómeno de comunicación de masas. Por ello, en el siglo XXI no puede entenderse como un simple elemento de nuestro medio ambiente visual, sino que deben estudiarse las características medioambientales del propio medio (Esse, 2010, p. 90).

En la línea de las últimas corrientes sobre la mediatización, las teorías más recientes coinciden en reivindicar la recuperación de las formas operísticas más propiamente televisivas que, durante el siglo XX se asentaron en el consumo cultural y que hoy se han perdido completamente. Con la trayectoria que ha desarrollado la ópera en el medio televisivo desde los años 60 y la experiencia desarrollada de la ópera en otros medios audiovisuales, la televisión está en disposición de recuperar su propia *medialidad*, de forma lo suficientemente autónoma como para abolir la derivada transparencia que parece haber querido practicar el medio en el siglo XX (McAuley, 1994, pp. 183-194; Melzer, 1995, p. 150).

Respetando las tradicionales prácticas televisivas, muchos autores reconocen cómo el medio ahora tiene la capacidad de potenciar al máximo la lógica televisual. También, gracias a las nuevas posibilidades que ofrece Internet, podría encontrar modelos complementarios de desarrollar discursos más narrativos ya que, como se ha visto, esta característica también la presenta el medio de la televisión y le sirve para ofrecer contenidos naturalmente audiovisuales como la ópera (Morris, 2010, p. 97).

Ciertamente, la televisión ha construido una historia en la que ha enfatizado su propia mediación en favor del realismo estético, manifestado a partir del estilo *documento*. Como se ha visto en el capítulo del siglo XX, aunque el medio adoptó gran parte de sus modos de representación institucional del teatro —un estilo que enlaza en nuestros días con el género de comedia de situación televisiva, *sitcom*—, transformó las técnicas teatrales en su propia gramática con sus propios fines (Barnes, 2003). Algunos autores reivindican en esta evolución que la televisión, un medio basado principalmente en los géneros dramáticos

heredados del teatro, pero capaz de asimilar sus propias prácticas mediáticas en su proceso de remediación, no encuentre hoy el modo de generar una oferta operística distintiva y exclusiva para el nuevo medio actualizado (Morris, 2010, p. 98). Los autores mediáticos reivindican, en definitiva, la potenciación de la lógica televisual que le es propia al medio, como herramienta de diversificación de los contenidos culturales.

Como se ha visto, el medio televisivo, en su concepción más ontológica, es capaz de establecer relaciones con el espectador en términos de absorción, inmediatez, urgencia, afecto y actualidad, entre otros elementos (Feuer, 1982, pp. 12-22; White, 2004, pp. 75-92). En los últimos años, se han realizado exitosos experimentos en algunas de las actuales cadenas de pago para conectar con el espectador operístico sin perder algunas de estas características que han distinguido al medio televisivo. Se expondrán a continuación algunos de los más representativos, con el fin de ilustrar las pioneras medidas que se han llevado a cabo en el medio para potenciar la lógica televisual que le caracteriza.

Cristopher Morris explica, por ejemplo, el caso de la sincrónica retransmisión que en 2009 llevó a cabo la cadena *Sky Arts* en varios de sus canales de pago (2010, p. 103). De forma simultánea se retransmitió la ópera *La Bohème* de Giacomo Puccini, producción realizada por English National Opera —ENO— y dirigida por Jonathan Miller, en el canal de HD de la cadena y en el canal de definición estándar. El canal restante de la cadena se destinó a retransmitir, en tiempo real, un ininterrumpido programa sobre el *backstage* de la producción en directo.

Los espectadores eran invitados o bien a ver la representación en directo, o bien a alternar entre el *backstage* y la ópera, cambiando de canal. Según Morris, aunque la representación se trataba de un tipo de grabación convencional en la cadena —con una estética no demasiado innovadora—, y el *backstage* estaba planteado en la línea de los programas tipo *reality* de televisión —parecía previamente coreografiado—, la emisión provocaba un gancho y una significativa atracción debido, en su mayor parte, a la mezcla entre la muestra del producto y su mano de obra que se conseguía gracias a la emisión simultánea de dos canales que mostraban distintas perspectivas del evento mediatizado (2010, p. 103).

Según el autor, la atracción que podía suponer esta combinación de contenidos derivados del mismo espectáculo tenía algo que ver con el contraste que un espectador siente entre el escenario y el “detrás del escenario”, entre el caos organizado y el producto pulido para su emisión. En muchos puntos de la producción, la intervención a cámara del presentador daba la sensación de retrasar la producción en escena, provocando una cierta tensión entre los equipos de producción de los dos canales y creando el efecto de la falta de

manipulación del espectáculo. Para el espectador, este aparente conocimiento interno del funcionamiento de la obra forma parte del llamamiento voyeurista al acceso de los secretos de la producción, un llamamiento que no debe confundirse con un intento de desenmascarar la ilusión y la magia del espectáculo, sino todo lo contrario: como el *backstage* musical, este llamamiento refuerza la conexión con el contenido (Morris, 2010, p. 103). Aunque el ejemplo de Christopher Morris constituye un caso de análisis de televisión de pago, el autor lo enmarca en la producción del DVD, proponiendo este tipo de medidas también para el mercado del vídeo.

Gracias a este ejemplo, se comprobaba cómo el conocimiento en tiempo real de lo que ocurre dentro de la obra ayuda a enfatizar la ilusión inmersiva de la producción, al permitirle al espectador comprender el material musical y escénico de una forma mucho más enriquecida. La novedad radicaba, no tanto en el tratamiento de los contenidos, sino en la posibilidad de que el espectador eligiese libremente cuándo y cómo apreciar la representación narrativa, así como optar por los *paratextos* en torno a la representación — como se denomina al consumo del material complementario a la representación—, en el mismo momento en el que se llevaba a cabo. Esta capacidad de decisión constituye un valor muypreciado que enriquece el consumo doméstico de la ópera, a diferencia de la experiencia del *Live in HD* de los cines.

Este tipo de experimentos, que no han sido seguidos por la propia cadena ni por emisiones similares, constituye un ejemplo mediante el que los organismos de ópera podrían adaptar sus contenidos artísticos a las características medioambientales de la televisión. Potenciando en ella elementos televisuales como la inmediatez, la sensación de evento mediático, el uso de multipantallas para enfatizar el efecto del directo o las entrevistas a los protagonistas, la ópera en los canales de pago y en las nuevas versiones del medio en el siglo XXI podría encontrar la manera de fidelizar a las audiencias operófilas de un modo exclusivo gracias a las características del medio televisivo (White, 2004, pp. 75-92).

Por este motivo, se ha pensado que las retransmisiones en HD de los cines podrían constituir un contenido muy apto para mejorar las circunstancias de visionado del producto. Como se ha tratado en el apartado anterior, muchos asistentes al cine desearían poder contar con la misma experiencia en directo desde sus salones de casa, aunque por ello perdiesen el efecto de comunidad que proporciona la sala cinematográfica. Frente a estos deseos, algunos autores han argumentado que podría existir un cierto riesgo al proponer que las retransmisiones en HD pasen a un consumo de pago, a través de televisión inteligente y de forma doméstica: la cotidianización de la espectacularidad que

este fenómeno supondría es un mecanismo análogo al de la cotidianización del carisma. El carisma que presentan este tipo de representaciones, cotidianizado al ser percibido en el salón de casa, pierde su aura y podría asumir sentidos diversos. Una mirada sociológica de lo televisual podría revelar que el medio no es lugar del espectáculo en sí mismo, no es la matriz, el lugar de origen de una supuesta espectacularización de la realidad social. Al contrario, es el espectáculo el que se anula acercándose a la vida, tornándose en no-espectáculo (Bechelloni, 1989, pp. 59-60).

En relación a los productos terciarios, en los últimos años se ha recuperado la inversión en contenidos relacionados con el mundo de la ópera: por un lado se ha recuperado la cesión de pequeños espacios en las emisiones generalistas para promocionar contenidos de producciones concretas o programas temáticos sobre la lírica, como *Òpera en Texans* de la cadena catalana TV3.³²⁰ Por otro lado, la aparición de grupos musicales como el grupo *The Opera Band*, en Estados Unidos en 2003, o *Il Divo* en España, han reavivado el gusto por el género musical y la temática se ha utilizado en espacios comerciales de las televisiones generalistas (Chang, 2004, pp. 41-43). Aunque las programaciones de ópera en abierto hayan disminuido de forma significativa en los últimos años, estas manifestaciones actuales demuestran que se sigue cultivando el gusto por la ópera como mundo de referencia de los públicos (Radigales, 2005).

³²⁰ En España existe un significativo caso de estudio: *Òpera en texans* es un programa creado en el año 2011 por el canal de cultura —*canal 33*— de la cadena TV3, en colaboración con el Gran Teatre del Liceu, para ofrecer los contenidos operísticos relacionados con las obras de la temporada programada por el teatro. Como su nombre indica, su objetivo es convertir en algo más casual y cotidiano la experiencia de un ritual a veces demasiado sacralizado. El éxito del programa es conseguir integrar un contenido cultural en un horario de máxima audiencia a través de una cadena generalista. El programa se emite los domingos por la noche y tiene una frecuencia semanal con un formato de duración de 30 minutos. Según el manifiesto de la página web de la cadena, los organizadores han pretendido crear un programa pensado para todos los públicos, además de para aquellos más fidelizados con el arte de la ópera. El formato presenta un carácter fundamentalmente divulgativo para hacer entender la ópera, pero, sobre todo, para hacerla atractiva a ojos de nuevos públicos. Es conducido por Ramon Gener, un cantante de ópera y pianista que actúa como presentador de los contenidos. Cada semana se dedica a un título de ópera que coincide temporalmente con la programación del teatro que lo patrocina. Se contextualiza la ópera en la sociedad catalana y se relaciona su argumento con temáticas y personajes de la actualidad que puedan captar el interés de la audiencia más televisiva. El guión se desarrolla en lugares tan dispares como París —para contar *La Bohème*— o el parque de atracciones del Tibidabo —para transmitir la sensación del trepidante arranque de *Las bodas de Fígaro*—. Con ello pretenden crear una especie de anzuelo para que la gente se sienta atraída por la historia y las emociones que contiene. Aunque evidentemente se quede fuera gran parte de la sustancia intelectual del relato y del discurso musical, hay que tener en cuenta al público que va dirigido (Rufí, 2013). En dos años el programa se ha convertido en uno de los grandes *hits* de las últimas temporadas de la Televisión pública de Cataluña. El espacio va por su tercera temporada. Tiene una cuota de pantalla del 3,4%, una cifra altísima teniendo en cuenta el canal en el que se emite —ya que el 33 es el canal cultural de TV3— y el tema sobre el que trata (Verdú, 2013).

3.3.5. Conclusiones.

En los últimos tiempos, las teorías han defendido cómo la televisión ha jugado un rol importante en la aparición de los nuevos medios (Murphy, 2011). Cuando surgió a mediados del siglo XX, algunos autores como McGee (1946, pp. v- vii), manifestaron con optimismo que las posibilidades del desarrollo del medio potenciarían sobre todo la inmediatez, la capacidad de identificación con los otros y la generación de nuevas formas de comunicación futuras. Hoy en día resulta muy difícil mantener la perspectiva de los años 50, sobre todo en atención a la aparición de los medios digitales, en los que se han puesto muchas expectativas y se han generado nuevas formas de comunicación que compiten con la televisión (Benedikt, 1991). Algunos autores defienden que el futuro de este medio manifestará una forma convergente en la que existirán nuevas posibilidades de interacción y de simulación que, sin duda, influirán en cómo los espectadores usan, imaginan, y se acercan a este medio productivo en sus años venideros (Murphy, 2011, p. 146). Y aunque el futuro parece quedar en manos de internet, lo que es cierto es que hoy la televisión continúa ofreciendo un marco para la experiencia mediática digital en una era donde los usuarios deben enfrentarse a las nuevas características de la nueva versión del medio: la televisión inteligente (Murphy, 2011, p. 58).

En la actualidad, la ópera en televisión satisface nichos muy minoritarios de consumo cultural. A primera vista, no constituye un medio en el que la oferta operística pueda manifestar todas sus opciones de diversificación de contenidos. Por lo tanto, la producción en este medio, aunque no es inexistente, se caracteriza por quedar nutrida de otros negocios mediáticos como la ópera en los cines o la ópera en DVD. Algunos autores han manifestado, en los últimos tiempos, cómo en el siglo XXI se debería explotar el potencial que ofrecer la relación de la televisión con internet, para ofrecer a los espectadores discursos nuevos de viejas historias, como podría ser el caso de la ópera. Los nuevos discursos online podrían así ofrecer tanto a los productores como a los consumidores, nuevas perspectivas de cuestiones relacionadas con la identidad y la experiencia, con las políticas de autenticidad, con cómo sería la mejor forma de mostrar un evento cultural para comprometer a la audiencia (Ross, 2008, pp. 262- 263). Sería muy positivo y recomendable ya que, como se ha tratado en el apartado 3.2 centrado en el siglo XX, la televisión se ha mostrado durante años el medio más original, impulsor, permeable a la experimentación y cercano a la ópera, capaz de generar no solo interés por el arte, sino auténticos compromisos creativos con el propio contexto artístico en el que han acontecido sus

representaciones mediáticas. La era de la digitalización, precisamente debería facilitar los procesos de creación y producción de obras genuinamente originadas para la televisión, en lugar de abandonarse a la extinción de aquellos originales formatos que creó hace 40 años.

LA ÓPERA EN FORMATO DVD

3.4.1. Introducción.

En el siglo XXI, la convergencia de medios y la multiplicación de dispositivos —más que de productos—, ha dado lugar a otro negocio relacionado con un consumo privatizado: el DVD —*Digital Versatile Disc*—. Como ya se ha descrito en el apartado destinado al vídeo en el siglo XX, la evolución generada por los formatos de grabación hizo crecer rápidamente el mercado del nuevo dispositivo frente a la versión analógica. Tal crecimiento posibilitó que en menos de 20 años el nuevo dispositivo monopolizase en mercado de consumo doméstico de la ópera.

Ya en 2010, la cantidad de productos operísticos en el nuevo medio superaba el millar de ejemplares³²¹. Esta cantidad puede parecer, a primera vista, pequeña si se compara con la industria del cine o de la televisión. Sin embargo, debido a su rápida implantación social y su acelerado crecimiento, representa un nicho de mercado significativamente sostenible, a juzgar también por la creciente y continua participación, en él, de sellos, marcas y grandes grupos corporativos de alcance internacional, tales como *EMI Classics*, *TDK*, *Arthaus Musik*, *Opus Arte*, *Kultur International*, *Universal Music Group*, o *DECCA*, entre otros ejemplos (Morris, 2010, pp. 98- 99). Muchos de estos sellos que en el siglo XX se lanzaron a la comercialización del disco, hoy dominan el mercado audiovisual. Aunque se ha reconocido que, en los últimos años, debido a este dominio la industria videográfica ha podido sustituir en gran medida a la del disco, en el siglo XXI la mayor parte de las empresas han mantenido una combinación simultánea entre la grabación y la distribución comercial de los vídeos y de los discos (Calvi, 2006, p. 123).³²²

Para muchos teóricos como Carlo Cenciarelli (2013), esta estandarización del DVD de ópera, en las últimas décadas ha constituido un campo de estudio propio que ha tendido a

³²¹ El dato sobre la cantidad de producción de DVD operísticos, por encima de los mil ejemplares, fue dado por Christopher Morris en el artículo publicado en 2010 en la revista *The Opera Quarterly*, con el título *Digital Diva: Opera on Video*. En él, el autor explicita que dicha cantidad recoge no solo las grabaciones de óperas completas, sino también diversos productos relacionados con el arte, como recitales líricos, compilaciones, documentales sobre la vida de los cantantes, conciertos y galas (Morris, 2010, p. 116). Hasta el momento actual, por lo que se ha podido investigar no existen recopilaciones posteriores de la cantidad total de productos comercializados en DVD en el panorama internacional.

³²² Las transmisiones en directo y en diferido desde los teatros de ópera ya habían constituido una larga tradición en las programaciones radiofónicas cuando apareció la televisión. En lugar de desaparecer esta tradición con el nuevo medio, la industria del disco cultivó nuevas prácticas como las grabaciones basadas en el estudio de postproducción, mientras estandarizaba las prácticas de grabación del directo (Morris, 2010, p. 99).

trivializarse, al haber sido abordado desde posturas demasiado tecno-deterministas³²³. Incluso desde el punto de vista más material —considerando el DVD como un simple formato—, en el discurso de los medios digitales y su capacidad de multiplicar el consumo doméstico, el DVD presenta extensas posibilidades para estudiar el contacto con la ópera y cuestionar algunas de las grandes claves de la mediatización que el arte ha sufrido en el pasado, y sigue presentando en la actualidad (Cenciarelli, 2013, p. 203).

Las teorías más contemporáneas apuestan por abordar el análisis del DVD no como un formato, sino desde visiones más cercanas a su consideración como un medio de comunicación específico, capaz de ofrecer representaciones operísticas con plenas características videográficas, tales como su temporalidad distintiva, sus límites físicos y sus determinaciones tecnológicas (Senici, 2009, pp. 273- 312; Parikka, 2012, pp. 136- 167; Cenciarelli, 2013, p. 203) En particular, su presencia material, tiene mucho más que aportar en este sentido de lo que puede apreciarse en apariencia, sobre todo, en relación al complejo estatus social y cultural que adquieren hoy los vídeos digitales de ópera.

Como ya se ha explicado en el apartado del siglo XX, actualmente el consumo de los vídeos de ópera queda monopolizado por la industria del DVD, habiendo heredado de su análogo formato VHS, no solo la condición material y la perspectiva sociológica propia de su mercado, sino también las categorías que estructuran la oferta audiovisual: la terminología *video ópera* hoy sigue haciendo referencia a las mismas categorías ofrecidas por el VHS, sin distinguir entre grabaciones en vivo desde los teatros, producciones de estudios de televisión o filmaciones cinematográficas (Senici, 2009, p. 278). En el contexto actual de la explosión mediática ocasionada por la introducción de la tecnología digital, este trabajo considera que la distinción entre los distintos tipos de vídeos según el medio a través del que se vehiculan, adquiere una relevancia fundamental.

De entre las distintas y novedosas posibilidades que ofrece el DVD frente al vídeo, destacan la inclusión de subtítulos en diferentes idiomas, la consulta de material extra como las entrevistas y los documentales sobre el *making of*, sobre todo, la intervención inmediata sobre la dimensión temporal del consumo del contenido. Asimismo, con el videocasete era imposible disfrutar del espectáculo en el propio PC o en dispositivos que no fuesen el soporte televisivo, fenómeno que gracias al disco láser ha cambiado. Estas y otras

³²³ Los dispositivos de almacenamiento no cuentan con demasiado prestigio para los estudios musicológicos. Centradas en la parte más puramente material de sus posibles análisis, las teorías que han orientado sus esfuerzos hacia esta disciplina, pierden así la potencialidad académica que ofrece el análisis del contexto humano y social en el que se desarrollan y mediante el que cobran un importante significado (Cenciarelli, 2013, p. 203).

características se analizarán a continuación, con el fin de justificar el cambio sociológico que el medio provoca en el actual consumo mediático del arte.

3.4.2. Características del formato.

Los autores más contemporáneos han destacado la materialidad del DVD como elemento que necesita ser estudiado siempre desde el punto de vista de la recepción del espectador (Cenciarelli, 2013, p. 222). Adquiriendo esta perspectiva, el DVD constituye ahora un medio más difuso que el videocasete, sobre todo de acuerdo a su manejo y versatilidad. En particular, los estudiosos de los medios han puesto el acento sobre la *textualización* del soporte de vídeo que ofrece el DVD, cuya estructuración, así como su uso y tipo de lectura, se asemeja mucho más a la de un texto escrito, sobre todo en relación a su permanencia física y su tangibilidad, dispuesta ahora a la libertad del *lector*. Es este quien decide qué leer y cómo hacerlo. Por lo tanto, los estudios más recientes defienden que el uso del DVD guarda más relación con un libro y con una lectura hipertextual que con el cine o el teatro (Worthen, 2007, pp. 228-247).

3.4.2.1. Temporalidad no lineal.

Así, una de las primeras características distintivas del medio es su ordenación temporal. En la actualidad, todo el mundo utiliza la velocidad del DVD para adelantar o retrasar los puntos de la representación, de la misma forma que se utilizaba el VHS en el siglo XX. Pero el DVD ofrece nuevas posibilidades que el videocasete no contemplaba, consideradas superiores desde el punto de vista de la interacción con el usuario. Por ejemplo, se puede elegir e incluir diferente idioma y tipología de subtítulos en la apreciación de la obra, se puede optar por distintas calidades de audio —normalmente el sistema *Dolby* o el *Stereo*—, y se puede consultar el material extra, como las entrevistas a los divos o el *making of* de la representación. Pero sobre todo, se puede intervenir de forma simple e inmediata sobre la dimensión temporal del consumo del contenido, no solo a través de la elección de los capítulos, sino saltando de escena a escena y repitiendo escenas enteras o, incluso, dilatando momentos de pocos segundos de la representación en espacios más largos para poder observar los detalles (Senici, 2009, p. 282).

Asimismo, la estructura de la tecnología digital permite que los contenidos de la obra, a través del menú y otros elementos, sean organizados por capítulos, fenómeno que permite

romper la experiencia lineal de la representación.³²⁴ Por consiguiente, el formato digital hace posible el acceso preciso y casual a un capítulo determinado, de igual modo que sucede en la lectura literaria. De forma paradójica, ofrece una interacción con el drama mucho más textual de lo que podía conseguir la interacción de los medios convencionales del siglo XX. Al permitir al público leer un espectáculo, el DVD replica el producto del film pero lo coloca en una nueva red de relaciones culturales y tecnológicas, relaciones que, como se ha visto, ahora evocan más a la cultura de la impresión y a la lectura hipertextual (Worthen, 2007, pp. 228-247).

Por lo tanto, la percepción y el uso del DVD son influenciados de forma muy significativa por su articulación en párrafos, secciones o capítulos, entre los elementos que rompen su lectura lineal. Aunque esta característica, en el caso de una ópera en DVD se puede obviar,³²⁵ la existencia misma de una articulación previa del espectáculo pone de manifiesto la necesidad de decidir —por parte de los creadores audiovisuales— el número de capítulos, su colocación visual, y el lugar de la obra en el que se van a producir estos nuevos cortes provocados por el menú.

Podría entenderse, por tanto, que la ruptura de la lectura lineal que provoca el formato del DVD, acerca la experiencia de la ópera en vídeo a lógicas menos narrativas y más televisuales, en las que prevalecen elementos espaciales que dispersan la atención del espectador.

3.4.2.2 Material extra.

Sin duda una de las características que más ha ayudado a considerar el DVD como un medio propio y diferente al vídeo analógico, es la capacidad que presenta de incluir material auxiliar y complementario a la representación (Senici, 2009, p. 285). Aunque la forma, la cantidad y la tipología de este tipo de material es muy variable de un producto a otro, en cualquiera de los casos, su misma presencia también contribuye a la textualización del formato DVD en sí mismo.³²⁶ Como se comprobará a continuación, a diferencia de lo

³²⁴ A diferencia del cine, el teatro, la televisión y el videocasete, medios en mayor o menor medida todos ellos ligados ontológicamente a la representación temporal de la obra audiovisual (Worthen, 2007, pp. 231- 233).

³²⁵ El espectador puede decidir no interrumpir la representación desde su inicio hasta su finalización.

³²⁶ Los contenidos extra que más proliferan entre los DVD de ópera suele coincidir con el tipo de contenidos que también incluyen las películas cinematográficas: partes del *making of* de la representación, fragmentos de los ensayos generales, entrevistas a los cantantes, escenógrafos y directores, entre otros. Como material exclusivo de las óperas y novedoso en comparación con la oferta cinematográfica, se encuentra el libreto detallado de la obra original en distintos idiomas, así como la ficha técnica de la ópera. En los últimos años,

expresado en el apartado de la ópera en los cines, los materiales extra en este formato — desligado de la dependencia temporal con el espectáculo primario—, tienden a ahondar en las características de la ópera y sus creadores, más que en las características de la producción concreta que difunden.

La mayor parte de los autores indican los *paratextos* —término utilizado para designar el material auxiliar, extra o complementario que incluyen casi todos los DVD— como uno de los elementos que consiguen enriquecer la recepción de la ópera en el formato en apariencia más desvirtuado de toda la oferta audiovisual actual, ya que en él —como ya se ha visto—, el arte pierde las condiciones esenciales del vivo, el directo y la presencia en comunidad (Genette, 1997, p. 1; Cenciarelli, 2013, p. 206). Así, este tipo de material complementario es capaz de transformar un contenido videográfico en algo distinto, al extender el texto de la representación con el fin de poder contextualizarla y preparar su recepción (Cenciarelli, 2013, p. 206).

De entre estos materiales, algunos autores han destacado la importancia estratégica del menú de inicio. Gracias al menú, los espectadores no solo pueden interactuar con la obra, sino que experimentan una variación temporal con la misma: se abre para ellos un espacio de tiempo nuevo, en el que exploran la estructura de la obra, navegan por las escenas, acompañadas de imágenes y música diegética de fondo dispuesta en bucle para cubrir este espacio muerto al mismo tiempo que ofrece una primera impresión conceptual del género y del tono de la historia que contiene el vídeo (Cenciarelli, 2013, p. 213). Según los autores, dichas funciones guardan más relación con lo cinemático que con la estética televisual más propia del formato VHS.³²⁷ En sintonía con la idea de favorecer la convergencia mediática, los menús de los DVD presentan una mayor integración de todos los elementos multimedia. Dicha integración persigue, entre otros cometidos, preparar al espectador en el tono estético que adquirirá la obra para adelantar su inmersión en la narración cinemática. Los colores, las animaciones, las entradas y salidas de las escenas, las transiciones o los

algunas de las ediciones más completas han incluido en el paquete un CD-ROM con direcciones web y enlaces a las biografías de los cantantes. Este tipo de iniciativas potencian la curiosidad del consumidor, fidelizan a los usuarios y aumentan la interactividad entre el receptor y la obra (Cenciarelli, 2013, p. 216).

³²⁷ Al introducir una música en bucle, el menú se presenta lejano a la estética objetiva televisual, ya que dicha música es parte de las operaciones formales que dependen de una manipulación consciente de los materiales auditivos y visuales, y que tienen el poder de abrir diferentes interpretaciones y significados en relación al vídeo operístico. Asimismo, en lugar de emplear fotografías de la representación como hacían los VHS, las imágenes de fondo empleadas en dichos bucles de inicio, se presentan con mayor frecuencia en forma de iconos y símbolos que hablan de la intención, tono y clima general de la obra de una forma consciente y deliberada (Cenciarelli, 2013, pp. 214-215). Estas prácticas ayudan a ofrecer una imagen más cinematográfica que televisual.

focos empleados, ponen el énfasis en la mediación audiovisual en sí misma y minimizan la función de índice de la cámara, como mediadora entre la obra original y su representación audiovisual, propia de los vídeos del siglo XX (Cenciarelli, 2013, p. 215).

Además del menú de inicio, el relativo nivel de integración del formato DVD en la cotidianidad, aconseja implementar múltiples fórmulas de creación de valor cultural para aumentar la gratificación del consumidor que tiene que adquirirlo. Así, la tendencia del negocio es incluir también otro material que favorezca la apropiación del producto por parte de sus compradores, como la suma de cada vez más productos terciarios, entre los que destacan las entrevistas de los creadores, la información histórica de la obra, o el *making of*.³²⁸ Todas ellas son herramientas destinadas a satisfacer el deseo de consumir, como en Internet, información que aporte valor añadido. También tienen una clara intención de educar y de provocar una fidelización indirecta en el consumidor, así como, naturalmente, de favorecer la compra del producto (De Diego, 2010, pp. 8, 9). A diferencia de la ópera en los cines, parece que en el DVD cobran especial importancia los materiales que dan relieve a la creación de la obra desde el punto de vista de la autoría. La selección de algunos materiales como las entrevistas a los directores musicales o a los directores escénicos, demuestran un significativo valor en relación a perpetuación de la ópera como arte narrativo en constante reinterpretación artística. Como pueden demostrar algunas de estas entrevistas, en el siglo XXI, los directores de ópera imprimen más que nunca su autoridad sobre las intenciones de los compositores originales de la ópera. Como consecuencia, estos extras que propone la ópera en DVD tienen el efecto de defender la intención de los autores en un contexto de actualidad, característica propia de una lógica cinematográfica. Aun cuando la producción persigue respetar el aura y las convenciones de la obra original, las compañías de producción de DVD, con estas prácticas, trasladan a los públicos no solo el concepto de autoridad, sino también el carisma del director musical o escénico concreto (Sheil, 2012, p. 149).

³²⁸ Según algunos autores, una de las herramientas que, de momento, no puede traspasarse del consumo cinematográfico en DVD a la ópera apreciada en este mismo formato, es la posibilidad de ver escenas filmadas de la representación que no han sido incluidas en la narración, como planos máster, escenas eliminadas en el montaje o finales alternativos que, en los últimos años han proliferado en la producción videográfica de las películas (Sheil, 2012, p. 129).

3.4.2.3. Soporte múltiple.

Una de las características que se muestra irrelevante en apariencia, comporta significativos cambios en el ámbito sociológico. El DVD constituye el primer formato que permite una desvinculación absoluta del aparato televisivo. Como consecuencia de este fenómeno, en los últimos años, se ha producido una tendencia hacia el consumo a través del ordenador personal. Gracias al DVD, el PC —*Personal Computer*— se ha ido situando, así, en el centro actual del consumo videográfico de la ópera. Esta liberación del soporte, en concreto ha ayudado a provocar un mayor desarrollo de la retransmisión de ópera a través de los nuevos medios como Internet (Senici, 2009, p. 279). Entre otras consecuencias, el traslado del consumo de la ópera al ordenador personal ha provocado el cambio de las circunstancias medioambientales de recepción del arte. También ha provocado la liberación total que ha sufrido el soporte con respecto del contenido, así como la multiplicación de posibilidades *multitarea* que ofrecen ahora otros medios más interactivos, como pueden constituir, por ejemplo, tomar apuntes de la representación mientras se aprecia la misma, gracias a la división de pantallas y ventanas de trabajo en el ordenador (Senici, 2009, p. 282).³²⁹

En relación a la dimensión pública que comporta el acto de ir a ver una ópera, respecto de la más privada derivada del consumo en televisión o en vídeo, para algunos autores, precisamente la posibilidad de utilizar el DVD en el PC portátil consigue una novedad significativa: abole definitivamente la especificidad cultural que se asociaba a un lugar propio y siempre fijo de representación que ofrecían el cine o la televisión —que, como se ha expresado en relación a la ópera en los cines, puede afectar a la apreciación del arte en la sala cinematográfica, en el salón o en una estancia similar de la casa—. Así, trasladar la experiencia audiovisual operística de los espacios donde era consumida hasta hace poco, en realidad significa renegociar los significados no solo socioculturales del arte, sino también emotivos y psicológicos (Senici, 2009, p. 280).

³²⁹ Al cerrar la imagen a un pequeño cuadro de la pantalla, la atención se reparte en distintos inputs visuales y permite confrontar distintos momentos de la representación, e, incluso, distintas representaciones de manera simultánea (Senici, 2009, p. 283).

3.4.2.4. *Estética formal integrada.*

Otro de los elementos que en los últimos tiempos se han erigido como diferencial del DVD frente al vídeo analógico, lo constituye la modalidad y el canal de su comercialización, así como la presentación del propio formato que, como se ha tratado, ahora se entiende de un modo mucho más parecido a libro que al videocasete. En este sentido, desde un punto de vista formal, el diseño actual del empaquetado de los DVD busca una mayor combinación entre la imagen y el texto, el fondo y la información principal.

Este fenómeno no solo se debe a un desarrollo en las técnicas de diseño gráfico y de aquellas que, como se ha visto, se derivan de la inclusión del máquetin en las artes escénicas. La armonización y la integración de los elementos formales tiene más que ver con la convergencia visual que se está aplicando a todos los medios audiovisuales en los que se integra una navegación multimedia, fruto de la adquisición de una mayor lógica mediática de los procesos de producción artística (Cenciarelli, 2013, p. 211). En otras palabras, todos estos cambios en el diseño formal de los productos no dejan de estar conectados con nuevos caminos de búsqueda de sentido de la ópera en pantalla en cada uno de los nuevos medios específicos.

En términos generales, la mayor parte de los diseños formales de los DVD, predisponen al espectador de una manera muy distinta a como lo hacía el formato VHS, enmarcado en un estilo objetivo, neutral y documental. El DVD, por el contrario, rompe la disposición lineal de los títulos, la simetría y la alineación geométrica de los elementos. Juega con la combinación de colores. Asimismo, deja de utilizar la captura congelada de un *frame* de la representación, para proponer portadas menos figurativas y más simbolistas. Se trata, en definitiva, de acercar la obra al espectador, antes de su percepción, de una forma mucho más cinemática: dinámica, orgánica, convergente y narrativa, en la que se habla del clima de la historia y en la que cobra cada vez más relevancia la reinterpretación artística concreta (Cenciarelli, 2013, p. 211). Pueden consultarse como ejemplos, las fotografías incluidas en el Anexo 1, en las que se muestra la evolución formal que han sufrido las carátulas de los DVD, frente a las portadas de los VHS seleccionadas para nuestro análisis de contenidos en relación a la ópera *Don Giovanni* de Mozart.

La desaparición de la fotografía congelada también guarda relación con el proceso de remediación de la ópera (Bolter & Grusin, 2000, p. 16). Una de las promesas que promovió el formato DVD frente a otras técnicas de grabación láser era, precisamente, su capacidad

de emular una mayor inmediatez narrativa del espectáculo original, gracias a su mayor calidad de reproducción de la imagen y el sonido, en la línea de transformar las salas domésticas en sistemas inmersivos (Sebok, 2007, p. 226; Cenciarelli, 2013, p. 212). Así, la inmediatez propuesta por el DVD —entendida en términos de verosimilitud cinematográfica—, significaba acercar el consumo doméstico a la ficción del cine, provocando una asociación cultural entre el acto de ver la ópera desde casa y el placer de asistir a un espectáculo en la gran pantalla cinematográfica. Estas características apuntan a que la apreciación de la ópera en formato DVD se acerca más a una lógica mediática que conecta con la inmersión en la narración.

3.4.2.5. Formato para los coleccionistas de ópera.

Como se ha expresado, el consumo del DVD es individual, asíncrono, de fácil usabilidad y de carácter mayoritariamente doméstico. Estas características le confieren mayor grado de integración en la vida cotidiana que el que poseen los medios convencionales como el cine o la televisión (Silverstone, 1994, p. 3). Sin embargo, factores como la elección de compra —determinada por un conocimiento previo—, se consideran interruptores de las rutinas de los consumidores y por tanto, condicionantes significativos en el acceso de nuevos públicos. Por lo tanto, todo apunta a que el DVD se ha destinado fundamentalmente a públicos operófilos con inquietudes coleccionistas.

Sin embargo, los autores más recientes han reconocido cómo el formato también se va mostrando adecuado para facilitar la fidelización de nuevos nichos de interés familiarizados con el audiovisual (de Diego, 2010, p 2). Gracias a la comodidad en la navegación y a los extras cinematográficos, el formato se muestra idóneo para atraer a públicos menos familiarizados con la ópera que con el discurso audiovisual. Asimismo, para los asiduos al teatro —y públicos principales del nuevo dispositivo, exigentes en calidad estética—, el DVD podría ofrecer mayor atractivo si desarrollase unidades interactivas para jugar con el visionado y, entre otras opciones, poder simular mejor el directo o aquellas sensaciones que recuerdan al espectáculo original³³⁰. En esta línea, desde un punto de vista tecnológico, la evolución del consumo en vídeo, pensado para estos públicos en esencia amantes de la ópera, fidelizados y con inquietudes coleccionistas, podría tender al formato *BLU-RAY* —

³³⁰ Era lo que ofrecía en el 2000 la versión videográfica del Liceo *D.Q. Don Quijote en Barcelona*, producida por *La Fura dels Baus* en el Gran Teatre del Liceu. La navegación del DVD posibilitaba seleccionar diferentes ángulos de visión del espectáculo grabado. Esta sencilla, interactiva y novedosa práctica, no ha encontrado eco en los principales sellos videográficos.

si este se acaba estandarizando en el mercado—, en el que se consigue un aumento de la calidad percibida en relación a la imagen y al sonido de la representación (Morris, 2010, p. 116).

Todas estas características han ocasionado que, en los últimos años, no pocos autores se hayan centrado en el análisis mediático de la nueva oferta operística que comporta el DVD. Se expondrán a continuación las ideas más representativas al respecto.

3.4.3. Análisis mediático del DVD.

Desde un punto de vista estético, algunos autores ha realizado aportaciones teóricas al concepto del *Liveness* gracias a un contemporáneo análisis de la ópera en el medio del vídeo y, por consiguiente, en formato DVD. Muchas de estas aportaciones hacen referencia a las teorías del vivo, quedando relacionadas con el vídeo indirectamente en temas como la evolución que presenta el consumo de la ópera en DVD, pero no necesariamente constituyen conceptos aplicables exclusivamente al medio o se derivan del fenómeno aquí estudiado. De entre estos avances conceptuales, se desarrollarán a continuación aquellos que afectan a la mediatización provocada por el vídeo en este formato.

En primer lugar, en relación a las diferencias ontológicas entre el producto primario y el secundario en el formato de vídeo, que presentan aquellos productos constituidos a partir de la grabación en el teatro, merece una mención especial la evolución del concepto de *espontaneidad* de la representación original, frente a la reproducción mecánica del producto en vídeo.

Como se ha descrito en la introducción de este trabajo, una de las características consideradas propias del vivo es la espontaneidad con la que se produce la representación teatral. Frente a ella, se ha creído que la tecnología audiovisual podía compensar la pérdida de dicha genuinidad con otro tipo de características, tales como la posibilidad de repetición ilimitada del espectáculo que ahora ofrece cómodamente el DVD. En los últimos años, algunos estudios han ahondado, precisamente, en la relación espontánea que se produce entre el producto original y la versión en formato audiovisual, a partir de análisis de las obras en este formato.

Por un lado, sobre la espontaneidad que existe en el espectáculo en vivo, las corrientes artísticas más recientes defienden una tendencia evolutiva contraria a la improvisación del directo: las producciones actuales procuran minimizar los cambios no previstos entre las distintas representaciones del vivo (Barker, 2003, p. 28), precisamente, por la mayor

intervención de la mediatización audiovisual del espectáculo. Aunque ninguna producción de ópera es igual a otra, una de las marcas de la industrialización y de la globalización del arte actual es la estandarización de protocolos y prácticas que eliminan la improvisación y la espontaneidad de las representaciones, ya que se considera que ahora, las ventanas de explotación económica de la producción no acaban en el vivo. Por ende, puede decirse que las prácticas impuestas por los sistemas de producción actuales tienen un mayor impacto sobre la falta de creación libre y orgánica de la ópera, del mismo modo en que lo hace la tecnología de la mediatización (Morris, 2010, pp. 100-101).³³¹

Por otro lado, en relación a las características de duplicación y repetición que presentan los espectáculos mediatizados frente a la aparente espontaneidad del vivo, algunos autores afirman que la repetición no es una característica definitoria del medio videográfico, como tradicionalmente se ha creído, sino una simple posibilidad que presenta su uso.³³² De hecho, la mayor parte de los usuarios que compran óperas en formato DVD, por diversas razones, solo suelen apreciarlas una sola vez. Asimismo, algunos autores han manifestado al respecto cómo la repetición de un vídeo solo puede constituir una repetición en sentido ideológico, ya que las circunstancias en las que se produce el nuevo visionado siempre cambian para el receptor (Cubitt, 1991, pp. 92, 93; Morris, 2010, p. 102).

Una de las consecuencias de esta pérdida de la espontaneidad en las representaciones actuales es, precisamente, la predictibilidad que parece caracterizar a las producciones de carácter internacional. Como medidas de prevención, algunos autores han sugerido combinar en el DVD, como así se ha expuesto también en la televisión de pago, metodologías de grabación que refuercen la novedad tanto de la obra como de la producción. Dicha novedad debería depender de una diversificación de los productos ofrecidos por la ópera en formato audiovisual. Así, por ejemplo, si la producción en vídeo se adscribe a una lógica más televisual, podrían incorporarse en ella propuestas mediáticas que jugasen con la muestra de la narración y del *backstage* de la producción al mismo tiempo para enfatizar la ilusión y reforzar la atracción hacia el espectáculo, o cambios en los diferentes ángulos de visión del espectáculo que podría elegir libremente el espectador

³³¹ Los teatros de ópera hoy han quedado inmersos en la producción industrial a gran escala, que demanda un mayor nivel de control sobre el espectáculo. Dicho control se manifiesta en muchos niveles y planos, tales como la subordinación de los actores a la dirección de escena, en la que cada vez más se controlan todos los detalles; la técnica virtuosística del cantante, pendiente de satisfacer sobre las arias y los solos, las expectativas culturales que ya se ha creado el público; o la adhesión a los estilos y modas interpretativas que se instauran en el mercado internacional, a las que tienen que responder las producciones (Morris, 2010, pp. 100- 101).

³³² El poder repetir la representación no es esencial en el medio, sino una herramienta puesta al servicio del consumidor final, el cual elige si poner en práctica o no.

(Morris, 2010, p. 103). Si la producción se inscribiera, por el contrario, en una lógica más tendente a la cinemática, podría abolirse cualquier referencia en ella de los espacios no diegéticos en los que tiene lugar la representación, o podrían introducirse prácticas del lenguaje cinematográfico que reforzasen la inmersión en la narración, como la incorporación de planos de reacción de los personajes, la utilización de cámara en mano, o la creación de rótulos narrativos en los que se sitúa el espacio y el tiempo de la historia, entre otros ejemplos.

3.4.3.1. Evolución formal cinemática.

El análisis mediático específico de la ópera en DVD, debe partir de una trayectoria televisual heredada de los sistemas de producción y grabación llevados a cabo en la ópera en VHS durante el pasado siglo. En términos generales, puede decirse que los vídeos de ópera siguen inscribiéndose en lo que Philippe Auslander describió como paradigma de lo televisual (Cenciarelli, 2013, pp. 204). En ellos se intenta mantener la separación conceptual entre el contenido y el medio a partir del tipo de grabación y del lenguaje empleados. Se presupone así una transparencia formal en el proceso de mediación, pero, como ya se apuntó en el apartado del siglo XX, con estas técnicas se provoca también un alejamiento que sufre el propio arte operístico, de la esfera contemporánea de la cultura de lo visual. La estética del vídeo más actual promueve la creación de autor en el proceso de grabación que, como hoy se reconoce, tiene menos que ver con el vivo y cada vez más con el acto de mediación audiovisual en sí mismo, a través del cual el espectador experimenta conexiones afectivas (Cenciarelli, 2013, p. 206).

En esta línea, en los últimos años se han producido nuevas posturas orientadas a cuestionar el monopolio estético que provoca esta lógica televisual heredada, y que parece presentar la mayor parte de los vídeos operísticos. Algunos autores, por ejemplo, se han centrado en la descripción ontológica de lo televisual, argumentando que algunas de sus categorías, tales como la inmediatez, o la telepresencia, son difíciles de justificar en una relación mediática basada en la ausencia espacial y temporal de los objetos y, por consiguiente, en la distancia con el original (Esse, 2010, p. 93).

Sin embargo este capítulo pondrá su atención en aquellas nuevas miradas que apuestan por el reconocimiento de una evolución formal cinemática de los productos videográficos (Senici, 2010; Cenciarelli, 2013). A pesar de que, como se ha advertido, continua existiendo una herencia muy fuerte de la estética televisual propia del siglo XX —sobre todo

manifestada en la lectura hipertextual y en la forma de grabar el espectáculo—, la tendencia del DVD de ópera es ir incluyendo, con más fuerza, aspectos formales que favorecen la estructuración cinematográfica, tales como una lectura inmersiva más propia de la narración audiovisual, que aquella de los espectáculos televisivos. Debe advertirse, no obstante, que de momento esta tendencia hacia lo cinematográfico solo se ha ido advirtiendo en elementos formales más que en el propio discurso artístico, tales como la ordenación de los contenidos o la presentación física de la obra, como se expresará a continuación, y como podrá comprobarse en el análisis de contenido de esta investigación (Cenciarelli, 2013, pp. 221- 223).³³³ En el DVD, así —sin llegar a romper con la lógica televisiva heredada de los vídeos analógicos—, se han realizado los mayores avances mediáticos contemporáneos en relación a su condición material y formal, no manifestándose del mismo modo en los sistemas de producción que afectan a la narración.

La mayor parte de los productos juegan con ofrecer una mayor apariencia narrativa. Ya no intentan simular la telepresencia o la co-presencia que surge de la apreciación de una ópera en directo mediada por la cámara, sino que pretenden narrar la experiencia misma de ver una ópera en pantalla, espectáculo ahora concebido como original. Esta idea pone especial hincapié en la dimensión social y estética de la asistencia a la ópera: si el énfasis televisivo sobre el teatro de ópera recuerda que ninguna experiencia audiovisual es comparable al espectáculo original, el acercamiento de estos productos a la lógica cinematográfica provoca que la dimensión social quede inscrita en la experiencia textual del producto (Cenciarelli, 2013, p. 222). De forma novedosa en los DVD, la lógica cinematográfica expresada a través de las características y la disposición de los contenidos narrativos, se presenta como un modelo alternativo de volver atractiva la obra. En ellos, se ha reconocido cómo las funciones de la cámara superan la tradicional utilización de índice propia de la lógica televisiva. También se ha reconocido, entre otros factores, cómo la música constituye un elemento clave de

³³³ Una de las comparaciones teóricas que se ha establecido, está relacionada con la forma de presentar los créditos iniciales de la obra operística. Así, como ya se ha analizado en anteriores capítulos, frente a prácticas habituales en los vídeos VHS consistentes en presentar la obra y los créditos de apertura en el contexto físico de la representación —mostrando generalmente la ciudad y el teatro en el que tenía lugar la representación—, en el siglo XXI se opta por utilizar este espacio para introducir al espectador en el tono, la narrativa y el clima dramático de la obra que va a apreciar. Se eliminan los planos de situación de los exteriores e interiores de los teatros, para ser sustituidos por imágenes simbólicas, evocadoras que guardan más relación con la intención dramática de la representación que con la referencia figurativa al espectáculo original en el teatro. En algunos casos, se siguen mostrando exteriores de los teatros, pero ahora acompañados de músicas sugerentes que imprimen la sensación de misterio, comicidad o autoridad, en la línea del tono marcado por la representación. Asimismo, si se muestra la sala del teatro, se hace con las luces apagadas, vacía o con el público expectante segundos antes de que comience la representación. Todas estas técnicas ayudan a generar lo que se ha denominado como la *apariencia de narración*, que tiene el efecto de confundir niveles de ficción en la percepción y potenciar la lógica cinematográfica de los productos, del mismo modo que se practica en los vídeos musicales y algunos videoclips de televisión (Cenciarelli, 2013, pp. 221-223).

subjetivación al volverse parte de la mediatización. Se expresarán, a continuación, aquellos rasgos estéticos más característicos del formato que justifican una dialéctica mediática entre lo televisual y lo cinemático, y que apuntan lentamente una evolución hacia la adquisición de lógicas cada vez más narrativas.

3.4.3.2 *Transformación temporal.*

En primer lugar, una de las principales transformaciones estéticas que provoca el tipo de consumo del DVD es la relación temporal con la obra. Como se ha tratado, la segmentación del espectáculo en unidades pequeñas de información que el usuario maneja libremente, podría tener importantes repercusiones en la percepción temporal, formal, dramaturgica y, por consiguiente, emotiva de la ópera.³³⁴ Tras lo visto en el apartado del vídeo, existen diferentes rítmicas que entran en juego en una representación operística en vídeo, aunque el espectador percibe de forma unitaria el total de la representación: el ritmo impuesto por la música, el ritmo escénico, el textual, y el de la edición por planos del propio lenguaje audiovisual (Senici, 2010, pp. 73-80). Cada uno de estos niveles rítmicos puede presentar diferentes posibilidades de segmentación y posibilidades de encapsulación en unidades pequeñas, en función del punto de vista que se adopte —el estético, el temporal, el narrativo, o el musical, entre otros ejemplos—. Asimismo, los tipos de segmentación que cada una de estas rítmicas propone, pueden ser distintos entre ellos e, incluso, manifestarse opuestos, de tal modo que provoquen múltiples interpretaciones (Pagannone, 2004, pp. 363- 394). La mayor parte de los editores de DVD no son conscientes de la complejidad rítmica que comporta la segmentación de la obra operística audiovisual, de tal modo que no constituye actualmente, para estos, un criterio de articulación de los productos. Aunque este fenómeno ha sido considerado una de las problemáticas específicas del medio DVD (Bennet & Brown, 2008), según lo que ha podido comprobar esta investigación en su análisis de contenidos, todo apunta a que los cortes en los DVD de ópera siguen los criterios más narrativos, impuestos por las tramas del libreto o bien por las que contiene internamente la música.

3.4.3.3 *Rito comunal.*

Otro de los conceptos derivados del *Liveness* y analizados en relación a los productos videográficos en DVD, es la discusión sobre el efecto en comunidad del espectáculo.

³³⁴ La percepción global se ve modificada ya que los cortes afectan a la música, la puesta en escena, la narración y, evidentemente, el propio espectáculo audiovisual (Senici, 2009, p. 283).

Como ya se trató en el apartado del siglo XX, el efecto de comunidad es provocado gracias a una doble interacción que siente el espectador: 1) la conexión que establece el público con la obra; 2) la conexión que establece el espectador con los demás asistentes (Freshwater, 2009).

Tradicionalmente se ha defendido que el consumo del vídeo no permite a los públicos crear estas dos conexiones, sino únicamente la primera de ellas, aquella provocada por la conexión del individuo con la obra. En un sentido puramente físico, por definición, las características mediáticas más propias del consumo individualizado del vídeo, imposibilitan emular una conciencia en el espectador, de relación con otros espectadores. Tampoco permite crear un compromiso físico y comunitario con los artistas, manifestado a través de los aplausos colectivos, los silencios, los sonidos de aprobación o desaprobación, el efecto del rumor en la sala, etc., que sí se producen en la ópera en los cines. Por lo tanto, en el consumo videográfico el efecto de comunidad que pueden sentir los espectadores solo puede producirse de forma imaginaria (Fisher-Lichte, 2003, p. 283- 308).³³⁵

A finales del pasado siglo, con la irrupción del DVD en otras disciplinas artísticas, comenzó a aplicarse en esta línea, el desarrollo de algunas teorías teatrales a los análisis operísticos. En ellos, de manera innovadora, se ha reconocido una separación ontológica, no solo entre el vivo y el producto mediático, sino entre espectáculo original y el público asistente al propio teatro. También en estos estudios se ha reconocido la necesidad de contextualizar el efecto comunidad de la representación teatral en vivo, un concepto ahora considerado más complejo que la simple disposición física del espectador (Blau, 1990, p. 10).

Fruto de dichas aportaciones, hoy se reconoce que en la ópera presencial, el espectador, en términos físicos, es separado de la acción narrativa y los artistas no solo por el espacio del foso y de la orquesta, sino también por las propias condiciones espaciales de las salas en las que se produce su apreciación —generalmente los teatros convencionales—. Asumida dicha separación entre la audiencia y el discurso artístico, que se produce ya en el espectáculo original, la interacción con la obra presencial dependerá, también en la sala de teatro, de la actitud personal que presente cada miembro de la audiencia. Como el espectador individual queda separado en términos físicos, su predisposición inicial hacia la obra será también pasiva y contemplativa, donde la subjetividad es enfrentada a un sentido

³³⁵ La comunidad videográfica se ha considerado imaginara o representada como una audiencia que existe pero que está dispersa. Los artistas no pueden escuchar a su público ni sentir la presencia ni la reacción que provoca en ellos la representación (Morris, 2010, p. 105).

de autoridad institucional (Dalhaus, 2005).³³⁶ En este sentido, la brecha que hasta ahora se reconocía en las teorías, entre la apreciación en vivo y el consumo videográfico se torna más difusa, al aceptar que la presencia física no constituye una condición del efecto comunidad, sino una posibilidad.

Por otro lado, también se han aplicado a la ópera, las aportaciones teóricas provenientes de la disciplina teatral, relacionadas con la interacción entre los demás individuos asistentes y presentes en la sala. Algunos teóricos de teatro defienden que la asistencia a una actuación en directo potencia la percepción y la respuesta personal, por encima de del rito comunal del evento. Sentados sin verse y sin producirse el contacto físico, el público reivindica su propio espacio privado (Elam, 1980, p. 64-65). Este fenómeno es debido en parte, a que las características estructurales de la propia sala también favorecen el anonimato de los espectadores (Bennet, 1990).

Para los estudiosos de ópera, la ausencia de una explícita interacción social en el consumo individualizado del DVD —como el contacto físico, la conversación o la identificación visual— aun subordinada a la interacción más individual, no significa que no pueda provocarse una conciencia de comunidad en las audiencias (Morris, 2010, p. 106). Es precisamente hoy, gracias a las nuevas tecnologías, cuando la ópera debería explorar caminos para que la comunidad imaginada, entendida como aquella que experimenta una interacción social preservando el espacio privado de los individuos, no se confine exclusivamente a los espacios físicos en los que se encuentra el espectador.

En el caso del consumo del DVD, además, los espectadores quedan enmarcados dentro de lo que se entiende por *fenomenología del espectador*. Es un concepto empleado para definir los procesos y comportamientos en los que se produce el consumo solitario de una representación no basada en un encuentro inmediato, pero sí en unas conexiones más complejas no dependientes del tiempo y del espacio —como se ha visto en la descripción de la lógica televisual, expresada en el estado de la cuestión de este trabajo— (Gracyk, 1997, p. 147; Lindenberger, 2010, pp. 196-262). Dichos comportamientos incluyen tanto a la comunidad de propietarios, de consumidores y de fans que son partícipes del acto, como el ritual de acciones cotidianas que el espectador repite en su práctica videográfica cotidiana, y que también tienen que ver con la búsqueda, la compra, el desembalaje y el visionado del producto (Morris, 2010, p. 108). Por lo tanto, aislado de una audiencia literalmente conectada en tiempo y espacio con la obra, propia de la lógica mediática televisual, el espectador en solitario, puede quedar comprometido con una comunidad

³³⁶ La actitud pasiva también se consigue gracias a la comodidad que ofrecen los asientos las condiciones oscuras en las que se presencia el espectáculo (Morris, 2010, p. 105).

imaginaria de la misma forma que el espectador en el teatro de ópera puede formar un sentido de comunidad en el pasivo y aislado ambiente del teatro de ópera (Gracyk, 1997, pp. 139-150).

3.4.3.4. Lenta evolución del lenguaje cinematográfico: dependencia televisiva.

Por todo lo hasta aquí descrito, desde el punto de vista más formal, puede decirse que el DVD se presenta como un formato preparado para potenciar las características audiovisuales más propias del medio videográfico. Sin embargo, como en la televisión y en el cine, todavía hoy escasean los productos capaces de incluir técnicas propias de su lenguaje para potenciar la narración más cinematográfica, tales como la incorporación al discurso de planos superpuestos, tiros de cámara no convencionales, ritmos de montaje acelerados, composición collage de la imagen, tomas con cámara en mano, imágenes desenfocadas, o secuencias a cámara lenta, entre otros elementos (Palazón, 1998, pp. 87-88; Levin, 2010). Como se ha visto en el apartado del siglo XX, el vídeo constituye un medio prestado a la creación artística que impulsa la mirada subjetiva del autor. En este sentido, de forma paradójica, se consideran todavía anecdóticos los ejemplos existentes que incorporan nuevas miradas estéticas, más narrativas, en los vídeos de ópera. Estos avances artísticos tampoco han sido respaldados por la crítica, los públicos habituales y los organismos de ópera. Muchos de estos sectores han mostrado una postura convencional frente a este tipo de innovaciones, al reconocer que pueden producirse conflictos creativos entre la dirección de vídeo y la dirección escénica (Morris, 2010, p. 109).³³⁷

Las producciones consideradas plenamente videográficas constituyen hoy una excepción dentro del contexto de las prácticas y convenciones que han sido consistentemente predicadas en relación a la noción de la apreciación audiovisual de la ópera. Desde que Jeremy Tambling describiese la cualidad parasitaria de estos productos, la realidad muestra que muy pocas prácticas han cambiado con la llegada de la digitalización (Tambling, 1994, p. 11).

Por eso, se consideran excepcionales aquellos productos que han propuesto transformaciones estéticas desde los procesos de producción de la propia obra. Apuntamos

³³⁷ Uno de los ejemplos más representativos al respecto fue el despido que sufrió en 2008 la directora Barbara Willis Sweete por aplicar una estética de montaje más videográfica a las retransmisiones en HD del Metropolitan Opera House de Nueva York para las salas internacionales. Tampoco recibió buenas críticas del público la versión para DVD de *Tristan und Isolde* de Richard Wagner que Oliver Py dirigió hace cuatro años, con la colaboración del realizador Andy Somers, para la productora *Bel Air Classics* desde el Grand Théâtre de Ginebra.

aquí uno de los considerados más representativos del nuevo siglo: el análisis ofrecido por Emanuele Senici (2010) sobre la experimental producción de *La Pietra del Paragone* de Rossini que, en 2007, llevó a cabo el teatro de Châtelet de París. La obra jugaba con la digitalización del espacio escénico —dividido en pantalla y escenario real—, pensada a priori para mejorar la calidad artística del producto audiovisual —en este caso el DVD— derivado del vivo (Senici, 2010, pp. 71-78). En la producción los cantantes actuaban sobre un croma azul y la audiencia presenciaba en las pantallas superiores la proyección virtual de los espacios de representación creados por ordenador para la producción. Alabado por crítica y público, el experimento ofrecía una solución artística compatible con la tecnología audiovisual digital, sin renunciar, por ello, a la magia del directo. Los sistemas de producción empleados estaban pensados para posibilitar al máximo una apreciación mediática del acabado artístico.

Como en el exitoso —y al mismo tiempo aislado— caso de *La Pietra del Paragone*, hoy se considera del todo conveniente que la ópera en vídeo desarrolle su potencial mediático para que el propio medio del vídeo, en la línea de negocio y ámbito artístico que ha ido copando en el mercado audiovisual, pueda consolidar su propio modo de representación institucional también en el ámbito de las artes escénicas (Palazón, 1998, pp. 85-88). El vídeo es un medio de comunicación que puede hibridar la recreación de un espectáculo narrativo con la simulación de la experiencia televisiva, gracias a lógicas de compensación, como se ha visto en el apartado destinado al siglo XX. Por ejemplo, frente a la distancia y la inmovilidad con la que se presenta la recreación del vivo en el escenario, llevada a cabo por prácticas convencionales de medios como el cine o la televisión, los vídeos de ópera podrían compensar dichas características con la incorporación de perspectivas múltiples, ángulos y aproximaciones capaces de involucrar al público en el espectáculo narrado (Morris, 2010, p. 114). Asimismo, el vídeo podría evocar con facilidad la presencia física del espectáculo, en la medida en que la abundancia de imágenes y sonidos mediatizados, lejos de llevarnos hacia una permanente dislocación de la realidad, nutre y sustenta la reconexión de los espectadores con las cosas materiales reconocibles en su mundo (Gumbrecht, 2004, pp. 108- 140).³³⁸

Expuesto a las demandas del máquetin y relativamente libre de las tradicionales presiones del espectáculo y de la propia ontología del trabajo musical —gracias a su falta de dependencia temporal y espacial—, el DVD, mediante su contenido múltiple y su flexible

³³⁸ Para ampliar información sobre el concepto de presencia física y la mediatización de las realidades sociales, se recomienda consultar el trabajo de Hans Ulrich Gumbrecht, *Production of Presence: What Meaning Cannot Convey*, publicado por Stanford University Press en 2004.

usabilidad, se considera hoy en día un medio privilegiado mediante el que imaginar la ópera en términos de convergencia e integración cinemática (Cenciarelli, 2013, p. 223). En este sentido, el mayor obstáculo que encuentra la disciplina en concreto, lo puede constituir la mentalidad y las convenciones que la industria artística puede seguir manteniendo en relación a este tipo de productos. Asimismo, los teóricos han considerado que muchas de las innovaciones mediáticas que podrían ayudar a impulsar este mercado dependen de largos procesos burocráticos relacionados con las subvenciones gubernamentales, los sponsors corporativos, campañas agresivas de suscripción de socios y donaciones filantrópicas, entre otros factores (Morris, 2010, p. 99).

3.4.4. Conclusiones.

Por todo lo hasta aquí descrito puede decirse que, como producto, el DVD se libera de la retransmisión simultánea. Sin embargo, como medio de comunicación, el vídeo sigue dependiendo del vivo teatral (Morris, 2010, pp. 98-99). Si evoluciona también hacia narrativas más cinemáticas, la nueva lógica expresada por el lenguaje de medio permitiría al DVD admitir mayores innovaciones videográficas que las que puede incorporar la ópera en cines. Pero en realidad los productos en este formato evidencian casi la misma falta de creatividad que hace unas décadas. Más allá de los cambios internos provocados por la innovación escénica, como en el *Otello* de Verdi, con público participativo, ofrecido en 2009 por la Birmingham Opera Company, o, como se ha visto, la experimental producción de *La Pietra del Paragone* de Rossini, que llevó a cabo el teatro de Châtelet de París en 2007, son pocas las producciones que planifican herramientas creativas destinadas a mejorar el producto audiovisual final, es decir, son pocas aquellas que conceptualizan el producto primario pensando en el consumidor mediático final (Senici, 2010, pp. 71-78).

Lo que por el momento puede afirmarse es que, de manera muy positiva para la teoría de los medios, la comercialización de un número siempre creciente de vídeos de ópera sobre el vivo, está creando un archivo virtual de la puesta en escena operística que se mostraba impensable hace una década. Esta situación debería provocar un impacto positivo en el estudio de disciplinas como la realización o la escenografía, en la línea que, precisamente, propone este trabajo de investigación. Como también ocurre en la ópera en los cines, tampoco puede obviarse el impacto comercial para los artistas, expuestos ahora a críticas no solo sonoras, sino visuales, relacionadas con su capacidad actoral (Senici, 2009, p. 311).

Desde el punto de vista mediático, la explosión del DVD en los últimos años vuelve urgente la necesidad de cuestionar el vídeo en este formato en sí y por sí mismo, con la posibilidad de establecer una poética, una estética y una hermenéutica indiscutiblemente propias, que parecen orientarse más a la estética propia de la cinematografía, que a la tendencia televisiva que ha marcado el vídeo de ópera durante el pasado siglo (Senici, 2009, p. 285). Al fin y al cabo, el formato DVD se presenta como un portal con una amplia posibilidad de interacción con los usuarios. Estos se relacionan de una forma distinta con la obra, al perder tiempo en los márgenes de la misma, navegando por todos los paratextos que enriquecen la representación grabada. El DVD, por lo tanto, se presenta como un formato adecuado no solo para aquellos públicos operófilos con inquietudes coleccionistas, sino para todos aquellos entusiastas de la tecnología digital que disfrutan de la mera acción de interactuar con la tecnología, a veces con una mayor predisposición en este acto, que la acción de explorar los propios contenidos operísticos del vídeo (Sebok, 2007, p. 224; De Diego, 2010, pp. 2-4). El DVD podría poner así a disposición del usuario, además de contenidos interesantes para los amantes de la ópera —como podrían ser solos de los divos, o partes musicales extra, interpretadas por una orquesta de calidad—, también su propio valor como medio audiovisual capaz de divulgar el arte de la ópera: posibilita interactuar con la tecnología a través del consumo de contenidos no musicales ni artísticos, sino informativos, de carácter divulgativo o de puro entretenimiento, como pueden constituir las entrevistas a los directores —donde cobra fuerza el valor de la autoría de la obra—, el making of o las referencias históricas de la obra (Sheil, 2012, pp. 129-150). En este sentido, la interface se vuelve una manera conseguir un resultado más estético y temporal de los nuevos medios, relacionando la ópera con la cultura contemporánea en términos de convergencia, integración e interactividad (Cenciarelli, 2013, p. 217). Puede decirse también, tras lo visto en este apartado, que la adopción cinematográfica, más que de los textos, de los paratextos de los vídeos de ópera, une el contenido con el medio, en la línea de las teorías sobre la remediación y la convergencia digital (Bolter, 2005, pp. 9-12). Este fenómeno pone en entredicho cuál debería ser considerado el texto o la obra de referencia original para el espectador. Abandonada la lógica televisiva, ya no se presenta el medio como un contenedor neutral de la representación mediada, en un formato determinado. El DVD en concreto, ha de potenciar el valor de la producción del vídeo en sí misma. Desde el punto de vista temporal, la lógica cinematográfica actúa como un antídoto local contra las restricciones televisivas. Facilita nexos con los géneros visuales y con estéticas culturales que afectan a distintos niveles de sugestión. Como se ha visto, dichos

nexos no necesariamente deben establecerse con el contenido operístico principal, sino con todos los productos terciarios —paratextos o material extra— que ayudan a entender la ópera como mundo de referencia al que asociar nuestras vidas. Refuerzan así el compromiso que el consumidor del vídeo asume con las características de la obra de forma ontológica, como si de un espectador más se tratase: la absorción, la inmediatez y el afecto, entre otras (Morris, 2010, p. 102).

Puede concluirse, finalmente, que la práctica y las asunciones de la ópera en vídeo invitan a repensar las investigaciones futuras en términos de lógicas mediáticas, como orientación para encontrar caminos que favorezcan la creación de nuevas audiencias, a partir de la diversificación de los productos: vídeos que favorecen un entendimiento audiovisual más televisual, en los que se primen elementos como la personalidad de la institución que está detrás o la importancia histórica de una producción en concreto, y vídeos donde se potencien las propiedades más narrativas de la obra, en los que el elemento fuerte lo constituya la narración propuesta por la ficción musical.

El DVD ha permitido que en los espacios de ocio, así como en los hogares, el arte de la ópera se experimente de forma más interactiva. Sin embargo aunque esta interactividad constituya una característica propia de la convergencia mediática, la ópera debe tener en cuenta que, en la transición a una integración de medios más avanzada, en un futuro inmediato, los consumidores del DVD se dividirán en dos tipos de usuarios: los que emplearán un reproductor DVD en versiones más avanzadas en términos de calidad del propio formato aquí descrito, como pueden constituir la tecnología BLU-Ray o el HD, y aquellos usuarios que recorrerán la red para seleccionar y acceder on demand a los contenidos que ofrecen la mayor parte de las industrias artísticas en la era digital. En este sentido, el sector de la edición de DVD parece apuntar un desarrollo corto porque, tarde o temprano, las nuevas técnicas de compresión de archivos permitirán optimizar el flujo de transmisión de contenidos audiovisuales a través de la red de forma económica (Igarza, 2008, p. 44). Así, el futuro de la ópera audiovisual para los nuevos públicos, aunque parece quedar en manos de internet, depende de decisiones estratégicas relacionadas con el tipo de sistemas de producción empleados, o no, de acuerdo a distintas finalidades mediáticas.

LA OPERA EN INTERNET

3.5.1. Introducción.

En el siglo XXI, la fusión de los medios y la multiplicidad de funciones que está adquiriendo cada uno de ellos, modifica nuestro comportamiento como usuarios (Schuegraf, 2007, p. 21). Las actividades culturales son, cada vez más, mediadas digitalmente, y en la mayoría de las ocasiones, este acceso a los contenidos culturales es mediatizado por dispositivos electrónicos de comunicación (Igarza, 2008, p. 34).

En el nuevo paisaje mediático, internet se va situando progresivamente en el punto central de la comunicación cotidiana, muy especialmente después del éxito de los teléfonos inteligentes. De entre las características que ofrece internet como medio, se encuentra su habilidad para mezclar la producción y la recepción, la masa y lo interpersonal, así como las diferentes formas y lógicas mediáticas, como bien se ha planteado en el estado de la cuestión de esta investigación (Press & Livingstone, 2006, p. 184). En el espacio generado por la red, la comunicación se vuelve horizontal y multidireccional, frente a la oferta unilateral y bidireccional que hacían posible los medios convencionales. Internet también parece un medio idóneo para ofrecer espectáculos como el de la ópera, que favorezcan la estimulación visual y la narración en forma de navegación (Boiarsky, 2002, p. 16; Verhoeff, 2012). Los usuarios, a su vez, ahora son emisores y receptores, sin jerarquía entre ellos, con plena capacidad para contribuir a ese intercambio en el grado que cada uno desee (Cebrián, 2008, p. 349). Para algunos autores, el ciberespacio está provocando cambios tan significativos, que no solo afectan al lenguaje audiovisual, sino también y principalmente, a los usos que los públicos otorgan a los medios (Tubella, Taberero & Dwyer, 2008, p. 20; Díaz, 2009, p. 64).

3.5.1.1. Generación net.

Debido a todas estas características, la comunicación audiovisual deviene a comunicación interactiva. Según los últimos estudios, desde la perspectiva del usuario, la interactividad se entiende como la disposición organizada de facilidades para que el consumidor pueda influir en el comportamiento del sistema en línea. La interactividad incide en la experiencia comunicativa que es especialmente percibida por la usabilidad (Nielsen, 2000). Los rasgos del nuevo modelo comunicativo parecen ser la inmediatez, la personalización, la ampliación, la no linealidad y la participación (León & García-Avilés, 2000, pp. 141-

179).³³⁹ Todos ellos responden a los nuevos modelos de lectura que parecen con las generaciones de públicos nacidas en el mundo digital. Gracias a internet, estas nuevas audiencias están capacitadas para el reconocimiento de un nuevo esquema narrativo que no requiere coherencia entre las partes. Inmersa en tipos de narrativas constantes e inconexas, la generación digital ha desarrollado patrones de lectura no lineales y asíncronos (Boiarsky, 2002, p. 15). Como también se ha tratado en el estado de la cuestión de esta investigación, también gracias a los videojuegos, los nuevos públicos que el arte de la ópera pretende alcanzar, conocen ahora las señales visuales que les permiten predecir con mayor facilidad las historias lineales propias de la narrativa convencional. Ayudados por este aprendizaje previo, las nuevas audiencias aprenden a predecir los ajustes que suceden “fuera del escenario”. Las nuevas generaciones del videojuego desarrollan así un campo de visión extendida que les permite expandir su vista más allá de la pantalla. El desplazamiento vertical y horizontal a lo largo de la pantalla constituye, de hecho, una forma de obtener información en los nuevos medios. La habilidad que presenta esta generación para desarrollar nuevos patrones de lectura que abarquen los nuevos géneros ofrecidos por los nuevos medios parece extenderse más allá de internet. Asimismo, la nueva generación de públicos mediáticos que la ópera persigue captar, presenta como característica principal una amplia tolerancia a estímulos visuales, una elevada exposición a las imágenes continuamente cambiantes, así como una familiarización con estéticas, iluminaciones y colores saturados (Boiarsky, 2002, p. 16).

Los públicos operófilos, por el contrario, forman parte de esa masa de consumidores definidos como “inmigrantes digitales” (Jukes, 2008, p. 13). Estos públicos deben esforzarse para adaptarse a los nuevos patrones de lectura marcados por la generación digital. En internet, los inmigrantes digitales prefieren consumir informaciones textuales frente a las audiovisuales. Asimismo, estiman aquellos procesos singulares y las tareas acotadas. Mientras los públicos mediáticos suelen interactuar en red, de forma simultánea, con otros usuarios, los inmigrantes están particularmente interesados en desempeñarse de manera independiente y autónoma (Jukes, 2008, pp. 13- 15). Todas estas características constituyen una información fundamental para la ópera, si desea establecer relaciones a través de las pantallas interactivas.

³³⁹ En relación a la inmediatez, incrementan las capacidades del usuario para acceder a los contenidos cuando lo desea y le conviene en lo que se ha denominado “cultura de la información instantánea” (Harper, 1999, p. 57). La personalización permite al usuario descentralizar el consumo de contenidos ya que el acceso a la información se facilita. La ampliación se entiende en el sentido del acceso a una mayor cantidad de información en función de su deseo (Igarza, 2008, pp. 169- 171).

3.5.1.2. Aumento del consumo en formato audiovisual.

En los últimos tiempos, de todos los elementos que componen el lenguaje hipertextual que caracteriza la lectura mediática en la red, el vídeo parece constituir uno de los lenguajes más utilizado tanto por los creadores de información como por los consumidores (Díaz, 2009, pp. 64- 71).³⁴⁰ De hecho, en el lenguaje hipertextual, son los propios usuarios los que establecen un orden definitivo —casi siempre aleatorio— y una significación personal a los contenidos consumidos en el formato del vídeo (Cebrián, 2008, p. 348). Pero ahora en internet, en lugar de una estructura lineal en el tiempo propia de una lectura audiovisual convencional, se produce una fragmentación de los contenidos, de tal manera que la comunicación se establece mediante relatos muy breves, en forma de paquetes (Cebrián, 2005, p. 65).³⁴¹ La propia revolución digital promueve esta narrativa concentrada —más propia de formatos de consumo divididos en unidades discretas de información, como el *videoclip* o los *spots*— frente a la narrativa audiovisual expandida —propia del largometraje— (Orihuela, 2002; Díaz, 2009, p. 65). Los usuarios también contribuyen a esta condensación audiovisual: cualquier instante de la realidad puede ser representado en un clip de vídeo —o *videoclip*—, entendido como registro digital de sonido e imagen que se comparte con una intención lúdica *in situ*, o globalmente en el ciberespacio (Díaz, 2009, p. 65). Así, los estudios contemporáneos explican cómo el vídeo parece haberse constituido el medio cuyo consumo a través de internet presenta un mayor índice de crecimiento (Arias, 2009, p. 64).³⁴²

El vídeo en la red constituye una parte sustancial de las interacciones que crean una información globalmente compartida, donde el espacio virtual, comúnmente llamado *ciberespacio* —en el cual se consume dicha información—, cobra especial relevancia al entenderse como una vía de consumo hipertextual y multi-mediático en sí mismo. Para

³⁴⁰ Según Díaz, en el lenguaje multimedia cada elemento expresivo conserva su independencia. De entre todos los elementos que conforman este lenguaje, el más independiente es el vídeo, yuxtaponiéndose al texto escrito como si se tratase de una ilustración (Díaz, 2009, pp. 69- 70).

³⁴¹ De esta forma, la significación no se construye en línea, sino de manera fragmentaria e interactiva por el receptor, a partir de asociaciones creadas por el autor, que a su vez se enlazan con otras asociaciones creadas por otros productores, hasta originar una red de conocimiento en la que cada nodo enlazado compite por la atención del receptor (Webster, 2008, pp. 23- 38).

³⁴² Hace 10 años, la *World Wide Web* estaba basada en textos acompañados por fotos y gráficos. Pocos sitios ofrecían la posibilidad de descargar o visionar vídeos. En 2008, el 77% de los internautas norteamericanos visionaban vídeos con una media diaria de 277 minutos. Mientras que ver vídeos parece ser la actividad más frecuente en la Red, subirlos a la nube constituye todavía una acción minoritaria, aunque cada vez más creciente (Arias, 2009, p. 64).

muchos autores, el vídeo navegable en el contexto del ciberespacio, se convierte en una forma cultural con su propias leyes que legitima, distingue y vuelve exclusivo el uso de los nuevos medios (Manovich, 2001, pp. 251- 252).³⁴³

En los últimos años se ha defendido que el aumento de consumo del vídeo en la red se encuentra directamente relacionado con el descenso y el escaso éxito que, en términos generales, ha tenido la implantación de la televisión interactiva en muchos de los países industrializados, como se ha podido comprobar en el apartado destinado a la televisión (Missika, 2006, p. 65; Igarza, 2008, pp. 46- 47). Asimismo, el sector juvenil de la sociedad es el público que se ha ido trasladando paulatinamente del medio televisivo al ordenador. Se citan, como ejemplo, los datos que presentaba este sector a finales de la primera década del siglo XXI: en 2008, el 44% de los menores de 24 años afirmaba preferir ver vídeos en internet antes que ver la televisión. De estos, el 56% manifestaba tener la intención de compartir vídeos en la red (Igarza, 2008, p. 48).³⁴⁴ Con el traslado de las audiencias más jóvenes al medio interactivo, resulta lógico que, para competir con la oferta de ocio que promueve la televisión clásica, muchas industrias culturales se hayan lanzado a la generación de contenidos online (Fumero & García Hervás, 2008, pp. 56- 68).

3.5.1.3. El vídeo impulsa el consumo del producto terciario.

La digitalización ha aportado la posibilidad de desagregar y de fragmentar el discurso audiovisual y hacerlo asequible por partes. Cada una de ellas puede ser intercambiada independientemente (Igarza, 2008, p. 64). Este resultado tiene efectos positivos para la diseminación cultural. Hoy en el ciberespacio cobra cada vez más importancia la proliferación de videoclips que no son sino fragmentos de narraciones audiovisuales extendidas, a menudo manipulados y postproducidos por sus creadores o por los propios usuarios (Díaz, 2009, p. 65; Lacasa & Villanueva, 2011, p. 65- 74). De manera que, aunque navegando por el ciberespacio podemos acceder a las grandes narrativas extendidas, el producto audiovisual más característico de la red lo constituye el videoclip (Díaz, 2009, p.

³⁴³ El espacio navegable en la red se entiende hoy como un nuevo tipo de medio. Constituye un aceptado modo de interactuar con cualquier tipo de datos. La cultura *computer space* engloba todas las experiencias y representaciones de nuestra vida: los libros son sustituidos por los hipertextos y las formas convencionales de narración se suplantán por la navegación por el espacio (Manovich, 2001, pp. 252- 253).

³⁴⁴ Según los datos anuales ofrecidos por *Accenture Global Digital Home Study*. Consultar: www.accenture.com. Recuperado de: http://www.accenture.com/Microsites/KPN/Documents/Managing_the_Digital_Home.pdf.

65).³⁴⁵ Debería tenerse en cuenta, no obstante, que la característica fragmentaria de los contenidos culturales en la red hoy agudiza el problema de la sobre-información que le llega al consumidor final. La galaxia digital se ha convertido en un espacio inundado de infinitos retazos de información operística que requieren una capacidad de integración muy desarrollada por parte no solo de los productores, sino también y principalmente, de los consumidores (Igarza, 2008, p. 64; Senici, 2009). El problema de la sobre-información en internet puede afectar de forma notable a un arte como el de la ópera, cuya apreciación completa exige, como se ha expresado en este trabajo, cierto deseo añadido de aprenderlo. Finalmente, resulta muy relevante citar cuáles constituyen actualmente los principales usos sociales que se le confieren al formato de vídeo en la red. Por orden de implantación social, se sitúan el entretenimiento, el uso institucional, la construcción de identidad y la alimentación de las Redes Sociales (Díaz, 2009, p. 67). Como se tratará en este apartado, la industria de la ópera parece estar respondiendo a todos ellos a través de distintas iniciativas de mayor o menor implantación social.

3.5.2. Actualización online de la ópera.

Puede decirse, en este contexto, que la tendencia creciente de consumo de contenidos audiovisuales en internet no ha dejado indiferente a la industria de la ópera. En el siglo XXI, el género musical también se ha visto favorecido por la digitalización audiovisual de las artes escénicas en la que han quedado inmersas casi todas las economías culturales (Bustamante, 2011, pp. 59- 64). Fruto de la convergencia mediática, el arte ha procurado extender la imagen de su negocio en la red (Lacasa & Villanueva, 2012). En concreto, la industria hoy parece centrar su esfuerzo en conocer mejor quiénes son sus consumidores en internet para determinar qué puede ofrecerles desde el punto de vista de la usabilidad del medio y de la tendencia de consumo cultural (Boiarsky, 2002, p. 17).³⁴⁶ Como todas las economías de las artes escénicas, ha pensado nuevas estrategias creativas *on-line*. La ópera a través de la red sale de los teatros para formar parte de la vida de las personas, de su archivo simbólico, ya que desea ser incluida en la imagen que la sociedad construye de sí misma y de su tiempo (Hoffmann, 2011, p. 273).

³⁴⁵ El videoclip se entiende como un relato concentrado que exige una atención fugaz, apto para un consumo banal y compulsivo y fácilmente compartido mediante la difusión viral (Díaz, 2009, p. 65).

³⁴⁶ Tanto los públicos tradicionales de la ópera como los más jóvenes nativos digitales y no necesariamente vinculados al arte, muestran la necesidad de mejorar la facilidad e intuición en la navegación por internet (Boiarsky, 2002, p. 17).

Según los últimos estudios aplicados a las artes escénicas, el nuevo medio de internet ofrece la posibilidad de digitalizar la ópera para facilitar su consumo doméstico. Pero también y principalmente, es una herramienta óptima para alcanzar a los nuevos públicos del género musical provenientes de aquellos sectores de la población que ya son culturalmente activos y que, por circunstancias diversas, no asisten a los espectáculos de ópera (Ramírez Soley, 2011). Gracias a las posibilidades de integración que ofrece el nuevo medio en la vida de los usuarios (Silverstone, 1994, p. 3), el arte de la ópera puede disfrutarse y aprenderse desde casa. Así, la ópera, con el fin de mostrarse un contenido actual en la sociedad, ha decidido, además de digitalizar y audiovisualizar su producto, lanzar toda una red de información audiovisual sobre su mundo en internet.

Con estas iniciativas no solo de difusión, sino también de actualización de sus contenidos, parece ser consciente de que en una sociedad mediática, la actualidad no es tanto una propiedad de las cosas, como del mensaje que de ellas habla, como ya se ha explicado en la introducción de este trabajo; una proporción entre una información emitida y las expectativas de los receptores (Lacasa & Villanueva, 2012, p. 413- 418). Así, la ópera hoy más que nunca, es consciente de que no ha de conseguir demostrar una mayor relevancia musical sino una mayor accesibilidad social. Por ello se sirve de la infraestructura online para integrarse en los mundos de los nuevos públicos y, al mismo tiempo, para ser mejor entendida por estos (García-Avilés, 2009). En el siglo XXI, por encima de cualquier iniciativa mediática ligada a la tradición y a las prácticas del pasado siglo, la ópera busca cómo adaptar las características de su espectáculo presencial, en directo y en comunidad, a los nuevos modelos de consumo que se dan en la red. En este sentido acierta, ya que Internet se concibe como un medio perfecto debido a su ubicuidad (Carroll; Foth; Adkins, 2010, p. 147).

Por lo tanto, pueden distinguirse dos tendencias audiovisuales en la red, de carácter global, que ha emprendido en los últimos años la ópera. Estas dos tendencias están claramente diferenciadas en el ciberespacio: 1) la ópera se lanza a difundir sus productos secundarios para facilitar el acceso de sus públicos al espectáculo; y 2) la ópera construye una red de información online para atraer a nuevas audiencias al espectáculo original, y para fidelizar a sus multitudes de fans.

3.5.2.1. *Difusión audiovisual de la ópera en la red.*

La primera de las iniciativas de la ópera en internet, es la difusión de su espectáculo audiovisual mediante distintos servicios de transmisión distinguidos según las características que presenta la producción original —si es en directo o en diferido—. De entre todas las opciones probadas por la industria artística, parecen asentarse en el mercado dos plataformas globales: para la difusión y el consumo de óperas en directo se priorizan las retransmisiones vía *streaming* desde la red. Los productos operísticos en diferido, son apreciados gracias a plataformas generalistas como el *video on demand*. Se explicitarán a continuación las distintas características que presentan cada una de ellas.

3.5.2.1.1. *Video on Demand—VOD—*

El vídeo de ópera bajo demanda —o *a la carta*— tiene su origen en la apertura de los portales de *cibercine*³⁴⁷ de pago a principios del siglo XXI, iniciativa mediante la que las productoras cinematográficas ponían solución a las descargas ilegales de copias de películas digitales. El vídeo *on demand* ofrece un espacio de descarga en el que se ponen al servicio del consumidor herramientas de búsqueda, valoración, personalización y distribución de los contenidos (Díaz, 2009, pp. 65, 66).³⁴⁸ Algunos de ellos también ofrecen herramientas que favorecen la interacción de los públicos, como ciertos foros relacionados con estos canales, que se publicitan en las mismas páginas de descarga, y que son aprovechados por empresas —generalmente tecnológicas— con fines promocionales, relacionadas con la oferta de contenidos, como es el caso de la propia plataforma *Siriusxm*, servicio tecnológico del partner que utiliza el propio Met para difundir sus contenidos —en este caso musicales— a través de la radio.³⁴⁹ Hoy el servicio de vídeo a la carta, desde el ordenador doméstico, constituye una práctica con la que el consumidor actual está familiarizado. Por lo tanto, la ópera podría aprovecharlo como dispositivo fidelizador de públicos. A modo de ejemplo, puede destacarse el servicio de vídeo *Metplayer* lanzado en 2008 por el Metropolitan Opera House de Nueva York, y convertido desde 2012 en *Met Opera On Demand* —proyecto

³⁴⁷ De forma rigurosa, el término *cibercine* es empleado por la literatura para designar el visionado en línea de películas cinematográficas mediante el sistema *streaming* (Díaz, 2009, p. 65).

³⁴⁸ Cada vídeo es un nodo de una red a su vez relacionada con los usuarios y las redes sociales que estos conforman. Y cada usuario puede establecer una relación con estos vídeos a través de herramientas como “favoritos” o “canales”, consistiendo éstos en una agrupación de vídeos propios y ajenos (Díaz, 2009, p. 67).

³⁴⁹ Consultar: www.siriusxm.com. Recuperado de <http://www.siriusxm.com/metropolitanopera>. Último acceso realizado el 29 de noviembre de 2013.

renombrado para incluir en él las iniciativas de difusión de video del teatro también en dispositivos móviles como los *smartphones* o las *tablets*—. Más que un videoclub de ópera, en la actualidad *Met Opera on Demand* se considera un complejo servicio de vídeo a la carta, previo pago, en el que se combina la oferta de una mediateca que contiene más de 300 vídeos del pasado —calidad VHS— con la difusión de las últimas retransmisiones del *Met* en calidad HD, además de archivos de audio.³⁵⁰ *Met Opera on Demand* ofrece, asimismo, grandes comodidades para navegar con facilidad por la obra, fragmentar el visionado lineal para llegar directamente a los contenidos deseados, elaborar listas de favoritos, o elegir la calidad de reproducción del vídeo. Gracias al alto ritmo de actualización de sus materiales, uno de los valores fuertes de la plataforma, según Adam Wasserman (2009), puede ser su capacidad para inducir nostalgia a aquellos usuarios que hayan asistido a la representación del teatro. Por ese mismo motivo, también puede servir para evocar sentimientos o recuperar detalles que durante la obra no pudieron ser apreciados. Así, para los usuarios más expertos, el servicio se muestra como una herramienta muy útil, al poder comparar diversas versiones actuales e históricas de una misma ópera, confiriéndole un relevante valor documental. Por el carácter especializado de su material y, sobre todo, por su calidad, *Metplayer* y sus posteriores versiones para dispositivos móviles, parecen presentar ventajas frente a otras plataformas mucho más generalistas en las que la descarga o el visionado es gratuito. Pero sin duda, una de las mayores potencialidades que podrían ofrecer estas plataformas de vídeo a la carta como *Met Opera on Demand*, es la posibilidad de compartir en red los fragmentos de vídeo elegidos por el usuario. Esta opción, aunque pequeña en acto, representa un primer paso lleno de potencial, ya que, como se ha descrito, el consumidor mediático en la red desea compartir sus contenidos en las comunidades virtuales. Es ahora el usuario quien, seleccionando y enviando partes de la obra, se convierte en editor de productos operísticos terciarios. Al difundirlos, los da a conocer; por la manera personalizada de hacerlo, los enseña a valorar, algo decisivo para atraer nuevos públicos.

En relación a este tipo de consumo de ópera a la carta, uno de los grandes problemas que manifiestan los autores, es la ubicuidad del formato en la red. Ciertamente hoy constituye una realidad la posibilidad de descargar y visionar una ópera en un *Smartphone*, o en el *Ipad*. Sin embargo, a pesar de la mejora técnica del producto y de los dispositivos, los agentes operísticos deberían preguntarse si tiene sentido fijar la vista y la atención en un móvil durante 150 minutos (Díaz, 2009, p. 65; Ramírez, 2011). Todavía se considera que los

³⁵⁰ Puede consultarse la información oficial ofrecida por la organización: www.metoperafamily.org. Recuperado de: <http://www.metoperafamily.org/metopera/about/ourstory.aspx>. Último acceso: 26 de abril de 2011.

actuales dispositivos *on-line* no ofrecen el entorno adecuado —entendido en términos de calidad en la imagen y el sonido— para apreciar el arte de la ópera en óptimas circunstancias: poder, en definitiva, visionar aquellos productos artísticos secundarios enteros, es decir, las óperas audiovisualizadas de larga duración. Frente a la evolución de la oferta de los contenidos de entretenimiento hacia la pantalla móvil, la ópera explora otro tipo de iniciativas complementarias, consciente de su problema temporal y tecnológico. Así, apuesta más por un consumo desde el ordenador personal en el que la conexión a la red, siempre fija y sin interrupciones, podría permitir la retransmisión de productos culturalmente sincronizados, en directo desde otras zonas geográficas.

3.5.2.1.2 Opera vía streaming desde el ordenador.

Con respecto a la segunda tendencia elegida para aquellas iniciativas de difusión del espectáculo en directo, las retransmisiones *in live streaming* aplicadas a la ópera, constituyen un proyecto todavía joven y fuertemente condicionado por factores económicos y tecnológicos.³⁵¹ No es de extrañar que la lleven a cabo, más que los teatros individuales, los organismos internacionales esponsorizados por múltiples inversores. El festival de Bayreuth fue el pionero en lanzar, en 2008, esta nueva forma de atraer al evento a nuevos públicos a través de los directos ofrecidos desde su página web.³⁵² Consiguió con ello rentabilizar al máximo un festival que se programa tan solo dos meses al año, otorgarle visibilidad internacional y convertir la ópera en un hecho noticiable. El proyecto fue repetido en los años sucesivos con otros títulos — como *Die Walküre*, de Richard Wagner, en agosto de 2010—. Su éxito también ha sido imitado por otras organizaciones como *The Glyndebourne Festival*.³⁵³

A pesar de los condicionantes tecnológicos, el servicio *in live streaming* se muestra, desde el punto de vista artístico, el formato idóneo para actualizar de manera natural la ópera, ya que permite conservar el motor artístico del arte: trasporta aquella dimensión vivencial del evento en directo, haciendo a los espectadores co-partícipes de la experiencia en tiempo real (Heyer, 2008). En España, con esa intención nació en 2011 el *Palco Digital*, una

³⁵¹ Previo pago, el usuario puede consumir un estreno desde su ordenador o una pantalla móvil e interactuar con el teatro, así como disfrutar de una calidad de imagen y sonido cada vez mayor.

³⁵² Dentro de la idea de renovar un festival anquilosado (De Diego, 2010, p. 4), Katharina Wagner ofreció en la red *Die Meistersinger von Nürnberg* mediante servicio *webcast* de pago vía *streaming*.

³⁵³ Consultar: [www.glyndebourne.com](http://glyndebourne.com). Recuperado de <http://glyndebourne.com/production/cunning-little-vixen>. Último acceso, 27 de septiembre de 2013.

iniciativa liderada por el Teatro Real de Madrid y la plataforma *Orbyt*, mediante su canal de pago *ONO*. El palco Digital es un portal audiovisual que, a través de la red, ofrece producciones del coliseo en alta definición de audio y vídeo. Aunque hoy el servicio también posibilita descargar producciones del teatro madrileño que forman parte de su archivo documental, la iniciativa se centra en la posibilidad de que el usuario, bajo una suscripción anual a un paquete de contenidos de pago, pueda apreciar los estrenos desde el ordenador portátil en tiempo real a la producción en el teatro (Lorenci, 2011).³⁵⁴ En 2011, la estratégica iniciativa española necesitó invertir más de cuatro millones de euros en una infraestructura tecnológica que dotaba al teatro de plena autonomía y le permitía grabar, emitir y producir en alta calidad, superando las prestaciones de los equipos del Covent Garden de Londres o el Met de Nueva York. Según la prensa digital, a través de esta ventana se pretendía llegar a nuevos públicos, “con precios propios de los tiempos de crisis”—una media de 14 euros por estreno— y seguir la estela de teatros como el Metropolitan de Nueva York, que en aquel año, sin equipo audiovisual propio, había logrado recaudar más por la ópera online y la explotación audiovisual que por la recaudación en taquilla para los espectáculos presenciales. Además, había logrado hacerlo sin que este tipo de medidas complementarias resintieran la asistencia al teatro (Lorenci, 2011). Sin embargo, dos años después de que surgiera la costosa iniciativa, el servicio se considera todavía en periodo de consolidación, ya que depende directamente de la evolución del consumo de televisión de pago en España, un país que ha mostrado un interés discreto por el desarrollo de este nuevo medio, como se ha expresado en el anterior apartado 3.4 de este capítulo (Herrero, 2000). Como en el caso del *Palco Digital*, dada la elevada inversión económica que necesitan los teatros para llevar a cabo estas iniciativas basadas en el directo, el futuro de estos servicios dependerá, cada vez más, de la aparición de terceros agentes. En esta línea hoy, además de los festivales líricos, están surgiendo empresas intermediarias especializadas en el servicio. Proliferan con éxito las plataformas

³⁵⁴ De forma similar a la iniciativa del Metropolitan Opera House de Nueva York, el Palco Digital ofrece distintos servicios de pago a sus suscriptores: los usuarios pueden ver desde su casa, a través de internet, contenidos audiovisuales exclusivos a los que tienen un acceso ilimitado durante el tiempo que dura su suscripción —seis meses o un año—. También pueden adquirir tickets para transmisiones en directo. Fundamentalmente el *Palco Digital* permite disfrutar de transmisiones en directo, producidas en alta definición y con un sonido digital de alta calidad, mediante *live-streaming* desde el teatro. La aplicación de la última tecnología también le permite emitir la señal vía satélite o producir en Blu-Ray o DVD. Además, la *Videoteca* de *Palco Digital* tiene disponibles, bajo demanda, las obras grabadas en alta definición en el Teatro Real, así como los contenidos extra que permiten profundizar en el conocimiento de las óperas. Según lo que se anuncia en su sitio web oficial, la *Videoteca* irá incorporando títulos para ampliar su archivo documental y ponerlo a disposición del público. Consultar su web oficial. Recuperado de <http://www.palcodigital.com>. Último acceso realizado el 23 de septiembre de 2013.

de difusión digital y los canales de televisión on-line, como *Medici.tv* o *ClassicalTV*. La red de señal es habilitada por proveedores de infraestructura como la española *I2CAT*, *GARR*, o plataformas virtuales como *Terena* en los Países Bajos. Logran así llevar el espectáculo hasta el consumidor final. Si quieren actualizarse, los teatros están llamados a colaborar cada vez más con estos terceros agentes tecnológicos. Ya que, desde el punto de vista artístico, como se ha visto, el servicio *in live streaming* es idóneo para actualizar de manera natural la ópera. Durante el año 2012, como parte de los objetivos específicos de esta investigación, se llevó a cabo un pequeño análisis de contenidos de los servicios que ofrecían a los usuarios en la Red, 12 de las instituciones teatrales más importantes del mundo —de acuerdo con los datos contrastados de *Operabase*, *Opera Europa* y *Opera América*—. En concreto, se comprobó si los principales teatros impulsores del arte en el mundo habían desarrollado algún tipo de servicio online, *vía streaming* o bien plataformas de *video on demand*, para satisfacer el consumo doméstico de sus públicos, como bien puede comprobarse en la tabla 1.

Tabla 1: *servicio streaming y de vídeo on demand propios de los teatros*. Fuente: elaboración propia

	Teatro	¿Plataforma que permita la retransmisión en directo desde la red previo pago?	Mediateca virtual (integrada o no en la Web Oficial)
1	Teatro Real (Madrid, España)	Sí. Palco Digital	Sí, a través del Palco Digital
2	Gran Teatre del Liceu (Barcelona, España)	No	No.
3	Opera National de Paris (Paris, Francia)	No	No, pero tiene una sección muy estructurada, titulada "Opera Video" donde se ordenan todos los vídeos de la temporada por categorías, en función del formato o la información que contengan. Incluye secciones de "últimos vídeos" y palabras clave.
4	The Metropolitan Opera (Nueva York, EE.UU)	No. Desarrollado el Met Live in HD pero solo para colegios y cines, a nivel mundial, no es de uso individual todavía. Servicio de radio propio denominado Sirius XM Satellite Radio. De pago, suscripción mensual.	Sí, servicio de pago. Hasta marzo de 2012 se llamaba Metplayer. EN 2012 se ha adaptado para iPad y por eso ha cambiado de nombre: Met Opera on Demand. Suscripciones mensuales. Vídeos en HD, telecast y audio.
5	Teatro alla Scala (Milán, Italia)	No	No. Tiene una "video gallery" pero solo muestra vídeos institucionales del teatro y plantillas de coro y orquesta.
6	Sydney Opera House (Sydney, Australia)	No	No es videoteca pero tiene una página asociada titulada "play" para todos sus espectáculos, es como una especie de página especial con sus vídeos ordenados por géneros, recientes, tipo de espectáculo...
7	Wiener Staatsoper (Viena, Austria)	No	No. No servicio de YouTube sustitutivo. Únicamente breve fragmento del vídeo de una de las representaciones al lado de la elección del evento.
8	Deutsche Oper Berlin (Berlin, Alemania)	No	
9	Royal Opera House (Londres, Reino Unido)	No	No. Media Player que te redirige al canal Youtube. Se puede compartir.
10	Chicago Opera Theater (Chicago, Estados Unidos)	No	No. Tiene una sección de vídeos pero es la misma que la del canal YouTube
11	Teatro Colón (Buenos Aires, Argentina)	No	No. Aunque tiene vídeos oficiales del teatro colgados en YouTube
12	Bolshoi Teatro (Moscú, Rusia)	No	No. Ni un solo vídeo. Utiliza YouTube como sustitutivo.

Según los datos obtenidos, la mayor parte de las organizaciones oficiales, en 2012 no tenían desarrollado ningún servicio de consumo online de sus contenidos. Asimismo, la mayoría de ellas, conscientes de la importancia de poder ofrecer sus producciones a toque de click en el *PC* de los usuarios, han vinculado enlaces a canales propios de plataformas generalistas muy utilizadas por los internautas, como *YouTube*, para poder subsanar la falta de mediatecas virtualizadas propias. Pero lo que reflejan sobre todo estos datos, es que la ópera, en realidad está manifestando un uso discreto de la estrategia de difusión online del arte. Condicionada quizás por las desfavorables circunstancias medioambientales de apreciación que parece ofrecer este medio, su orientación central se basa así en la promoción audiovisual de su espectáculo a través del online.

3.5.2.2. Productos terciarios sobre ópera en internet.

Siendo la ópera un arte que necesita de un cierto aprendizaje, el intercambio natural de conocimientos, relaciones, o deseos que se da en Internet y las redes sociales, hacen de estos, instrumentos muy útiles para generar un contexto operístico de referencia, que se muestre interesante para los nuevos públicos. Siendo la ópera, como veremos, además capaz de actualizarse emulando su presencialidad y su directo a través de la red, la utilización natural del on-line para recrear la experiencia en comunidad, le ayudaría a extenderse de una manera fiel a su motor artístico: el espectáculo original.

La ópera es consciente de que en la red, los nativos digitales, llamados la generación *Nintendo* o generación *Net*, constituyen un sector de públicos mucho más orientado hacia una natural apreciación mediático audiovisual que las anteriores generaciones (Pereira Domínguez & Urpí Guercia, 2005, p. 78). Como se ha tratado, estos han desarrollado múltiples capacidades mediáticas, como un elevado grado de agudeza visual, una gran tolerancia a largas cantidades de estímulos audiovisuales, así como nuevos patrones de lectura y de esquemas (Boiarsky, 2002, p. 14). Asimismo, estos públicos crecen acostumbrados al mundo digital.

Por ello, los esfuerzos de la ópera no solo deben orientarse a la distribución de su producto digitalizado, sino a la constante incentivación de este mundo de referencia operístico que ahora en la red adquiere múltiples matices y formas —la mayoría de ellas audiovisuales—, permitiendo provocar emociones estéticas y auténticas implicaciones personales con el arte (Rössel, 2011, p. 89). Si esto se diera, la actualización audiovisual de la ópera significaría

poder convocar, compartir, atraer, educar, fidelizar y dialogar con las nuevas audiencias, logrando en definitiva, no solo actualizarse, sino lo que es mejor: ser actualizada a partir de la información sobre su mundo de referencia.

Las iniciativas puestas en marcha por los organismos para mantener vivo su mundo informativo son múltiples y heterogéneas. Debido a su proliferación y constante actualización, resulta imposible recogerlas de manera exhaustiva en este trabajo, ya que debería centrarse exclusivamente en este objetivo. Así, se ilustrarán a continuación las principales tendencias en las tipologías de comunicación en formato exclusivamente audiovisual sobre la ópera —es el que interesa según el enfoque de esta investigación—.

Aunque muchos de los productos terciarios son generados por los usuarios en las comunidades y plataformas de la red, la mayoría provienen de los mismos organismos de ópera, los cuales han entendido, según Joan Matabosch (2009), que no saber comunicar las iniciativas a una sociedad es lo mismo que no tenerlas.³⁵⁵ Es por tanto una herramienta de comunicación muy necesaria para la ópera. Pero entendida, todavía, de forma unidireccional, como podrá comprobarse a continuación. Con los productos terciarios se alimenta la presencia de la ópera como espectáculo y como mundo de referencia al que asociar nuestras vidas, relaciones, recuerdos, fantasías y deseos, que entonces fluyen por los canales de los medios (Jenkins, 2008, p. 27).

3.5.2.2.1 Información web audiovisualizada.

Aunque como se ha citado, gracias a su consumo fácil y rápido, uno de los usos sociales más importantes del vídeo en la red parece constituirlo el entretenimiento (Díaz, 2009), en los últimos tiempos la industria de la ópera parece haber priorizado el objetivo institucional en sus iniciativas de comunicación online (Lacasa & Villanueva, 2012, pp. 413- 418) Las páginas web oficiales de los teatros y, en general, toda la información que la industria de la ópera gestiona a través de la red para los usuarios, intenta reflejar cada vez más los esquemas narrativos, los patrones de lectura, y las respuestas ambientales de los nuevos públicos mediáticos (Boiarsky, 2002, p. 16). Como sucede en los conciertos, en los eventos deportivos o en el consumo del ocio en general, la influencia de estas nuevas generaciones puede notarse cada vez más en la distribución y en la ordenación de la información en las

³⁵⁵ Entrevista realizada en 2009 por Opera XXI al actual presidente de *Opera Europa*, Joan Matabosch. Consultar: www.operactual.com. Recuperado de: <http://www.operaxxi.com/protagonistas/default.php?id=19>. Acceso: 15 de abril de 2013.

páginas web (Boiarsky, 2002, p. 14). En este sentido, los nuevos públicos internautas están acostumbrados a leer y a releer los hipertextos que ofrece el mundo internet en secuencias lineales y no lineales. Los *leedores de pantallas*³⁵⁶ escanean los hipertextos en búsqueda de nuevas asociaciones cognitivas (Selig, 2000, p. 643).

Esta adaptación a las nuevas formas de aprendizaje mediático audiovisual que presentan los nativos digitales, en el caso concreto de la ópera y de su información web oficial, no deja de albergar una cierta paradoja. De forma tradicional, los públicos no nativos digitales más conectados con el arte de la ópera que con los contenidos mediáticos, son los que principalmente han acudido a internet para consumir información operística. Estos públicos operófilos, de hecho, suelen coincidir en su mayor parte con la categoría de públicos no mediáticos, acostumbrados a lecturas menos múltiples e integradas (Jukes, 2008, pp. 13- 15). Hasta el día de hoy, frente a presentaciones de la información multi-textual estética y mediáticamente integradas, estos públicos han mostrado dificultades para diferenciar entre las imágenes, los textos y los videos, debido en parte a la característica de saturación que propone el propio lenguaje hipertextual y que hoy ofrecen muchos de los sitios web (Boiarsky, 2002, p. 17).³⁵⁷ La ópera se ha encontrado así con una problemática generacional, trasladada ahora al online: con el fin de satisfacer las necesidades más informativas de estos públicos operófilos, la estética de las páginas oficiales de los teatros, hasta hace muy poco tiempo, se ha manifestado poco integrada, óptima para una lectura textual como si de un libro se tratase, y poco favorable a la utilización del propio espectáculo audiovisual como reclamo mediático. Llama la atención cómo, en el siglo XXI, hasta el año 2012 algunos de los teatros más importantes del mundo, tales como el teatro Colón de Buenos Aires —cuya actualización web se ha producido en el transcurso de 2013—, presentaban estéticas donde predomina la lectura del texto y las distintas formas multimedia se planteaban separadas formalmente. En estos teatros el vídeo se utiliza casi exclusivamente como reclamo visual para una comunicación de carácter informativo desarrollada paralelamente por escrito, como puede ser la información de la ficha artística de la representación, el listado de títulos de la temporada, o actividades complementarias a las funciones (Díaz, 2009, p. 70). Esta situación, aunque de forma paulatina parece estar

³⁵⁶ Término que esta investigación ha encontrado más oportuno para traducir la denominación anglosajona de *screeners*, que Robert Selig acuñaba en 2000 para designar a aquellos públicos jóvenes acostumbrados a realizar lecturas de pantalla virtual (Selig, 2000, p. 643).

³⁵⁷ Estos usuarios normalmente están confundidos por la falta de relación entre el tema principal de un sitio Web y sus contenidos extra añadidos, como banners publicitarios distrayentes, o animaciones visuales dispersas por la pantalla, o enlaces mediante los que deben seguir navegando. Muchos de estos usuarios, tras un intento de búsqueda de información, abandonan las visitas al organismo oficial (Boiarsky, 2002, p. 17).

cambiando, responde a la necesidad de adaptar la lectura de la información a los tipos de públicos fieles al arte, que son, al fin y al cabo, quienes siguen sustentando económicamente el arte primario (Ramírez, 2011).

Aunque el uso del formato audiovisual en las páginas web de un arte que, como se ha defendido, presenta una naturaleza eminentemente audiovisual, ha aumentado en los últimos años, de momento, lo que se observa es que estas páginas no explotan las capacidades estéticas, educativas y comerciales que puede comportar el inserto de vídeo operístico online. Pierden con ello una oportunidad de adaptación mediática ya que, como se ha visto, el vídeo en la red constituye un elemento esencial para favorecer un discurso integrado propio de los procesos de la mediatización, y para favorecer la imagen global del arte (Díaz, 2009, p. 70). En la tabla 2 que se expresa a continuación, se presentan algunos datos relevantes sobre la cantidad de información *audiovisualizada* de los 12 teatros de ópera antes descritos. Como puede comprobarse, la relación todavía es pequeña.

Tabla 2: cantidad de información web *audiovisualizada* que incluyen los teatros de ópera

	Teatros	Canal YouTube (antigüedad)	Incluye vídeo de cada ópera de la temporada? ¿Se puede compartir?	Servicios multimedia-específicos que ofrece	Desarrollo de servicios de consumo audiovisual propios para dispositivos móviles	Uso de otro tipo de información extra audiovisual ¿Sí, cuál, cómo y en qué formato?
1	Teatro Real (Madrid, España)	Sí. Doble. Uno del teatro y otro del palco digital. 2010 y 2011	Sí pero no directo. Hay que pinchar la ventana de "material audiovisual" para que se vea.	Palco Digital	Palco Digital adaptado para iPhone, iPad. Servicio de pago	En la home si que integra algún vídeo.
2	Gran Teatre del Liceu (Barcelona, España)	Sí. 2008	No todos. La mayoría sí y son fragmentos de algunas de las representaciones. Si no se incluye galería de fotos.	Integra los vídeos del programa de televisión "Opera en Texans" como parte de la información popular de su programación.	No. Posibilidad de comprar las entradas desde iPhone pero a través de ServiCaixa. Desde 2011.	No incluye vídeos en la Home. Vídeos cortos de las entradas de Opera en Texans y videoconferencias con el presentador. Serial de pequeños fragmentos titulados "la webcam de Ramon Gener" sobre los títulos de las obras. Anuncia su temporada en YouTube.
3	Opera National de Paris (Paris, Francia)	No	Sí. Incluye fragmentos de las producciones, declaraciones de los directores... El vídeo se puede compartir fácilmente	Un video-pdf de toda la temporada que se puede descargar en una ventana aparte para poder ver toda la información tipo "catálogo videográfico". Muy pocas ofrecen esta opción.	App gratuita para el iPhone. Se trata de información adaptada, de la página web al dispositivo móvil. Los vídeos y la información se puede compartir muy fácilmente.	Catálogo PDF audiovisual ya descrito. No incluye vídeos en la Home.
4	The Metropolitan Opera (Nueva York, EE.UU)	No.	Sí. No solo un vídeo sino muchos, trailer, fragmentos de ópera, entrevistas, making of...	Met Live HD, Met Opera on Demand, Sirius XM (radio), Saturday Matinee Broadcast (radio)	The Met Opera para iPhone, iPad; gratuito. La antigua mediateca Metplayer ahora se llama Met Opera on Demand (de pago adaptada para iPad).	No vídeos en la Home. Los vídeos permiten ser compartidos fácilmente y tienen un apartado específico que te remite a la compra de tickets en la taquilla virtual.
5	Teatro alla Scala (Milán, Italia)	Sí. 2007. Los vídeos son ordenados por categorías de espectáculo.	No en todos y hay que pinchar una página aparte.	Ninguno. Tiene un archivo, tipo hemeroteca, pero debes suscribirte y solicitar la información.	No.	No.
6	Sydney Opera House (Sydney, Australia)	Sí. Desde 2006.	No	Symphony Youtube 2011 Orchestra. Todo un proyecto afiliado al teatro de creación de música sinfónica on-line	Sí, adaptación gratis para iPhone e iPad de la información web. Como curioso, en la aplicación sí se puede escuchar podcast, no así en la web, que han sido sucumbidos por el material videográfico.	Sí. Entrevistas a cantantes y directores que se pueden descargar desde la propia página web.
7	Wiener Staatsoper (Viena, Austria)	No	Sí	No	No	No
8	Deutsche Oper Berlin	No	Desde 2013 sí. Se pueden compartir	Apartado propio con venta de sus propios CD-DVD	No	Vídeos encapsulados en la propia página

9	Royal Opera House (London, Reino Unido)	Sí, 2007	Sí, pero no fragmentos de las obras sino información relacionada. Incluye videos generales sobre el cómo se hizo, declaraciones de productores y artistas en general, o los tráilers.	Sí: apartado específico de "Backstage con videos vinculados también a iTunes".	1) Dispositivo para iPhone pero no permite ver las óperas en el móvil. Solo compra de entradas y visionado de tráilers. 2) En 2011 lanza un juego para iPhone, iPad e ipod llamado "The Show must Go On" (69 peniques)	Uso de Extras. En el apartado "Discover" siempre al lado de la información escrita. No videos en la Home.
10	Chicago Opera Theater (temporada pequeña)	Sí, 2007	Sí. No teaser ni trozo sino making of o extras, o video promocional.	No	No. Solo ha desarrollado carcasas pro-opera corporativas para dispositivos móviles (merchandising).	No
11	Teatro Colón (Buenos Aires, Argentina)	No	No	No. Algo curioso es que permite comprar, además de las entradas, comida para el evento.	No	No
12	Bolshoi Teatro (Moscú, Rusia)	Sí, 2005	No	No	No	No

Fuente: elaboración propia

A pesar de esta tendencia general, la ópera manifiesta un esfuerzo por adaptarse a las nuevas posibilidades que ofrece la red. La presencia de vídeos de ópera en las páginas web de los principales teatros de ópera, aunque todavía es pequeña, ha presentado un crecimiento ascendente en los últimos 5 años, como podrá comprobarse en el análisis de contenido (Lacasa & Villanueva, 2012). Sin embargo, no contentos con audiovisualizar sus contenidos institucionales, los teatros se lanzan a la oferta de consumo audiovisual móvil de la ópera. Al aumento videográfico, debe sumarse también una paulatina pero creciente adaptación de la información audiovisual ofrecida en los sitios web oficiales para los nuevos dispositivos móviles.

Las emergentes *aplicaciones* que el Teatro Real, La Ópera National de Paris, el Met, o la Sydney Opera House han lanzado para *iPad* e *iPhone*, de momento actúan como meras difusoras de los servicios que ofrecen las webs. Con ellas, los teatros parecen conseguir mantener la información actualizada y provocar una mayor interacción entre pares. Son ahora estos usuarios quienes, seleccionando los contenidos de interés, los difunden y dan a conocer, renovándolos según aquello que les ha provocado atracción. Por la manera personalizada de hacerlo, enseñan a descifrar y a valorar un contenido alejado y elitista en un contexto de inmediata actualidad, algo decisivo para atraer nuevos públicos. De este modo, en los últimos años las instituciones operísticas se han lanzado a la difusión de pequeñas unidades videográficas de información a través de los sistemas de *narrowcasting* o *multicasting*. Con ellas, se persiguen fines heterogéneos, tales como la venta de su producto, la construcción y el refuerzo de su imagen corporativa, la educación a gran escala, la creación de opinión o la participación institucional (Díaz, 2009, p. 67).

Aunque aumenta el número de aplicaciones cada día, el desarrollo de servicios y contenidos específicos para *tablets* continúa siendo prácticamente inexistente. Se cita, como caso excepcional, el primer juego operístico para *iPhone* patentado en 2012 por un organismo

oficial, la Royal Opera House de Londres, llamado *The Show Must Go On*.³⁵⁸ Y si la tendencia parece apuntar un aumento en el consumo de vídeos de larga duración a través de estos dispositivos móviles, como se ha visto, la aparición el pasado marzo de 2012 de la primera mediateca para *iPad* denominada *Met Opera On Demand* del Metropolitan Opera House, podría marcar una exitosa tendencia de futuro.

3.5.2.2.2. Márquetin mediático.

En relación a la función de entretenimiento en la red que adquieren los vídeos, aunque todavía hoy constituyen iniciativas discretas —más usados a modo de impacto mediático puntual, sin estrategia de consolidación a largo plazo—, cada vez más organismos de ópera se han lanzado a la creación y desarrollo de vídeos musicales y videoclips líricos para ser consumidos en dispositivos móviles específicos. Así, otra forma que la ópera encuentra para universalizarse y permanecer presente en la red es la constante generación de mensajes mediático-audiovisuales con fines promocionales. Cada vez más influenciada por estrategias de márquetin on-line, o por modelos comerciales propios de sectores como el del cine contemporáneo, la televisión o la publicidad, la industria operística imita en su comunicación digital aquellos formatos audiovisuales de moda, cortos, estéticamente visuales y fácilmente compartibles, capaces de facilitar un mayor consumo en la red (Muro, 2006, p. 155; Cuadrado, 2003; McLean, 1994; Scheff & Kotler, 1996). La imitación de técnicas de promoción que ya están asentadas en los medios de comunicación, es hoy una de las manifestaciones más claras de la adquisición de lógicas mediáticas que están adoptando la industria de la ópera y que está transformando la realidad social del arte. Citaremos como ejemplos, aquellos que más parece utilizar hoy en día la industria.

La influencia de la televisión se observa en el estilo *multicámara* en el que son grabados algunos de los espectáculos —en especial, se evidencia en la estrategia de la ópera en los cines—, en el uso de técnicas amarillistas propias de formatos como la *sitcom* o el *reality show*,³⁵⁹ en la aparición de reportajes sobre la vida íntima de los divos³⁶⁰, o en la creación de *videoclips* líricos.

³⁵⁸ Recuperado de <http://www.roh.org.uk/news/royal-opera-house-launches-a-new-game-the-show-must-go-on>. Último acceso realizado el 29 de diciembre de 2012.

³⁵⁹ Como las retransmisiones en HD del Metropolitan Opera House de Nueva York en las que se contrata a los divos más cotizados del momento, tales como René Fleming o Plácido Domingo, para que realicen entrevistas a los personajes de las óperas durante los entreactos y mezclen realidad, ficción y vida privada, otorgándole cierto carácter amarillista a la representación, la cual deviene show televisivo publicitario (Lacasa & Villanueva, 2011).

Del cine, sobre todo los grandes teatros y festivales, adoptan la creación de los cinematográficos *trailers* de las temporadas líricas y el uso de material *extra* on-line —como el *making of* de los espectáculos, los documentos biográficos sobre la vida de los cantantes y compositores, o la entrevistas y las declaraciones del equipo artístico— (De Diego, 2010, pp. 1, 2; Sheil, 2012). Con estos *extras*, el consumidor aprende el valor del arte como espectáculo mucho más complejo y enriquecido de lo que pudiera apreciar solo con la música, ayudándole a contextualizar el sentido de la obra en un marco de actualidad.

De la publicidad y el márketing on-line se incorporan las últimas estrategias de captación de públicos, como son la creación a bajo coste de *lipdubs* y *flashmobs* los *podcasts*³⁶¹ para promocionar las obras en cartel, los mensajes virales como las reacciones del público tras un evento o, incluso, los *spots* de la temporada del teatro publicitados en páginas temáticas³⁶².

Esta repentina audiovisualización de los contenidos *sobre* la ópera, no deja de generar una cierta reflexión de fondo. Permite ofrecer una imagen mucho más permeable, por comercial y modernizada, del arte. Pero la proliferación vídeos tecnológica y estéticamente sofisticados incentiva también la tendencia a *espectacularizar* el propio espectáculo, olvidando que con ello se podría modificar negativamente la concepción que de la ópera deben hacerse los nuevos públicos (Muro, 2006, p. 155, Heyer, 2008, p 596).

³⁶⁰ Debe recordarse el impacto social que produjeron los primeros vídeos íntimos de las estrellas en la red y que ofrecían una imagen nueva de los divos, mucho más humanizada y cercana. Citamos como ejemplos, la serie de episodios sobre la vida diaria de Plácido Domingo, o el documental sobre Roberto Alagna que se colgó en Youtube en 2008, donde se le veía en casa practicando su entrenamiento físico diario. El vídeo tuvo más de 40.000 visitas (De Diego, 2010, p. 2).

Consultar como ejemplos algunos vídeos subidos por los propios artistas en www.youtube.com:

<https://www.youtube.com/watch?v=hObQanDkXVg>;

<https://www.youtube.com/watch?v=lJ0CbEajl0&feature=related>. Último acceso realizado el 18 de diciembre de 2013.

³⁶¹ Merece una mención la utilización desde 2008 de *Podcasts* gratuitos en la web oficial del festival de Bayreuth para facilitar el acceso a los contenidos y espectáculos durante la programación del evento: <http://www.bfmediend.de/podcast.html>. Último acceso realizado el 24 de abril de 2013.

³⁶² Se apuntan como ejemplos, el espectáculo publicitario creado por el teatro italiano alla Arena di Verona en julio de 2011, en el que se concentraron bailarines y cantantes callejeros, simulando una pelea ficticia para promocionar el estreno de *Romeo et Julliette* de Charles Gounod en su temporada anual. Consultar como ejemplos: <http://www.youtube.com/watch?v=i4IUNO6oHIQ>

Consultar: <http://www.youtube.com/watch?v=bsLivg6byjM&feature=related>. Último acceso realizado el 23 de mayo de 2013.

3.5.2.2.3 Fenómeno YouTube.

De forma paulatina, todos estos productos terciarios de la ópera, parecen haber encontrado un espacio compartido común: la plataforma generalista *YouTube*. *YouTube.com* constituye el sitio web más estandarizado a nivel global para compartir vídeos en la red. Su notoriedad pública ascendió cuando en 2006 *Google* adquirió su paquete accionario. Ya entonces día los usuarios de la plataforma generalista llegaban a colgar una media de 80.000 nuevos videos (Tan & Jarvis, 2006). Asimismo, la cifra de consulta diaria de vídeos, ya en 2010, superaba los 150 millones diarios (Strangelove, 2010, p. 10). El servicio manifiesta una profunda relación entre los usuarios y los productores de contenidos de carácter amateur o con fines promocionales. Para algunos autores, la ironía que presenta la plataforma está basada en la tipología de audiencia que genera: a pesar de ser una plataforma comercial basada en la publicidad de empresas y particulares, en los últimos años la audiencia internauta ha manifestado una significativa predilección por la producción y el consumo de contenidos alternativos a lo comercial.³⁶³ Por eso, *YouTube* representa una transformación en la estructura de la saturada cultura mediática, fuertemente influenciada por la herencia de la televisión (Strangelove, 2010, pp. 7-9).

Aunque quedan enmarcados en una temática cultural y artística, en *YouTube*, los productos terciarios sobre el mundo de la ópera adquieren un mayor carácter lúdico, ya que, separados de su referencia institucional, estos vídeos constituyen para los públicos vectores del info-entretenimiento (Díaz, 2009, p. 68).³⁶⁴ También en esta plataforma y en otras similares, hoy los vídeos sobre las estrellas líricas conviven con un sinfín de productos terciarios de carácter amateur que alimentan la ópera como mundo de referencia y como tema de actualidad (Lacasa & Villanueva, 2012). Los vídeos amateurs, así, ofrecen una alternativa a los contenidos generados por los profesionales, con el objetivo de segmentar sus audiencias en la red, en sintonía con las grandes agencias de publicidad (Strangelove, 2010, p. 7). En el caso de los consumidores más jóvenes, hoy el vídeo móvil se convierte en extensión de su propia identidad (Fumero & García Hervás, 2008, pp. 56- 68).³⁶⁵ En esta

³⁶³ En 2007, según Strangelove a partir de las *Video Summit Conferences* que se organizaron ese mismo año en la University of Southern California, tan solo el 14% de los vídeos colgados en la plataforma tienen un origen comercial y son de carácter profesional. El 70% del total lo constituían vídeos colgados por particulares, no por empresas (Strangelove, 2010, p. 17).

³⁶⁴ En el ciberespacio aparecen y se localizan como noticias vídeos sobre la vida personal de los cantantes y de los compositores, ofreciendo información sobre gustos personales, curiosidades, información familiar, etc.

³⁶⁵ El adolescente que hace unas décadas construía su realidad y su propia identidad escribiendo poesías, hoy lo hace a través de sus creaciones videográficas en YouTube (Díaz, 2009, p. 67).

construcción de la identidad personal, se producen altos grados de exhibicionismo que sirven, en algunos de los casos, como plataforma de presentación artística a muchos de los cantantes y músicos principiantes. Se conforma con ellos la llamada esfera global de entretenimiento, un entorno de un significativo valor potencial para el objetivo que se ha marcado la ópera (Thussu, 2008, p. 161).

Sin embargo, habrá que esperar a saber con exactitud cuál es la evolución que presenta la consulta de vídeos de ópera en el campo de la educación musical y la creación artística. Algunos de los problemas derivados de la nueva generación *net*, comienzan a manifestarse en elementos como el aprendizaje de los intérpretes, la falta de originalidad y de creación personal de los cantantes, o la incorrección estilística. Con cada vez mayor frecuencia, las nuevas generaciones nativas de intérpretes se acostumbran a la comodidad que ofrecen los nuevos medios para apreciar y comparar distintas versiones de los roles de ópera, sin necesidad de acudir a la partitura original para interiorizar la música. Dichos procesos de aprendizaje mediático audiovisual resultan muy interesantes como complemento al estudio del intérprete, pero parece que, en muchas circunstancias, se están mostrando sustitutivos a la construcción personal del rol a partir de la música original, de modo que los cantantes se acostumbran a copiar versiones y estilos dados.

Otra de las características que parece presentar el fenómeno *YouTube* es la capacidad para congregarse a un elevado número de fans alrededor de las declaraciones y la vida de las *celebrities* (Browsers, 2008, p. 106- 120). En los últimos años, la presencia de las estrellas en la plataforma, ha abierto el debate sobre el uso que le dan al servicio las propias corporaciones. Algunos autores recomiendan la presencia de famosos en la red y otros consideran que la entrada de estos agentes y sus corporaciones en la plataforma, marca el fin de la época dorada del servicio (Strangelove, 2010, p. 112). Gracias a los comentarios de aprobación o desaprobación, los vídeos sobre las interpretaciones de las arias más famosas de la historia afloran en la red y convocan auténticos foros virtuales en torno a las estrellas. A diferencia de las redes sociales, estos comentarios sobre una interpretación no quedan ligados temporalmente al acto de apreciación del contenido, volviendo atemporal y asíncrona la participación.

Así, hoy no resulta extraño encontrar vídeos de Roberto Alagna preparándose para una función —como el entrenamiento que colgó en 2008 desde el jardín de su domicilio privado—, o las entrevistas exclusivas ofrecidas por Anna Netrebko para canales rusos, que

sin el acceso a la red, no podrían consultar los públicos internacionales.³⁶⁶ Como la mayor parte de las industrias orientadas hoy al video web, con la exposición pública de sus vidas privadas, los cantantes internacionales persiguen captar la atención de las audiencias masivas y, con ello, conseguir el apoyo de inversores publicitarios, la demanda de marcas y de sponsors privados que puedan engrandecer sus famas mundiales (Bourne, 2009, p. 283).³⁶⁷ (Bourne, 2009, p. 283).

Puede concluirse que, gracias a servicios como *YouTube*, los productos terciarios constituyen hoy una de las pocas herramientas capaces de dar voz tanto a productores, como a profesionales y públicos de la ópera. Aunque no se consideran propiamente ópera, estos micro discursos audiovisuales resultan muy relevantes en el análisis mediático del arte ya que, desde el punto de vista del usuario, constituyen nuevas formas, algo más efímeras, de organizar emociones populares ligadas, más que a la experiencia directa, a la mediación técnica de los medios de comunicación (Gordillo, 2008, pp. 9, 10). Asimismo, como bien hacen las *celebrities* del arte al congregar a las multitudes de seguidores ahora a través de esta plataforma, las propias organizaciones de ópera podrían crear iniciativas en sus canales propios de *YouTube*, que favorezcan la apreciación del arte en tiempos cortos, y que puedan educar al mismo tiempo gracias a los comentarios perpetuos que quedan vinculados a los vídeos.

3.5.3. Fidelización artística a través de las redes sociales.

Desde su aparición en el contexto digital, las redes sociales han sido consideradas nuevos medios de comunicación de masas. Gracias a internet, las nuevas relaciones que estos medios están provocando en las realidades culturales, se sitúan en lo que se conoce como la nueva era postmediática. Dichas relaciones establecidas entre los públicos y los medios se encuentran en proceso de cambio: crece la fragmentación y se diluye la mediación para favorecer la integración (Campos, 2008, p. 277).

Desde que el fenómeno de las redes sociales comenzase a expandirse globalmente en el año 2006, se han identificado características generales que les confieren propiedades particulares y propias. De entre ellas, se destacan la posibilidad de generar la sensación de

³⁶⁶ Para ilustrar el concepto, se recomienda consultar algún ejemplo ofrecido por la propia plataforma www.youtube.com. Recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=P4teCot4nR0>. Último acceso realizado el 29 de octubre de 2013.

³⁶⁷ Muchas de estas iniciativas de video web son combinadas con estrategias de promoción masiva, como la creación de campañas virales, la compra de recomendaciones en medios y espacios musicales, o trabajando simultáneamente con la prensa especializada (Bourne, 2009, pp. 252- 259).

comunidad, la capacidad de aumentar la interactividad mediática —a través del diálogo, la comunicación y el conocimiento que intercambian los usuarios—, la apuesta por una tecnología flexible, o el uso de una arquitectura modular que favorece la creación de aplicaciones complejas de forma rápida y a un menor coste para los creadores de contenidos. Todas estas características permiten generar un flujo activo de comunicación,³⁶⁸ en el que los usuarios eligen libremente el grado de participación en él (Campos, 2008, p. 278).

Asimismo, desde el punto de vista comercial, las redes sociales poseen la cualidad de conseguir —con cierta facilidad— encontrar y controlar el perfil del consumidor que participa. Este factor se considera muy interesante que lo tengan en cuenta aquellas industrias creativas, como la ópera, que desean conocer mejor el perfil de sus públicos potenciales. Con todavía escasas exigencias de privacidad, las cuentas como *Facebook* o *Twitter* constituyen astutas herramientas de márketing para la segmentación y la planificación de la economía de la atención.³⁶⁹ Por lo tanto, se muestran como un nuevo y atractivo canal que las marcas pueden utilizar para reactivar su *branding*: escuchar, segmentar, hablar, conversar, movilizar, ayudar y, sobre todo, involucrar a los posibles clientes para convertirlos en usuarios fieles (Campos, 2008, pp. 279- 284). Asimismo, en muchas de estas redes funciona el sistema viral de recomendación a otras amistades para ampliar el círculo de usuarios de la red. Por lo tanto, como en *YouTube*, los usuarios también se vuelven creadores de contenidos. En este sentido, las redes sociales se conciben también hoy como elementos de remediación, entendido como el proceso mediante el cual los nuevos agentes adoptan características de los viejos operadores para enriquecer la innovación en la evolución mediática (Islas, 2008).

3.5.3.1. Aumento del consumo videográfico en las redes.

Las redes sociales construyen la identidad colectiva y son vehículos de movilización social (Díaz, 2009, p. 67). Según los estudios, una de las tipologías de red social que más se ha

³⁶⁸ En la web 2.0 los usuarios producen contenidos, participan del valor en el intercambio de los mismos y colaboran en el desarrollo de la tecnología (Campos, 2008, p. 278).

³⁶⁹ El modelo económico de la red social de comunicación es mucho más sostenible que otros servicios gratuitos de internet. Se fundamenta en tres principios de aportación de valor: la afiliación voluntaria que cada usuario realiza al agregarse, la aportación colaborativa de cada individuo (fotos, opiniones y vídeos, entre otros), y la atención que todos prestan a la publicidad que la mayoría de ellas emiten. El registro de identidad de afiliación, que en algunas de ellas llega a contar con más de 17 ítems de datos personales, representa una significativa fuente de valor comercial sobre el perfil de los usuarios, para ser utilizado por las empresas (Campos, 2008, p. 284).

estandarizado en el mercado, después de las de relación —con temáticas propias de amistad, intercambio de fotos o mensajes—, son las de entretenimiento y consumo de ocio, como *Myspace* u *Orkut*. En ellas, existe una tendencia creciente a utilizar cada vez más contenidos audiovisuales con el fin de generar opinión entre sus usuarios. Así, parece que de forma natural, las redes sociales se han trasladado al ciberespacio, a través del correo, de los foros y del chat, pero sobre todo a través de portales ad hoc o, incluso, a través de las plataformas de vídeo compartido —como ya se ha visto con el fenómeno *YouTube*—. De hecho, la evolución mediática que presentan estas nuevas realidades comunicativas parece apuntar más al medio audiovisual que a las características propias de la prensa escrita (Campos, 2008, pp. 283- 284).³⁷⁰

Actualmente, los vídeos constituyen nodos de conexión en las redes sociales. Se configuran como iconos compartidos por los componentes de una comunidad concreta, los cuales se reconocen en ellos (Díaz, 2009, p. 67). Especialmente en el caso de los más jóvenes, el vídeo invita a interactuar para compartir los gustos personales. Asimismo, el vídeo también constituye un nodo de conexión no solo dentro de una red, sino entre distintas redes sociales. La ópera debería entender que para llegar a los públicos más jóvenes a los que pretende atraer y fidelizar, ha de estar presente en los lugares virtuales donde se congregan alrededor de comunidades. Ha de entender también que, en ellas construyen sus mensajes e identificaciones, cada vez más a partir de los vídeos y las fotografías. Todos estos aspectos son muy significativos porque, como se ha visto, este tipo de público potencial se encuentra dentro de los perfiles de consumidor más activos en las redes y, por lo tanto, podría constituirse como un sector potencialmente prescriptor del arte actual. Asimismo, en el nuevo contexto mediático, el vídeo posee la capacidad de ofrecer una información aislada del resto de los *inputs* hipertextuales con los que compete por la atención del espectador. Por breve que sea y por mucho que se compatibilice con otras tareas, el vídeo exige centrar la atención e interrumpir el proceso de navegación. Por lo tanto, también se presenta como un medio con sobradas capacidades para satisfacer las necesidades más narrativas que, como se ha visto, constituye una cualidad principal del contenido audiovisual de la ópera (Díaz, 2009, p. 70).

Dadas todas estas nuevas tendencias sociológicas que parece estar adquiriendo el consumo cultural y juvenil a través del online, a la ópera le interesaría conocer cuáles son las

³⁷⁰ Son y serán cada vez más las plataformas de nuevos contenidos audiovisuales, interactivos, de videojuegos y de realidad virtual las que se asentarán en las redes, fenómeno que favorece a las industrias artísticas y del entretenimiento para, a través de estas nuevas herramientas, poder generar valor para sus usuarios (Campos, 2008, p. 284).

principales oportunidades que ofrecen las redes sociales, para poder desarrollar estrategias efectivas de captación y fidelización de públicos mediante su valor máspreciado: el espectáculo audiovisual.

3.5.3.2 Potencialidades de las redes para la ópera.

Como se ha tratado, los nuevos medios sociales han entrado en muchos aspectos de nuestra vida política, social y económica. Las redes sociales no solo afectan a la cultura, sino que constituyen herramientas capaces de actualizar la cultura (Murphy, 2013, p. 144). La ópera debería fijarse en las potencialidades que tienen las redes sociales como *Twitter* o *Facebook*, consideradas plataformas de generación de opinión entre los usuarios, así como multiplicadoras de los contactos interpersonales (Murthy, 2013, p. 12). Se citarán a continuación las principales ventajas que, para la ópera, podría presentar una estrategia audiovisual en estas consolidadas plataformas.

- Actualización de los contenidos y presencia continuada

Algunos autores han defendido cómo gracias a las redes, la comunicación mediada puede hacer sentir a los usuarios como si no estuviesen en un espacio tecnológico, ya que están basadas en la inmediatez de la comunicación *cara a cara* (Murphy, 2013, p. 38), propia de la inmersión cinematográfica en los contenidos. Sin embargo, este fenómeno ocurre, no tanto por la generación de una sensación de hipermediación, como sucede en la lógica cinematográfica, sino porque las redes sociales recrean una vivencia en el espectador, entendida como la ilusión perceptiva de *no mediación* (Bracken & Skalski, 2009, p. 3). El usuario así, no percibe que en el acto de participación que se produce en las redes, haya una intervención de los medios de comunicación. Debe señalarse, además, que dicha experiencia de percepción, no se produce en las plataformas *Twitter* o *Facebook* en relación a los productos artísticos de la ópera en sí mismos, sino que, mediante la generación de mensajes cortos sobre sus protagonistas y sobre las noticias de su mundo, se crea una *frecuencia* y una *continuidad informativa* que vuelve actual la temática de la ópera entre los participantes (Licoppe, 2004, p. 152; Murphy, 2013, p. 38). Asimismo, los *microblogs* mediante los que se crean las comunicaciones en estas plataformas, pueden facilitar la creación de comunidades virtuales, porque los usuarios sienten una continua presencia parcial de los otros usuarios que colaboran (Ebner & Schiefner, 2008, pp. 155- 159).

Asimismo, la comunicación no solo se produce entre pares. En estas comunidades, las organizaciones tienen ahora, además de la posibilidad de comunicar sus contenidos, la opción de actualizarlos gracias al diálogo directo con sus audiencias. Mediante la participación de los agentes operísticos en las redes, podría crearse en los usuarios una *presencia conectada* en la que la comunicación mediada facilita la construcción de los lazos sociales (Murphy, 2013, p. 39). En concreto, las partes físicas ausentes podrían ganar presencia a través de la multiplicación de gestos de comunicación mediada. Pero, como apuntan los estudios más recientes, si quiere producirse una actualización real, estos gestos deben realizarse por ambas partes (Licoppe, 2004, p. 135).

Así, resulta del todo conveniente que la ópera entienda que debe formar parte de la participación de los usuarios, debe dialogar pues con ellos en lugar de adoptar en las redes una postura meramente informativa, por mucho que la frecuencia de información que genere sea alta. La ópera no puede conformarse con traspasar la política comunicativa expresada en las páginas web oficiales de los teatros, a las nuevas plataformas de comunidad virtual. En estas nuevas redes, un constante sentimiento de presencia y, por tanto de actualidad de la ópera, debe ser generado a través de múltiples interacciones y diálogos generados de forma directa para sus audiencias. *Twitter* y *Facebook* están diseñados bajo estos criterios (Murphy, 2013, p. 39).

- Elevado grado de integración social

Como *Twitter* o *Facebook* tienen la habilidad de informar a los seguidores de los sucesos diarios de otros usuarios, como se ha visto, se produce una fuerte ilusión perceptual de efecto de *no mediación* en la que la interacción cara a cara ocurre con la otra persona. La tecnología móvil ha posibilitado esta *conexión persistente* (Wajcman, 2008, p. 68). Gracias a este fenómeno, si un usuario está siguiendo el día a día de las estrellas de ópera, de las *celebrities* y lee lo que ellos leen, comen o cómo se relacionan, la presencia también se pronuncia como un elemento potencial de fidelización en el arte. Así un público operístico puede sentir una proximidad física con René Fleming o Anna Netrebko, Justin Bieber o Lady Gaga, por ejemplo (Murphy, 2013, p. 40). Y lo que es mejor, esta proximidad es percibida de manera ilusoria, sin intermediarios ni mediaciones.

Este fenómeno encuentra justificación porque, para la mayoría de los usuarios mediáticos, las redes sociales no son percibidas como medios, sino únicamente como dispositivos que permiten la comunicación. Por eso, el sentido y la ilusión de la *no mediación* resultan cruciales para entender la penetración involuntaria de los nuevos medios sociales en el día a

día de los usuarios (Gigliotti, 1999, p. 56; McAulay, 2007, pp. 385- 398; Murphy, 2013, p. 40). Dada la importancia de la comunicación mediada en una modernidad globalizada, el entendimiento de las redes sociales constituye una importante labor para todas las industrias creativas como la ópera, para las que las teorías interaccionistas cobran hoy especial valor en la búsqueda y captación de nuevas audiencias (Murphy, 2013, p. 41).

- Fidelización gracias a la *cotidianización*

Tradicionalmente, se ha defendido que en la construcción del status de una celebridad — un divo de ópera o un director musical—, las características de la inmediatez y la intimidad propias de las lógicas televisuales que promueven las prácticas más amateurs y flexibles de la televisión o el vídeo, no favorecen el engrandecimiento de las famas, al presentar la imagen de la estrella alejada y, al mismo tiempo, reducida en un medio doméstico (McLuhan, 1951, p 195). Por eso, se ha creído que para alimentar el *Star System* operístico, era preferible el medio del cine, gracias a su pantalla gigante —donde la imagen del cantante se quedaba magnificada a ojos del espectador— (McLuhan, 1951, p 195).

Con las redes sociales, ahora se establece una nueva relación mediática. Según algunas teorías recientes, las *celebrities* más famosas del mundo de la ópera, en plataformas como *Twitter* o *Facebook* no lo son por su actividad en las redes, sino que la fama ya les precedía fuera del mundo virtual. Sin embargo, el compromiso con la actualidad social más inmediata que muestran los divos de ópera a través de estas plataformas, provoca un sentimiento compartido capaz de multiplicar a sus multitudes de fans (Murphy, 2013, p. 87). Este hecho denota cómo los divos de ópera tienen hoy un poder muy significativo para actualizar la cultura del propio arte: a través de cuentas como *Facebook* o *Twitter*, los divos y divas del espectáculo se comunican directamente con los públicos, generando auténticos colectivos virtuales en torno a sus figuras.

A diferencia de las cuentas oficiales de los teatros, los divos otorgan a las redes un uso mucho más personalizado. Participan activamente en los muros, mostrándose comprometidos con los temas de actualidad. Responden a las inquietudes de los fans y cuelgan información privada de sus vidas, además de reflexiones musicales sobre su trabajo en los teatros. A través de un acto pequeño, como comporta la participación activa y el diálogo directo y continuado en las redes, la ópera está encontrando la manera de crear auténticas comunidades virtuales capaces de intercambiar conocimientos, relaciones, deseos o recuerdos asociados ahora a la nueva versión que los medios ofrecen de las estrellas líricas. Gracias al online, estas proyectan una imagen más actual, humanizada y social de sí

mismos y, en consecuencia, también de la ópera, lo cual provoca un visible interés compartido y contribuye a multiplicar el número de sus seguidores.³⁷¹

Asimismo, los estudios en esta línea demuestran cómo los individuos, principalmente, siguen a las estrellas en la red porque están interesados en las actualizaciones que ellos mismos realizan sobre su actividad cultural, sin intermediarios y de forma directa, con independencia del contenido. Esto significa que no importa si sus aportaciones son banales o profundas, lo que interesa es que *se comuniquen* (Hargittai & Litt, 2011, pp. 824- 842). A través de sus estrellas, la ópera podría mostrarse más cercana y comprometida con la realidad social en la que viven sus públicos potenciales. Podría imitar de sus divos la manera de dialogar con las audiencias para comprometerse con sus deseos, sus anhelos y sus aspiraciones. En torno a los productos terciarios del arte, en formato audiovisual, estéticamente atractivos y de corta duración, los organismos podrían generar debates que favoreciesen la participación social.

- Máquinas de recomendación y aumento de la participación.

Finalmente, debe exponerse cómo algunos autores han definido que estas redes se comportan naturalmente como máquinas eficaces de ampliación de públicos, gracias al acto de la recomendación. La diferencia sustancial que presentan las plataformas *Twitter* o *Facebook* frente a otros servicios online basados en la técnica de recomendación a otros usuarios, es que dichas sugerencias vienen dadas por círculos de conocidos, familiares y amigos, en lugar de extraños o de instituciones anónimas (Meikle & Young, 2012, p. 92).³⁷² Esta diferencia se considera muy significativa e interesante para las instituciones operísticas, ya que, a bien de ser apreciado, el arte que promueven necesita ser guiado, e introducido en el mundo afectivo de los nuevos públicos. Dicha iniciación es más efectiva si se produce en un entorno de familiaridad (Mortier, 2010).

³⁷¹ Se incluyen, a modo de ejemplo, los espacios personales de Renée Fleming, <http://www.facebook.com/pages/Ren%C3%A9e-Fleming/102646583109298#!/pages/Ren%C3%A9e-Fleming/102646583109298>, <http://twitter.com/reneesmusings>, Anna Netrebko, <http://www.facebook.com/login/setashome.php?ref=home#!/annanetrebko?sk=info>, Roberto Alagna, <http://www.facebook.com/RobertoAlagna.Tenor>, y Juan Diego Flórez, <http://www.facebook.com/pages/Juan-Diego-Florez/36643928379>. Último acceso realizado el 8 de julio de 2013.

³⁷² Por ejemplo, en la plataforma *Facebook*, los usuarios pueden establecer links a otras páginas y compartirlo con su comunidad a toque de *click* (Meikle & Young, 2012, p. 92). Al mismo tiempo, con un acto tan pequeño como activar el botón “me gusta”, los propios usuarios se convierten en fidelizadores de sus públicos y seguidores al mismo tiempo, en un acto retroactivo.

En esta línea se considera necesario destacar una iniciativa pionera en la creación artística basada en la participación. En julio de 2012 se llevó a cabo la primera convocatoria online, de carácter internacional, basada en la lógica de las recomendaciones. Iniciado en mayo de 2010 por la organización del *Savonlinna Opera Festival* de Finlandia, el proyecto se denominó *Opera By You*, una propuesta creativa lanzada en las redes sociales y en páginas especializadas de lírica, así como promocionada en los círculos adscritos al festival finlandés. La organización abrió una convocatoria de carácter masivo online para crear, por primera vez, una ópera participativa a través de internet. *Opera By You* invitaba a cualquier usuario internauta a formar parte de la creación del libreto, de la música, del vestuario y de la puesta en escena de la ópera que se estrenaría en 2012 en Finlandia (Marten, 2010).³⁷³ Según el manifiesto de su página web, el único requisito para participar era que los usuarios fuesen miembros de una comunicad online. La organización del festival ponía a disposición de las comunidades virtuales un grupo de profesionales capaces de dar vida a las sugerencias de los usuarios participantes. También contrató a los solistas profesionales, a un coro de 80 miembros, a una orquesta sinfónica, y facilitó toda la maquinaria e infraestructura necesarias para llevar a cabo la producción, estrenada el 21 de julio de 2012.³⁷⁴ El resultado dio lugar a un *brainstorming* mundial en las redes, en las que participaron de forma online un total de 2700 personas —de los cuales 400 miembros lo hicieron desde la propia plataforma del proyecto y más de 600 desde *Facebook*—, a partir del cual se produjo la obra titulada *Free Will*. La ópera fue compuesta a través de internet y estrenada a gran escala, en formato audiovisual, también a través de la red para todo los países que habían colaborado conjuntamente.³⁷⁵ *Free Will* se estrenó como una obra audiovisual, gracias a la colaboración de la plataforma *Star Wreck Studio's Wreckamovie*, un estudio de cine finlandés especializado en hibridar la difusión por internet y la creación cinematográfica.

³⁷³ Según una entrevista publicada en 2010 en la sección de cultura del portal *This is Finland*, Jan Hultin, el director del Savonlinna Opera Festival, creía que la iniciativa podría democratizar no solo la apreciación, sino también la propia creación de la ópera, un arte que tradicionalmente ha quedado confinado a minorías (Marten, 2010). Consultar: <http://finland.fi/Public/default.aspx?contentid=191945>. Último acceso realizado el 30 de octubre de 2013.

³⁷⁴ Los participantes debían comunicarse en idioma inglés. La mayor parte de los miembros que se presentaron pertenecían a países como Estados Unidos, Gran Bretaña, Finlandia, Italia y España. Dado el éxito de la iniciativa, en 2013 se discute en la página del festival finlandés la posibilidad que crear otra iniciativa similar a corto plazo.

³⁷⁵ Para ampliar información, se recomienda consultar la página web del festival en el que se enmarcó la iniciativa: <http://www.operafestival.fi/OperaByYou/English/Home> Último acceso realizado el 30 de octubre de 2013.

En el contexto de la mediatización, el ejemplo de *Opera by You* se muestra muy revelador. La participación online en la ópera no solo ha congregado a comunidades virtuales de todo el mundo, sino que la conexión que ofrecen los nuevos medios de comunicación, ha dado lugar a una transformación estética, no solo del propio arte de la ópera, sino también de los modelos organizacionales de producción artística.

3.5.4. Conclusiones.

Tras todo lo descrito en estas páginas, puede decirse que en el siglo XXI, las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación —en especial el uso de internet y las redes sociales—, han sido diseñadas y evolucionarán en base a mentalidades e inquietudes propias de los públicos nativos digitales. Estos continuarán proponiendo una cantidad creciente de estímulos mediáticos en los contenidos, que no solo deberán ser tolerados por las industrias culturales y creativas, sino que deberán ser impulsados (Boiarsky, 2002, p. 23). Y aunque la actitud de la ópera todavía no se considera proactiva en el impulso de estas nuevas iniciativas, lo cierto es que los productos terciarios que genera, por su adecuación narrativa y temporal al medio, se asientan en la red y alimentan significativamente la presencia de la ópera entendida como mundo. El uso interactivo de estos productos secundarios y terciarios de la ópera en la red, así como el fomento de la participación online, abriría una vía para llegar a nuevos públicos. Son materiales que incluso podrían dar lugar a un modelo cross-mediático para el que, como se ha visto, también están diseñados los nuevos medios. De esa manera, el uso combinado de medios se convertiría en una oferta conjunta final, que aportaría al público un valor superior al que tendría el uso de cada medio por separado (Schweiger 2007, pp. 340-341).

Así, se considera del todo conveniente que la ópera vea en ciberespacio producido por el on-line una gran oportunidad. Si entiende la diferencia entre producto primario, secundario y terciario, no debe temer otorgar poder al público para que pueda usar, performar y compartir productos secundarios y terciarios. La ópera podría ver las redes sociales como un gran banco de pruebas para conocer mejor a sus públicos, actuales y potenciales. Gracias al dinamismo y creatividad de muchos de los usuarios, podría ampliar su elenco de productos terciarios audiovisuales e impulsarlos en estas comunidades virtuales, dado el crecimiento que presenta el consumo del vídeo en ellas. Al mismo tiempo, siendo la ópera un arte que necesita de un cierto aprendizaje, el intercambio de conocimientos, relaciones,

deseos o recuerdos que se da en las redes sociales, podría hacer de ellas un instrumento muy útil para educar, socializar y fidelizar a nuevos públicos.

CAPÍTULO 4

DON GIOVANNI EN PANTALLA: UNA MUESTRA REPRESENTATIVA

“No me atrevo a expresar con imágenes la perfección musical de Mozart”

Joseph Losey, 1978.

4.1. Introducción

Después de exponer todos los conceptos que han conformado el análisis teórico de esta investigación, se considera necesario dedicar un último apartado a la aplicación práctica de la metodología de estudio propuesta en estas páginas, con el fin de arrojar un poco de luz sobre un ámbito pequeño de la amplia oferta audiovisual que hoy existe sobre la ópera.

A continuación se describirá el análisis de contenido realizado sobre una muestra representativa de obras audiovisuales en el siglo XX y en el siglo XXI, y los cambios significativos encontrados al comparar estos dos periodos. Dado que el estudio mediático de un producto operístico, de manera inevitable, afecta a cuestiones estéticas, el análisis de contenido se ha llevado a cabo sobre el mismo título de ópera en pantalla, para poder distinguir más claramente las categorías de análisis empleadas y observar los resultados de la investigación. Los efectos mediáticos surgen de una forma más evidente y clara, cuando el drama y la música son los mismos.

Antes de abordar las cuestiones que más interesan, como los resultados del análisis de cada uno de los distintos productos audiovisuales fruto de la mediatización, se describirán, a modo de introducción, los elementos necesarios para realizar una lectura adecuada de los datos obtenidos, tales como una breve explicación de la obra propuesta para el análisis, la justificación de la metodología empleada, o la ordenación y la delimitación de la muestra representativa seleccionada.

4.1.1. Título propuesto para el análisis: *Don Giovanni* de W. A. Mozart.

Para realizar el análisis de contenido se ha escogido la ópera *Don Giovanni* de W. A. Mozart. *Don Giovanni* ha constituido una de las óperas más populares y representadas en la historia de la ópera (Goehr & Herwitz, 2006, pp. xv-xix; Campana, 2009, pp. 140-151), así como una de las versiones que más adaptaciones audiovisuales ha ofrecido en los diversos medios del cine, la televisión y el vídeo (DuMont, 2000, pp. 71-128; Remy, 1979).³⁷⁶

La obra llegó de forma muy temprana al cine, cuando en el año 1900 se presentó la versión sonora de una escena en la Exposición de París. El barítono Victor Maurel pudo ser visto

³⁷⁶ Como obra destacada del repertorio operístico estándar, aparece como el número diez en la lista *Operabase* de las óperas más representadas en todo el mundo,⁷ y la tercera de Mozart, después de *La flauta mágica* y *Las bodas de Fígaro*. La ópera es una reelaboración del tema literario del Don Juan. Además de todas las reelaboraciones literarias y reflexiones filosóficas del tema en general, la ópera ha suscitado algunas recepciones literarias específicas. Consultar: www.operabase.com. Recuperado el 27 de octubre de 2013, de <http://operabase.com/top.cgi?lang=en#opera>.

y escuchado en esta primera adaptación cinematográfica de la ópera, producida en blanco y negro, con una duración de tan solo 3 minutos (Wlaschin, 2004, p. 192).

Tras esta primera producción, habría que esperar 20 años para producir la versión muda de la obra, cuyo estreno data del año 1922. Según la información ofrecida por el directorio de Ken Wlaschin (2004, pp. 188- 194), la primera película de la que queda constancia en los archivos es la versión inglesa que la compañía *London Opera Company* versionó en el año 1947, bajo la batuta de Alberto Erede. A partir de entonces, *Don Giovanni* constituyó uno de los títulos más atractivos para llevar a la gran pantalla, existiendo múltiples versiones para televisión en las décadas de los 50 y 60 del pasado siglo —de forma significativa en el año 1954 se registraron más de 4 versiones grabadas de esta obra en países europeos como Italia, Viena y Austria—. En el año 1979 se estrenó la primera ópera filmada de la obra, *Don Giovanni*, una coproducción francesa, italiana y alemana, dirigida por Joseph Losey y producida por Daniel Toscan du Plantier. La película está considerada una de las mejores obras del subgénero artístico (Rushton, 1981, pp. 1, 5). Más adelante, en las décadas de los 80 y 90 del s. XX se registraron más de 15 producciones europeas y americanas, la mayoría de ellas grabaciones para televisión o vídeo de versiones escénicas de instituciones como la Ópera de Zurich, Il Teatro Regio de Parma o el Met.

En el s. XXI no ha descendido la afición por este título, considerado uno de los más populares de la historia del género (Will, 2011, pp. 32-34). Según los datos de *Operabase*, por ejemplo, en el año 2014 se han planificado 259 producciones de la ópera en más de 40 teatros de ciudades distintas.³⁷⁷ Es probable que, gracias a los sistemas avanzados de grabación digital que se han ido incorporando en todos los teatros del mundo, la mayor parte de estas representaciones escénicas queden registradas en formato audiovisual.

Debe mencionarse, asimismo, que esta investigación ha tomado como referencia inicial para el análisis, uno de los pocos artículos mediáticos existentes sobre la obra. Así, se ha partido del trabajo estético que Richard Will expuso en *Zooming In, Gazing Back: Don Giovanni on Television*, publicado en el volumen 27 de la revista internacional *Opera Quarterly* en el año 2011. A pesar de que la aportación del autor incluye un enfoque mediático y como tal se ha tenido en cuenta a la hora de abordar esta investigación, su planteamiento de fondo es artístico. Este trabajo procurará alejarse, así, de un análisis estético y acercará su especulación al grado de intervención audiovisual que ejercen, sobre la ópera, los

³⁷⁷ Consultar: www.operabase.com. Recuperado el 28 de octubre de 2013, de <http://operabase.com/oplist.cgi?id=none&lang=en&is=don+giovanni&by=&loc=&stype=abs&sd=28&sm=10&sy=2013&etype=abs&ed=&em=&ey=>.

distintos medios, lógicas, lenguajes y formatos empleados en el proceso de mediatización artística.

4.1.2. Descripción de la obra.

El libertino castigado o *Don Juan* —título original en italiano, *Il dissoluto punito ossia il Don Giovanni*— se trata de un *dramma giocoso* —término que denota una acción cómica y otra seria al mismo tiempo— en dos actos con libreto en italiano del autor Lorenzo da Ponte. La ópera se basó inicialmente en la obra de Antonio de Zamora titulada *No hay plazo que no se cumpla ni deuda que no se pague* o *Convidado de piedra*. Dentro de la ordenación de la obra del compositor, esta ópera corresponde al trabajo KV 527.

El estreno tuvo lugar en el teatro de Praga —actual *Teatro Estatal*— el 29 de octubre de 1787. El mismo Mozart describió la obra como parte del género de *ópera buffa*. Aunque a veces ha sido clasificada como cómica, la obra en realidad mezcla comedia, melodrama y elementos sobrenaturales en su argumento (Radigales, 2007, pp. 79- 102).

Argumento

La obra está ambientada en una ciudad española en el s. XVII. Allí tiene lugar el asesinato del comendador, que quería defender el honor de su hija, *Doña Ana*, y que había sido desafiado a un duelo por *Don Giovanni*. El prometido de la joven, *Don Ottavio*, jura encontrar al malhechor y vengar a su padre, mientras que Don Giovanni consigue huir con su criado *Leporello*. En su viaje se encuentra con *Doña Elvira*, una antigua amante, a la que *Leporello* hace saber de sus crímenes y mentiras. Mientras, Don Giovanni llega a su tierra, donde tienen lugar la boda de dos campesinos, *Zerlina* y *Masetto*. Con astucia, el seductor consigue llamar la atención de la joven esposa.

Llegan al castillo *Doña Elvira*, *Doña Anna* y *Don Ottavio*, buscando venganza. Durante el baile de los campesinos, el grito de *Zerlina* deja al descubierto el propósito de *Don Giovanni*, a quien ya no queda más remedio que prepararse para hacer frente a la venganza que se le viene encima. Después de algunos engaños más, el seductor vuelve a huir y esta vez se refugia en un cementerio con su criado, donde cobra vida la estatua del comendador. Le increpa que cambie de vida y *Don Giovanni* le

desafía invitándole a cenar a su castillo.

Ante la mesa preparada para la cena, *Doña Elvira* insta por última vez al seductor a que cambie de vida, pero él se burla con arrogancia. Aparece el espectro del comendador en la cena y le obliga a que se arrepienta. Ante la negativa de *Don Giovanni*, la tierra se abre y el seductor desaparece entre las llamas del infierno. Contentos, todos vuelven a su vida: *Masetto* y *Zerlina* celebran las bodas, *Doña Anna* y *Don Ottavio* acuerdan su unión. *Doña Elvira* se retira en un convento y *Leporello* busca un nuevo amo. El final de la obra, con estilo fugado, incluye una moraleja: la muerte de los pérfidos siempre es igual a su vida.

4.1.3. Descripción de las escenas escogidas para el análisis.

Para realizar el análisis de contenido de los productos audiovisuales seleccionados, se han escogido dos momentos significativos de la obra, desde un punto de vista mediático y desde un punto de vista narrativo: 1) el final del primer acto, y 2) la obertura instrumental de la obra.

Con respecto a la primera selección, se ha considerado interesante centrar el análisis en el cuadro número 4, ya que dicha escena contiene suficiente cantidad de elementos narrativos susceptibles de ser trasladados al discurso audiovisual (Will, 2011, pp. 32-59). A continuación se describirá la trama de la escena escogida:

Cuadro 4: Interior del Palacio de Don Giovanni

Se celebra la fiesta en el palacio de *Don Giovanni*. Se presentan tres orquestas de cámara separadas en el escenario. Hay gran revuelo y con la ayuda de *Leporello*, este se pone a bailar con *Masetto* para distraerlo. Así, *Don Giovanni* logra separar momentáneamente a *Zerlina* de *Masetto*, consiguiendo llevar a la muchacha a una habitación. A los gritos de auxilio de *Zerlina* acuden *Masetto* y los demás invitados, consiguiendo liberar a la campesina. *Don Giovanni* intenta confundirlos arrastrando a *Leporello* a la habitación y amenazando con matarle a él por asaltar a *Zerlina*. Pero *Ottavio* saca una pistola, los tres invitados se quitan las máscaras y declaran que lo saben todo. A pesar de verse denunciado por

todos lados, *Don Giovanni* consigue escapar abriéndose paso con la espada entre los invitados.

Según el criterio de esta investigación, el final del primer acto presenta elementos narrativos que favorecen la mediatización de la escena: agilidad musical en la sucesión de acciones dramáticas; la presentación de un conflicto narrativo y su resolución; la intervención de todos los personajes principales; y el contraste ejercido por la música.

Asimismo, se ha considerado muy relevante escoger, en segundo lugar, la secuencia de apertura de las obras audiovisuales, como complemento al análisis del final del primer acto. Tras lo visto en toda esta investigación, se considera muy relevante analizar si las oberturas instrumentales reflejan y responden a la actitud mediática de la producción audiovisual que se ha tenido en cuenta a la hora de concebir estéticamente la obra. La obertura de la ópera de *Don Giovanni* es una pieza instrumental que sirve para ofrecer un marco o un avance del tono y el carácter de la historia que se representará a continuación (Walter, 2006, p. 429). En términos estrictos, esta pieza instrumental no va acompañada de acción dramática en la imagen o en el escenario, con el fin de que, a través de la música, el espectador se introduzca en el clima de la obra, a partir de una escucha atenta (Varon, 2012, p. 91). Sin embargo, trasladada a la pantalla, la obertura no puede interpretarse sin imagen, ya que forma parte de la ópera (Tambling, 1987, p. 16). Por lo tanto, este pasaje musical inicial debe acompañarse de una estructura visual que, de igual modo, hable de la estética de la obra, y de la propia concepción mediática que se hace del producto audiovisual. Resulta muy interesante advertir cómo estas oberturas presentan, más que ningún otro apartado de la narración, unas características estilísticas fuertemente adscritas a la lógica televisual o a la cinematográfica, según los casos.

Según el criterio de esta investigación, tanto la selección de una parte plenamente narrativa de la obra —como es el final del primer acto— como una más estrictamente musical, —como es la obertura, en la que la dirección artística debe completar intencionadamente la expresión visual que no aporta el telón cerrado o la ausencia de acción—, ofrecen una buena posibilidad audiovisual para tratar los contenidos según los conceptos marco de mediación y de mediatización, así como de acuerdo a una lógica televisual, o a una lógica más propiamente narrativa.

4.2. Criterios de selección de la muestra de análisis

Para poder responder a la hipótesis principal de esta investigación y comprobar si se cumplen los conceptos tratados en el cuerpo teórico del trabajo, se ha seleccionado un total de 31 productos audiovisuales.

En primer lugar, se han analizado 29 versiones de *Don Giovanni* en formato DVD. Las 18 primeras versiones corresponden a filmaciones llevadas a cabo durante el s. XX, desde el año 1954, hasta el 2000, que —si bien no todas ellas— también están disponibles en el mercado del formato VHS. En el s. XXI se han realizado 11 filmaciones, la primera de ellas en el año 2001 y la última en 2013, todas en formato DVD. Finalmente, se ha llevado a cabo un estudio comparativo de las dos únicas óperas filmadas llevadas a la gran pantalla con intención plenamente cinematográfica: *Don Giovanni* de Joseph Losey (1979), y *Juan*, de Kasper Holten (2010).

Varios criterios se han tenido en cuenta para escoger la muestra del análisis. A continuación se describirán, de forma expositiva, aquellos que se consideran más relevantes, expresados en orden de importancia:

4.2.1. Directorio histórico de Ken Wlaschin.

Para la primera parte de la muestra, correspondiente al periodo de la segunda mitad del s. XX, se ha tomado como referencia la obra de relevancia internacional titulada *Enciclopedia of Opera on Screen: A Guide to More Than 100 Years of Opera Films, Videos, and DVD*, publicada a finales de los 90 del pasado siglo por Ken Wlaschin y reeditada en el año 2004.³⁷⁸ Como bien indica el autor en el prólogo (2004, p. vii), el trabajo constituye un directorio donde se registran las fichas descriptivas de los productos audiovisuales operísticos que se han llevado a la pantalla durante el s. XX en Estados Unidos y Europa. Las obras descritas por Wlaschin se han seleccionado de acuerdo a criterios como el carácter global de la muestra, el acceso al producto, la relevancia internacional de la producción, el formato de grabación o el año de representación. La obra ha servido de referencia para enmarcar la búsqueda y la

³⁷⁸ Debe tenerse en cuenta que la obra de Ken Wlaschin no es completa, ya que no quedan registradas todas las producciones del s. XX, sino aquellas que el autor consideró más relevantes. Asimismo, la categorización ofrecida por esta obra de referencia solo sirve para la parte de la muestra del s. XX, porque las entradas que se registran llegan únicamente hasta el año 2000, en el caso de *Don Giovanni*. Para llevar a cabo la segmentación de la muestra del s. XXI, se han tenido en cuenta todos los criterios descritos en estas páginas, menos el 5.2.1.

documentación de aquellas piezas históricas cuyo acceso es limitado o restringido. También ha servido de referencia para establecer un orden cronológico en el criterio de selección, así como un enfoque internacional, como se describirá a continuación. De las 23 entradas de *Don Giovanni* que Wlaschin registra en su última edición, se han analizado 12, en atención a los criterios de representación internacional de la muestra, así como de representación de las diferentes décadas históricas del s. XX, dejando fuera del análisis algunas producciones menores en relevancia, o cuyo año de producción ya estaba representado por otra versión. Pero, sobre todo, se han escogido estas piezas audiovisuales según el criterio del acceso a la obra. Debe expresarse que en la selección, aunque de una forma menor, también se ha tenido en cuenta la muestra empleada por Richard Will en el análisis realizado hace dos años para *Opera Quarterly*. Se han incluido todos los títulos de la selección escogida por el autor, a excepción de 2 casos.

4.2.2. Acceso al material.

Uno de los criterios más determinantes a la hora de delimitar la muestra empleada, lo ha constituido el acceso al material registrado en formato audiovisual. En especial, en la sección de la muestra constituida por las obras del s. XX, se han encontrado algunas dificultades para conseguir ciertas piezas que, de acuerdo con Wlaschin, bien podrían presentar relevancia en algunos aspectos mediáticos. En concreto, esta investigación no ha podido tener acceso a la película completa del documental titulado *Ruggero Raimondi: My Favourite Opera*, de 60 minutos de duración, en la que se muestran partes de una producción llevada a cabo por el Il Teatro Comunale di Bologna, emitida por el canal de la televisión italiana, RAI en el año 1991, cuya comercialización en vídeo no se produjo finalmente. Asimismo, desde el punto de vista histórico, habría sido muy interesante poder tener acceso a la que es considerada primera ópera retransmitida en Europa para televisión, la versión de *Don Giovanni* grabada desde el Cambridge Theatre, producida por la London Opera Company de Gran Bretaña para la BBC. Actualmente este material tiene un acceso restringido.

Como en esta investigación se ha tenido en cuenta que el criterio del acceso se vuelve altamente condicionante en aquellas piezas históricas cuyo visionado es limitado —bien porque no se han conservado enteras o porque no han sido reeditadas por los sellos discográficos y audiovisuales—, además del listado de referencia de Ken Wlaschin, se ha considerado oportuno incluir aquellas versiones a las que ha tenido acceso este trabajo, que por algún aspecto relevante en términos estéticos, geográficos, o mediáticos,

complementan cualitativamente la muestra del s. XX. Es el caso, por ejemplo, de la producción de Decca London escenificada con marionetas desde el Salzburger Marionettentheater, presentada por Peter Ustinov, grabada y emitida en diferido por el canal de televisión *ZDF/3sat* en el año 1995. Esta producción se considera interesante desde el punto de vista estético, ya que la puesta en escena está realizada con marionetas en un teatro. Asimismo, para que en la muestra se contemplara un teatro español, se ha analizado la versión emitida para la televisión local desde el Gran Teatre del Liceu barcelonés, dirigida por Alexander Sander en el año 1980. Debe tenerse en cuenta, además, que todas las obras analizadas se han conseguido en soporte físico, para poder apreciar la relación formal de toda la obra —aunque no aparezca en esta investigación— así como otros factores mediáticos que están relacionados con el consumo y la apreciación de la ópera en un formato determinado.

4.2.3. Relevancia artística o institucional de la producción.

Otro de los criterios tenidos en cuenta a la hora de segmentar la muestra, lo ha constituido la relevancia que presenta la producción, bien manifestada a través de aspectos artísticos como la dirección musical, la dirección escénica o el reparto de cantantes escogido, o bien mediante aspectos relacionados con la originalidad de la obra en términos mediáticos. Por otro lado, dicha relevancia en casi todas las ocasiones, ha quedado influenciada por la personalidad y la calidad percibida que imprimen sobre la obra las instituciones y las organizaciones que la impulsan. Así, todos los productos audiovisuales escogidos, de una u otra forma, manifiestan un poder de influencia relevante en la sociedad a la que van dirigidos. Todas las obras que conforman la muestra pertenecen a programaciones de los grandes teatros impulsores de ópera internacional, así como de los principales festivales de ópera del mundo. Se destacan como ejemplos El Metropolitan Opera House de Nueva York, el Covent Garden de Londres, Il Teatro Alla Scalla de Milán, El Teatro Real de Madrid, la Opera de Viena, o la Opera de Australia, el festival de Salzburgo, el festival Aix-en Provence, o el Glyndebourne Festival, entre otros. Asimismo, desde un punto de vista artístico, de entre la dirección musical, escénica y mediática, se han priorizado los trabajos de directores como Calixto Bieito, Peter Sellars, Peter Brook, Brian Large, Herbert Graf, Paul Czinner, Herbert Von Karajan, Riccardo Muti, Charles Mackerras, James Levine, o Franco Zeffirelli, entre otros nombres.

4.2.4. Representación mediática.

La muestra también debe contemplar una cantidad proporcional de trabajos realizados para los distintos medios audiovisuales, convencionales y actuales. Por un lado, se ha considerado relevante escoger las obras priorizando otros criterios al del medio para el que han sido grabadas o producidas, y poder conocer así cuál ha constituido la tendencia de la oferta mediática operística internacional. Por otro lado, esta investigación se ha esforzado de igual modo por conseguir analizar, como mínimo, un ejemplo de cada una de las tipologías de productos audiovisuales descritos en el cuerpo teórico de esta investigación. Así, a excepción de la ópera en los cines,³⁷⁹ en la muestra seleccionada se incluyen ejemplos de óperas televisadas desde los teatros, óperas grabadas para su distribución videográfica, óperas documentadas —es decir, sin intención mediática más allá del mero archivo documental de la institución—, óperas producidas en estudio para su emisión en televisión o su distribución en vídeo, óperas filmadas, o *tv movies* operísticas.³⁸⁰

En relación al criterio de representación mediática, también debe aclararse la distinción entre el medio para el que ha sido producida la grabación original que, en este estudio, constituye la información más relevante, y el formato a través del que se ha realizado el análisis de contenido. Esta investigación ha podido conseguir todas las piezas en formato DVD y algunas en su versión duplicada de VHS. Asimismo, en 2 ocasiones se ha recurrido al visionado online de la representación, a través del sistema *pay per view* que ofrece el vídeo bajo demanda. Por lo tanto, en esta investigación se prioriza la intención mediática que presentaba la producción original, con independencia del formato a través del que ha sido apreciada. Sin embargo, dado que todas las muestras han partido de un consumo en DVD, en el análisis se incluirá un pequeño apartado destinado a la comparación entre las distintas presentaciones formales que se da a las obras, así como la comparación entre los distintos márgenes televisuales de lectura mediática que ofrece este formato (Cenciarelli, 2013).

³⁷⁹ A juicio de esta investigación, el *Live in HD* en los cines exige unas condiciones medioambientales de estudio específicas y concretas, vinculadas a un espacio físico y a un calendario de programación temporal. Si estas condiciones no se dan, no tiene sentido incluir esta tipología de productos en el análisis: a bien de apreciar el evento mediático en toda su dimensión, es necesario asistir a las salas en las que se reproduce, en tiempo real el espectáculo histórico.

³⁸⁰ Es importante que el lector recuerde que en el análisis mediático, según este criterio, quedan excluidas dos categorías muy relevantes desde el punto de vista artístico: como ya se ha explicado en el cuerpo teórico de esta investigación, tanto el *film ópera* como la *televisión ópera* constituirían dos buenos ejemplos de nueva creación compositiva. Estos productos requieren que la obra musical se haya compuesto expresamente para la producción mediática. Por lo tanto, en estas categorías de productos no pueden existir versiones de una ópera preexistente como es el *Don Giovanni* de Mozart. Quedan así excluidas de la muestra.

4.2.5. Internacionalización.

Finalmente, se han tenido en cuenta dos criterios secundarios para ordenar y segmentar la muestra de casos. Por un lado, como ya se ha apuntado en el apartado 5.2.2, se ha procurado incluir al menos un ejemplo de producción de los que, según los datos ofrecidos en 2013 por *Operabase*, son reconocidos como los principales países impulsores del arte operístico, por cantidad y calidad de obras representadas por año, como son Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania, Austria, Italia, Francia, París, Australia y España. La aplicación de este criterio permite otorgar a la muestra empleada un carácter internacional.³⁸¹

Por otro lado, para que la muestra reflejase la evolución histórica que ha sufrido la mediatización de la ópera, en esta investigación se ha procurado establecer un orden cronológico de los casos de estudio. Así, los productos escogidos no solo se han analizado y se han presentado de acuerdo a un criterio cronológico, sino que, además, en esta investigación se ha procurado escoger al menos un producto de cada década del s. XX para que en la muestra quedasen reflejados todos los periodos históricos. Del mismo modo, se ha intentado mantener el criterio de continuidad cronológica en el s. XXI, seleccionando

³⁸¹ Debe advertirse, en este punto, que la aplicación de un criterio exclusivamente internacional, exigiría tener en cuenta la cantidad de producción por país, por ciudad y por organización que, desde el año 1954 se ha llevado a cabo en el territorio internacional. Esta aplicación se considera inviable desde el punto de vista material. Además de que tal esfuerzo exigiría dedicar la investigación a dicho cometido y, como hemos expresado con anterioridad, no es el objetivo de este trabajo, resulta imposible saber la cantidad total de representaciones históricas de *Don Giovanni* por país, ya que, hasta la década de los 90 del pasado siglo, muchos de los teatros no tenían departamentos de archivo histórico —mucho menos si se trataba de producciones grabadas—, de modo que muchas de las representaciones audiovisuales se han perdido o no han quedado registradas. En el año 1996 se fundó *Operabase*, un servicio internacionalizado de registro de producciones, gracias al que hoy es posible contabilizar la cantidad de óperas producidas por país. Esta investigación ha tomado como referencia los 10 primeros países del mundo que, en la temporada 2012-13, han producido mayor número de representaciones de ópera y que, por lo tanto, pueden considerarse los impulsores de la industria artística mundial: según los datos ofrecidos en diciembre de 2013, el principal país productor de ópera es Alemania con un total de 7230 producciones regladas llevadas a cabo esta última temporada, seguido de Estados Unidos (1730 producciones) Rusia (1441 producciones), Francia, Austria, Italia y Reino Unido (con datos alrededor de las 1100 representaciones). España se sitúa en el número 12 del ranking mundial, con una cantidad de 531 óperas producidas esta temporada. Este último dato se considera muy significativo, teniendo en cuenta que casi toda la producción operística del país se concentra en el Teatro Real, el Gran Teatre del Liceu, la programación de la ABAO bilbaína, el Palau de las Arts de Valencia y el Teatro de la Maestranza de Sevilla. Por eso también se ha considerado interesante incluirlo como parte de la muestra representativa. Podrá advertirse, así, que en la muestra seleccionada existe una significativa cantidad mayor de obras producidas en Alemania, que aquellas pertenecientes a otros ámbitos geográficos. La notable diferencia de producción operística alemana, en comparación con el resto de países, no solo afecta a la temporada 2012-13, sino que, según los archivos de la base de datos consultada, ha tenido lugar desde finales del s. XX.

los casos con uno o dos años de diferencia temporal para abarcar la mayor parte de la trayectoria histórica del nuevo siglo.³⁸²

4.3. Presentación de la muestra

A continuación se enumerarán en dos listados consecutivos, las obras audiovisuales escogidas para realizar el análisis de contenido. En primer lugar se listarán las obras producidas en el s. XX y en segundo lugar aquellas que conforman la oferta del s. XXI. La ordenación de la muestra responde a siete categorías descriptivas: 1) año de producción; 2) tipo de producto audiovisual; 3) medio de distribución; 4) sello discográfico y videográfico que lo produce; 5) director musical; 6) director audiovisual o, en su defecto escénico audiovisual; 7) idioma, color y duración del producto. En el anexo 1 que puede consultarse al final de este trabajo, se ha incluido también una ficha técnica de cada uno de los títulos escogidos, donde se especifican aspectos más detallados de la muestra, que pueden ser de interés para el lector, tales como el reparto artístico de cada obra, o la imagen las carátulas correspondientes a los formatos en los que se ha distribuido.

Tabla 3 (1). S. XX.

SIGLO XX						
Año	Tipo de producto audiovisual	Formato audiovisual de distribución	Sello discográfico	Director musical	Director audiovisual /Arte	Idioma y duración
1954	Telecast desde estudio para televisión. Grabado sin público	Producción del Festival de Salzburgo para la televisión. Película grabada desde un estudio en Viena.	Deutsche Grammophon, Unitel	Paul Czinner	Herbert Graf	Italiano Blanco y negro 129'
1960	Telecast desde estudio para televisión: canal de emisión RAI	Telecast de la radiotelevisión italiana de Milán —RAI—, en diferido para la televisión nacional.	Videoartists International Inc, RAI Trade	Francesco Molinari-Pradelli	Giacomo Vaccari	Italiano Blanco y negro 163'
1961	Grabación desde el teatro: Deutsche Oper Berlin	Producción filmada en vivo para la televisión alemana y emitida en diferido un día después del estreno —el 23 de septiembre de 1961—.	ArtHaus Musik	Ferenc Fricsay	Rolf Unkel	Italiano Blanco y negro 166'
1978	Grabación desde el teatro: Metropolitan Opera House de Nueva York	Producción filmada en directo para ser emitida en diferido desde el Met para la televisión estatal	Pioneer Classics PC	Richard Bonyng	Herbert Graf	Italiano subtítulos en inglés. Color 190'
1979	Opera Filmada en exteriores de Venecia y Veneto. Producción original	Película filmada para ser emitida en cines. Comercializada en DVD en 2006 por Gaumont	Gaumont, Camera One, Opera Film Produzione, Janus Film, Antenne 2	Lorin Maazel/Janine Reiss	Joseph Losey/Frantz Salieri	Italiano Color 173'
1980	Grabación desde el teatro: Gran Teatre del Liceu	Producción para la televisión nacional, grabada en directo con equipo móvil y emitida para la televisión nacional	Gran Teatre del Liceu	Alexander Sander	Jose Luis Mendizabal	Italiano Color 173'

³⁸² Como podrá comprobarse en la Tabla 3, las obras del s. XXI están seleccionadas y presentadas por orden cronológico, desde el año 2001, hasta el año 2013. La muestra incluye, de forma especial, tres casos de estudio que coinciden en el mismo año de producción, 2008. Se ha considerado relevante repetir años de producción, porque, como se ha tratado en estas páginas, se priorizan otros criterios al cronológico, tales como la relevancia artística, la representación institucional, o la tipología audiovisual.

1986	Grabación desde el teatro: The Victoria State Opera	Producción desde el teatro, grabada en directo para ser emitida en diferido por un canal de Melbourne	Australian Broadcasting Corporation	Richard Dival	Stephen Jones	Italiano, Color, 180'
1987	Grabación desde el teatro: Filarmónica de Viena. Producto de archivo para ser distribuido en vídeo doméstico	Producción en la Filarmónica de Viena, emitida en diferido desde el teatro, dentro de la programación del Festival de Salzburgo.	Sony Classical	Herbert Von Karajan	Claus Viller	Italiano Color 193'
1987-88	Grabación desde el teatro: Teatro Alla Scalla de Milán. Producto de archivo para ser distribuido en vídeo doméstico	Producción desde el teatro Alla Scala de Milán, para la retransmisión en directo de la televisión RAI italiana.	Opus Arte	Ricardo Muti	Giorgio Strehler	Italiano subtítulos en inglés. Color 176'
1988	Grabación desde el teatro: Covent Garden	Producción para la televisión BBC, grabada desde el propio teatro por la ópera nacional de Londres ROH.	ROH	Colin Davis	Peter Wood	Italiano, Color, 178'
1990	Grabación desde el teatro: Filarmónica de Viena. Producto de archivo para ser distribuido en vídeo doméstico	Emisión en diferido para la televisión nacional, pero grabada en directo desde el teatro.	Coproducción del canal 3/sat	Claudio Abbado	No aparece en créditos	Italiano subtítulos en inglés. Color 176'
1990	Grabación desde el teatro: Metropolitan Opera de Nueva York	Producción para la televisión BBC, grabada desde el propio teatro por la ópera nacional de Londres ROH.	The Metropolitan Opera	James Levine	Brian Large	Italiano, Color, 179'
1990	Telecast desde estudio de Viena para televisión: canal de emisión PBS	Producción original para el Pepsico Summerfare Festival y el International Performing Arts Festival de Nueva York, versionada en estudio para su posterior emisión en televisión, desde los Emil Berliner Studios, en Viena.	DECCA	Craig Smith	Peter Sellars	Italiano subtítulos en inglés. Color 190'
1991	Grabación desde el teatro: Gran Teatro de Colonia	Producción desde el teatro de Colonia para su emisión en diferido por televisión.	ArtHaus Musik	James Conlon	Michael Hampe/José Montés Baquer	Italiano subtítulos en inglés. Color 173'
1991	Grabación desde el teatro: Teatro Estatal de Praga	Producción desde el teatro Estatal de Praga para su emisión en diferido por televisión.	Supraphon	Charles Mackerras	Michal Caban	Italiano subtítulos en inglés. Color 156'
1995	Telecast desde estudio para televisión: canal de emisión ZDF/3sat	Producción de Decca London escenificada con marionetas desde el Salzburger Marionettentheater, presentada por Peter Ustinov, grabada y emitida en diferido por el canal de televisión ZDF/3sat.	DECCA London	Erich Leinsdorf	Volker Weiker	Italiano, color, 153'
1996	Grabación desde el teatro: La Fenice de Venecia para la televisión nacional.	Grabación en directo desde la Fenice de Venecia para ser emitida en directo y diferido por el canal RAITRE	Canal Raitre	Isaac Krabatchev-sky	Ilio Catani	Italiano, color
1998	Grabación desde el teatro:	Producción dentro del festival Aix-en-Provence, grabada para su posible emisión en diferido por televisión.	Bel Air Classiques	Daniel Harding	Peter Brook/Vincent Bataillon	Italiano, color
2000	Telecast desde el teatro en diferido: Metropolitan Opera de Nueva York para la cadena PBS. Grabada en octubre de 2000	Reposición de la popular producción de Zeffirelli del año 1990. Grabada en diferido y emitida por televisión dos meses más tarde para todo el país, el día 27 de diciembre de 2000	Deutsche Grammophon	James Levine	Franco Zeffirelli/Gary Halvorson	Italiano subtítulos en inglés. Color 191'

*Nota: la muestra se ha seleccionado según el año de producción de la obra original, no así de la edición del DVD

Tabla 3 (2). S. XXI.

SIGLO XXI						
Año	Tipo de producto audiovisual	Formato audiovisual de distribución	Sello discográfico	Director musical	Director audiovisual/Arte	Idioma y duración
2001	Grabación desde el teatro: Opernhaus de Zürich	Producción desde el teatro para la televisión alemana.	Opernhaus Zürich	Nikolaus Harnoncourt	Jürgen Flimm/ Brian Large	Inglés Color 187'
2002	Grabación desde el teatro: Gran Teatre Liceu	Producción desde el teatro para su posterior distribución en DVD.	Opus Arte	Bertrand de Billy	Calixto Bieito/ Toni Bargalló	Italiano Color 156'
2005	Grabación desde el teatro: Teatro Real	Producción desde el Teatro Real para la televisión TV1.	Opus Arte	Víctor Pablo Pérez	Lluís Pasqual/ Robin Lough	Italiano Color 208'
2006	Telecast desde estudio para televisión.	Producción del Festival de Salzburgo para la televisión. Película grabada desde un estudio en Viena	DECCA Music Group Limited	Daniel Harding	Martin Kusej/ Karina Fibich	Italiano Color 180'
2008	Grabación desde el teatro: Deneder Landse Opera	Producción desde el teatro para la televisión holandesa.	Opus Arte	Ingo Metzmacher	Jossi Wieler/ Mitsel Vermeiren	Italiano Color 179,33'
2008	Grabación en el teatro: Baden-Baden	Producción del Festival de Innsbrucker para su comercialización en DVD.	SWR/ Arte	René Jacobs	Vincent Lemaire/ Georg Wübbolt	Italiano Color 172'
2008	Grabación desde el teatro: Royal Opera House	Producción desde el teatro para su comercialización en DVD.	Opus Arte	Charles Mackerras	Francesca Zambello/ Robin Lough	Italiano Color 202'
2008-2010	Telecast desde estudio para televisión. Grabado sin público	Producción del Festival de Salzburgo para la televisión. Película grabada desde el teatro de Viena	Unitel Classica	Nikolaus Harnoncourt	Brian Large	Italiano Color 177'
2010	Película Juan	Película filmada en sets interiores y exteriores	Blenkov & Schonemann	Lars Urik Mortensen	Kasper Holten	Inglés Color
2010	Grabación desde el teatro enmarcada en el Glyndebourne Festival	Producción del Festival de Glydebourne para la televisión BBC. Película grabada desde el teatro en Munich	EMI Classics	Vladimir Jurowski	Jonathan Kent/ Peter Maniura	Italiano Color 194'
2011	Grabación desde el teatro: Sydney Opera House	Producción desde el teatro para su comercialización en DVD.	Opera Australia	Mark Wigglesworth	Göran Järvefelt/ Cameron Kirkpatrick	Italiano Color 176'
2013	Grabación desde el teatro: Champs Elysees de París	Grabación en directo desde el teatro para la televisión digital Mezzo.	Mezzo	Jérémie Rhorer	François Roussillon	Italiano Color

*Nota: la muestra se ha seleccionado según el año de producción de la obra original, no así de la edición del DVD

4.4. Metodología de análisis

Una vez justificada y delimitada la muestra de los productos audiovisuales sobre los que se va a realizar un estudio cualitativo de los casos seleccionados, se ha diseñado una guía, que recoge un conjunto de observaciones o cuestiones estructuradas que permitan analizar el tipo y el grado de intervención mediática en la obra representada, como bien se ha podido desarrollar a lo largo del cuerpo teórico. El diseño que hemos empleado combina la metodología cuantitativa y cualitativa. Desde la perspectiva cualitativa se ha realizado un

análisis en profundidad de los casos, generando las hipótesis y contrastando la teoría. Desde la perspectiva cuantitativa se ha enriquecido el análisis incorporando e integrando elementos para un mayor conocimiento y comprensión del estudio cualitativo.

La guía con las cuestiones consta de 89 ítems con respuestas dicotómicas—sí o no—. Asimismo, dadas las características de nuestro estudio, sobre productos artísticos, se ha incorporado al cuerpo del análisis una valoración descriptiva que amplía la información de gran parte de las respuestas dicotómicas, con el fin de identificar aspectos cualitativos relevantes desde el punto de vista de la mediatización audiovisual.

Estos datos se han recogido en una hoja de cálculo Excel y posteriormente han sido tratados mediante el programa estadístico SPSS. Los criterios de análisis o ítems utilizados en cada una de las dimensiones tratadas, constituyen las variables dependientes, todas ellas dicotómicas —nominales— ya que una de las variables que recoge datos cuantitativos se ha dicotomizado. Como variable independiente, también nominal, se ha utilizado el factor temporal, es decir, el siglo en el que queda enmarcada la producción. Gracias a la técnica estadística utilizada, que permite comparar variables nominales y establecer el grado de independencia o asociación entre ellas, se han obtenido, en algunos casos, datos estadísticamente significativos sobre el cambio en la producción lírica de un siglo a otro. En otros casos, los datos, sin ser estadísticamente significativos, ofrecen información sobre tendencias de transformación mediática tanto en el producto operístico, como en los sistemas de producción empleados para favorecer el tipo de apreciación audiovisual de la obra.

4.4.1. Ordenación de los ítems de análisis.

En primer lugar, se ha elaborado para cada una de las filmaciones una breve ficha técnica de carácter descriptivo, en la que queda recogido el título, el director, el país, el teatro, el año de producción y el casting de la representación. Del mismo modo se ha adjuntado en la ficha una fotografía de la carátula con la que se comercializó la producción en diversos formatos: cine, DVD y VHS. Esta organización nos permite ordenar los casos de estudio como fichas individuales, enumeradas y distribuidas según el año de producción. Todas ellas se incluyen como anexo a la investigación —consultar *Anexo 1*— y sirven como referencia para el lector. Algunos de estos datos, como la fotografía de la carátula, además sirven para extraer otro tipo de conclusiones relacionadas con aspectos estéticos en los que también se está manifestando la mediatización audiovisual de la ópera.

Una vez ordenadas las fichas, se ha procedido a la recolección de los datos en el cuadro de Excel. Las películas se han estudiado de forma cronológica. Del mismo modo, a partir de un orden temático, se han ido respondiendo a cada una de las cuestiones estructuradas de la guía. A continuación, se describen de forma sintética, los 89 ítems de análisis que han servido de guía para estudiar si los productos que la ópera ofrece en formato audiovisual responden, según la muestra empleada, a la adquisición de las lógicas mediáticas que como se ha tratado en los capítulos anteriores, han defendido en los últimos años las múltiples teorías estéticas.

Los ítems —en adelante se utilizará este término junto con otros sinónimos como *cuestiones* o *preguntas*, y en el tratamiento estadístico se empleará, por lo general, el término *variables*—, se han ordenado de acuerdo a 5 bloques temáticos relacionados con aspectos concretos de la mediatización artística del producto: todas ellas tienen que ver, de un modo u otro, con las propiedades, los procesos y las técnicas más características que definen de algún modo a cada una de las lógicas mediáticas analizadas en el cuerpo teórico de esta investigación.

En primer lugar, mediante la elaboración de una primera tabla, se han ido introduciendo todas las respuestas dicotómicas a los aspectos en los que se ha centrado el análisis, para advertir las tendencias generales en el modo en que interviene el discurso audiovisual en la representación operística, así como para observar si se producen cambios significativos entre el siglo XX y el siglo XXI. Del mismo modo se han querido identificar aquellos casos atípicos que no se rigen por los procesos tendenciales de mediatización.

En segundo lugar, a partir de los datos de esta primera tabla, se ha elaborado una segunda donde, a casi todas las respuestas, se les ha añadido un apartado de valoraciones cualitativas que permiten contextualizar el análisis de los resultados y llevar a cabo una interpretación de los mismos. Tanto la tabla general de respuestas, como la tabla con los comentarios personales, se encuentran a disposición del lector en el apartado de *Anexos* de esta investigación. A continuación se describirán, de forma sintética, las categorías temáticas escogidas para ordenar los ítems del análisis.

4.4.1.1. Bloque 1: aspectos técnicos.

El primer bloque temático hace referencia a todas las cuestiones técnicas consideradas pertinentes en el análisis del contenido de las obras audiovisuales, que abarcan las cuestiones 1 a la 17. El bloque técnico está compuesto por dos grupos de ítems: aquellos que hacen referencia al tipo de grabación y de emisión de la obra original, y aquellos

destinados al formato audiovisual desde el que se ha llevado a cabo el análisis de contenido. De la cuestión 1 a la 7, se analiza si las obras constituyen una creación original o si son grabaciones desde los teatros de ópera; si existía una intención previa de ser emitidas o distribuidas en algún medio de comunicación, y si dicha emisión se produjo en directo para los cines o para el medio televisivo; y, finalmente, se analiza el formato desde el que se ha llevado a cabo el análisis —cine, VHS, televisión o DVD—.

El grupo de cuestiones de la 8 a la 17, forman un subgrupo temático dedicado en exclusiva al análisis del DVD. Este segundo subgrupo de preguntas, de carácter más técnico, recoge si en este formato se producen cortes de la obra, presentada de forma encapsulada en distintas unidades de información, y si dicha encapsulación sigue un criterio, musical, narrativo, o bien se rige por otros criterios como el técnico. El corte por un criterio musical es aquél que divide la obra en dos actos, y en cada uno de los actos indica el pasaje musical que introduce cada unidad audiovisual, como puede comprobarse en el siguiente ejemplo: 1. *Aria*; 2. *Duetto*; 3. *Finale...* etc. El corte por criterio narrativo, prioriza al pasaje musical, la indicación del texto o de la parte del libreto al que hace referencia la encapsulación audiovisual: 1. *Ab, taci, ingiusto core!*; 2. *Riposate, Vezzose, ragazze...* etc. Otro tipo de criterios pueden no estar relacionados con la obra audiovisual, sino que pueden facilitar un consumo mediático más intuitivo, como una simple numeración de escenas.

Asimismo, en este sub-apartado se analiza si los márgenes de navegación del DVD presentan características cada vez más cinemáticas, como la incorporación de música diegética de la propia ópera, o el empleo de imágenes no figurativas o no tan relacionadas con la grabación —es decir, el uso cada vez menor de fotos del casting o *frames* de la representación—, sino que evocan más una relación simbólica con la narración de la historia. Asimismo, el ítem 16 responde a si la carátula de los DVD presenta igualmente esta transición de la estética más televisual, a una más narrativa. Finalmente, el ítem 15 identifica si en estas versiones se incluye material extra en el DVD, y qué tipo de información aporta, en el caso de que la respuesta dicotómica sea afirmativa.

Este primer bloque sirve a la investigación para comprobar si la muestra empleada responde a la tendencia de producción internacional descrita en el cuerpo teórico, es decir, si aumenta la producción desde los teatros frente a la creación original, y si están aumentando las emisiones en directo. Al mismo tiempo, el análisis del formato sirve para identificar si, como bien se apunta en el apartado destinado al vídeo del siglo XXI, el DVD poco a poco ha ido adquiriendo una transformación mediática, una transición de la lógica más televisual a la adopción de una estética más cinemática. Finalmente, el análisis de los

tipos de productos terciarios incluidos en el formato —los extras del DVD—, le permite a esta investigación comprobar si la ópera utiliza estos *paratextos* con fines educativos y divulgativos, o si, por el contrario, se deja llevar por la tendencia comercial impuesta por otros sectores como el cine o el propio vídeo, en los que no existe una necesidad de contextualizar los contenidos culturales a fin de que estos sean mejor entendidos por los consumidores.

4.4.1.2. Bloque 2: imagen y sonido.

El segundo bloque de variables de análisis está destinado a la concepción técnica tanto de la imagen como del sonido de la representación. Este grupo está compuesto por 14 ítems —del 18 al 32—, relacionados con el equipo técnico empleado para la grabación, así como el concepto de sonido que ha prevalecido en la representación.

Así, ítems sobre la imagen —del 14 a la 28— identifican si se ha empleado una técnica multi-cámara que define claramente a un tipo de lógica televisual frente a la cinematográfica, y si se utilizan las cámaras desde posiciones fijas según los tiros de grabación: el tiro izquierdo, el frontal, el derecho, o la existencia de otro tipo de colocación de cámara. Estas preguntas también estudian el tipo de ángulo desde el que se graban las tomas en cada cámara, y si existe un predominio de alguno de ellos sobre los demás. Al mismo tiempo, en relación a la angulación de la cámara, se intenta observar si la utilización de planos no frontales, como los picados, los contrapicados o los cenitales, responde a un sentido narrativo propio de la lógica cinematográfica o si, por el contrario, se debe a una justificación meramente técnica, basada en una colocación no intrusiva de la cámara en el teatro original.

Asimismo, en relación al sonido —que engloba los ítems 19-32—, un segundo conjunto de cuestiones analizan si este es captado en directo —aunque se haya embellecido ligeramente en el proceso de postproducción antes de la emisión—, si se ha postproducido claramente tras la grabación o si, en su defecto, está doblado. De todas las obras —en especial en aquellas que han sido retocadas en la postproducción—, se intenta averiguar también si se respeta la perspectiva sonora y los volúmenes, en relación a la verosimilitud que ha de conseguirse con respecto a la acción escénica. Como se ha tratado en el cuerpo teórico de esta investigación, una concepción realista del sonido es más idealista y, por lo tanto, menos diegética y narrativa. Sin embargo, conecta más con la corporalidad de los cantantes en la escena, hecho que favorece la consecución de una estética televisual.

4.4.1.3. Bloque 3: lenguaje audiovisual.

El tercer bloque destinado al lenguaje audiovisual, es más extenso que el resto de las temáticas, ya que en él se concretan muchas de las hipótesis que han ido surgiendo a lo largo del desarrollo del cuerpo teórico. Para llevar a cabo el análisis de la manera en que el discurso audiovisual interviene, modifica o transforma la obra representada, se han empleado 22 ítems de respuesta dicotómica. Con el fin de presentar un mayor orden en la información, estos ítems se han agrupado en tres sub-grupos de preguntas: 1) el criterio empleado en el ritmo de montaje; 2) el tamaño, la proporción y la relación de los planos utilizados en el discurso audiovisual; 3) los movimientos de cámara. En esta investigación, la incorporación de un significativo grueso de preguntas destinadas al análisis del lenguaje audiovisual, encuentra su justificación por la necesidad de concretar muchas de las características propias de las lógicas que, tendencialmente, han adquirido los productos operísticos. Así, determinadas concepciones del lenguaje audiovisual, inciden directamente en la construcción de una lógica televisiva, o bien en la potenciación de la narración cinematográfica.

Con respecto al criterio que parece regir el ritmo de montaje de las representaciones, las preguntas 33, 34, 35 y 36, identifican la cantidad total de planos empleados para narrar el final del primer acto. También se analiza si los cortes de la planificación se deben, bien al movimiento de la acción escénica, a un criterio narrativo, o bien a un criterio musical. Estos tres criterios marcan claramente el ritmo de montaje en cada uno de los productos. Al criterio escénico responden aquellas obras que cambian de plano en función de la acción de los personajes en la escena, con independencia de si les toca cantar o no. El criterio narrativo define a aquellos montajes que persiguen mostrar prioritariamente qué cantantes intervienen, de modo que sigue claramente las directrices del libreto. El criterio musical incluye todos aquellos montajes cuya prioridad en el cambio de plano es marcada por las inflexiones musicales.

De acuerdo con el tamaño, la proporción y la relación entre los planos empleados, el grupo de preguntas que abarcan de la 37 a la 45, se centran en los efectos del empleo de unos tipos de planos, en relación a las distintas lógicas mediáticas señaladas. En estos ítems se describen cuestiones estéticas como la cantidad total de los planos empleados por el ejercicio audiovisual; la lógica de utilización y el predominio del tamaño de los planos —si, por ejemplo, abundan los planos generales, los planos de conjunto, los medios o los primeros planos—; si existe una relación proporcional en el empleo de los tamaños durante

el montaje de la secuencia —relaciones entre plano y contraplano—, de modo que pueda hablarse de una planificación estéticamente más o menos unificada y cohesionada, o más contrastada.

Algunas preguntas relacionadas con el tamaño de los planos y con el ritmo de montaje, intentan esclarecer si se emplea una técnica de corte de plano clásica, si bien se recurre a otro tipo de montaje como el encadenado o el fundido de imágenes, y si las secuencias comienzan y acaban con el plano general de referencia —conocido como *máster* de la grabación— para situar al espectador en relación a la obra.

El último sub-apartado de preguntas está dedicado al movimiento de la cámara. Los ítems que transcurren del 46 al 55, hablan de la significación y de la función que se le da al movimiento en el discurso audiovisual. Así, se analiza en los casos de estudio si predominan los planos fijos o en movimiento. De aquellos que incluyen movimiento, resulta muy interesante identificar si la cámara se mueve sobre su propio eje, o si por el contrario se desplaza del eje y puede producir un doble movimiento. Si la cámara se mueve sobre su propio eje, se analiza el tipo de movimiento empleado —si hay *zooms in*, *zooms out*, barridos verticales, o paneos horizontales, entre otros—. Si la cámara se desplaza de su eje, se analiza igualmente el empleo de la técnica del movimiento concreto, como la grúa o el *travelling*.

El apartado dedicado al lenguaje audiovisual se considera especialmente significativo, ya que en él se intenta comprobar, a partir de la muestra empleada, la relación que el movimiento, la cantidad y el discurso de los planos, provocan con la obra para que, en su versión audiovisual, esta sea percibida de una forma más continua, fluida y dinámica —y por lo tanto mediática—, sin renunciar a la supremacía de la música y del texto.

4.4.1.4. Bloque 4: universo narrativo.

El cuarto apartado temático ahonda en la construcción del universo narrativo, a partir del espacio y el tiempo de la representación. Este bloque también está constituido por un amplio número de preguntas —un total de 23 ítems de respuesta dicotómica—, destinadas a analizar la construcción diegética de la ópera y debe interpretarse de una forma estrechamente relacionada con el apartado del lenguaje audiovisual, del cual depende directamente. Como en el caso de este último, dada la importancia del tema de análisis y dada la cantidad de variables que componen el grupo, se han ordenado las preguntas de acuerdo a tres categorías temáticas: 1) estructura temporal de la obra; 2) articulación

narrativa y continuidad temporal; 3) construcción espacial y ambientación escénica.

El primer subgrupo de preguntas identifica la duración total de las obras: si se produce una condensación musical o, si por el contrario, la estructura temporal se excede de los 160 minutos de duración aproximada de la obra original. Asimismo se intentan identificar las causas de que la obra dure más tiempo del estimado.

De la pregunta 60 a la pregunta 67, se analizan algunas cuestiones que pueden ayudar a esclarecer si las obras se presentan, gracias al lenguaje audiovisual, de una forma más continua, fluida y dinámica, propia de la articulación narrativa del “cara a cara” expresado en el cuerpo teórico de esta investigación y muy característico de la lógica más cinematográfica, o si, por el contrario, la articulación narrativa es más televisiva, y, por consiguiente, menos lineal y más estática desde el punto de vista de la narración. Así, se responde a cuestiones como la existencia de un cambio en el tipo de montaje por criterios narrativos, o el empleo de técnicas audiovisuales que ayuden a agilizar la sensación de movimiento escénico. Tras lo visto en el cuerpo teórico de esta investigación, en los resultados del análisis de contenido se expondrá cómo la percepción estática o dinámica de la película audiovisual guarda relación con elementos del lenguaje audiovisual, tales como la cantidad de planos, el movimiento de las cámaras, el movimiento de la acción interna o las técnicas de *sutura* de las imágenes. Todos estos elementos evidencian la capacidad que presenta el montaje audiovisual de la obra, de generar agilidad en la trama.

El último grupo de cuestiones del universo narrativo, hace referencia a la construcción espacial de la historia. En este apartado, se considera altamente significativa la respuesta obtenida en algunos de los ítems de análisis relacionados con la perspectiva desde la que se presenta el discurso audiovisual. Así, se han analizado cuestiones como la existencia de planos no diegéticos antes, durante y después de la representación, que ayuden al espectador a salir de la inmersión narrativa y le acerquen a una situación más distante; la utilización de efectos exclusivamente audiovisuales, como la incorporación de rótulos, efectos visuales y sonoros, o subtítulos explicativos, que ayuden al espectador a no romper la lectura narrativa del espectáculo y le hagan olvidarse de la existencia de un espacio no diegético de la representación: el espacio del teatro. Asimismo, un segundo grupo de preguntas pretende describir aspectos mediáticos en los que influye la ambientación escénica. En este subgrupo, compuesto por las preguntas que transcurren de la 68 a la 79, se analizan aspectos como si la composición escénica presenta una construcción en profundidad de campo favorable a la narración audiovisual o si, por el contrario, está pensada en las dos dimensiones propias del espacio teatral. También se responde al tipo de

ambientación de la escenografía, bien tradicional o más bien innovadora, y a si el hecho de romper con una estética convencional histórica, ayuda a construir un espacio menos televisual y más inmersivo —como se ha visto aquél que se construye en profundidad de campo, buscando la recreación tipo plató en 360°—. Finalmente, este conjunto de ítems es completado por preguntas sobre la actuación de los personajes, la iluminación, o la incorporación de sonido no diegético.

Como ya se ha explicitado, las preguntas en relación al universo narrativo intentan aclarar si el tipo de concepción formal de la obra audiovisual potencia algunas características que ayudan a entender mejor el producto en un contexto mediático cinematográfico, o bien favorece la apreciación de la obra en un medioambiente televisual. Como este universo espacial y temporal que presentan los casos de estudio, en gran parte, ha sido construido por el modo en que el lenguaje audiovisual ha sido concebido, a la hora de interpretar los resultados estadísticos, muchos de los conceptos deberán describirse conjuntamente o en constante dependencia de variables que pertenecen a ambos bloques temáticos. Después de todo lo expuesto en el estado de la cuestión de esta investigación, el análisis de elementos como el uso o no de imágenes no diegéticas durante la representación, la construcción escénica en profundidad de campo, la ruptura de una planificación frontal o el empleo de técnicas de grabación que apuestan por la linealidad narrativa, constituye una forma concreta de observar si la ópera está adaptándose a los usos que los espectadores audiovisuales hacen de los medios para facilitar la apreciación mediática audiovisual del arte.

4.4.1.5. Bloque 5: análisis de las oberturas.

El último bloque temático está destinado, en exclusiva, al análisis comparativo de las oberturas que presentan los 29 casos operísticos. Como ya se ha explicado en la descripción de la muestra, las oberturas constituyen una célula artística y musical en sí misma, con independencia narrativa del resto de la obra, cuya función puede variar según las intenciones estéticas del equipo creativo. Las oberturas, así, manifiestan de una forma más o menos sistemática, muchas de las características estilísticas que afectan a la mediatización de la obra, y que explican no solo la concepción formal, sino también la estructura narrativa y la relación que desea establecerse con el espectador audiovisual, entre otros elementos. El bloque temático de las oberturas está compuesto por 11 ítems de respuesta dicotómica. En ellos, se intentan esclarecer cuestiones relacionadas con una posible repetición estructural de la pieza cuando a esta se le añaden los títulos de crédito

audiovisuales, con la función de la obertura y con el estilo mediático adoptado.

Así, desde el punto de vista de la relación artística establecida con el espectador, se analiza si las oberturas presentan el interior, el exterior y los créditos del teatro antes de comenzar la interpretación musical, y si también muestran al director y a la orquesta que lleva a cabo la interpretación instrumental. Como se ha comentado en el capítulo destinado al DVD, la apertura con la referencia del teatro en el que tiene lugar la representación, confiere un significado institucional a la obra artística que, en algunas ocasiones, puede predisponer la apreciación audiovisual de la misma.

Desde un punto de vista narrativo, en la obertura se analizan cuestiones como la función simbólica del pasaje musical. Así, se responde a si la obertura tiene una función predominantemente narrativa, utilizada para presentar el tono estético de la representación y los personajes; si por el contrario, la obertura sirve para manifestar la relevancia musical del equipo artístico —mediante un planteamiento formal no diegético en el que se muestra, sobre todo, la interpretación orquestal de la música en el foso del teatro—; o si se mezclan ambas funciones: presentar el reparto artístico y dar información narrativa de la obra. En este grupo también se incluyen preguntas que determinan si en las oberturas prevalecen elementos no diegéticos, o si, por el contrario, se incluyen imágenes diegéticas reforzadas por técnicas exclusivamente audiovisuales que potencian la narración, como el uso de fundidos, encadenados o rótulos explicativos.

Finalmente, un último grupo de preguntas hacen referencia a la función estructural de la obertura cuando entra en contacto con los títulos de crédito de la secuencia de apertura de una obra audiovisual. Así, las preguntas 83 y 84 identifican si las obras incorporan una doble secuencia de apertura —la audiovisual ofrecida por los títulos de crédito y la musical propia del pasaje inicial citado—, o si, por el contrario, sobreimprimen los créditos de apertura de la película durante la interpretación de la obertura, unificando ambas funciones y estructuras en la obra estética final.

4.5. Resultados de la investigación

El estudio comparativo de la muestra correspondiente al siglo XX y al siglo XXI, ha dado lugar a una serie de reflexiones teóricas que corroboran gran parte de las ideas expresadas en el cuerpo teórico de esta investigación y que, en ciertos casos, consiguen justificar algunos de los vacíos teóricos existentes hasta el momento.

Gracias a la aplicación de un amplio bloque de cuestiones en el análisis, esta investigación

ha podido cotejar algunas de las tendencias mediáticas que se han expuesto en los capítulos anteriores. Asimismo, ante el vacío teórico de alguno de los procesos mediáticos llevados a cabo en el arte, la metodología empleada ha pretendido encontrar modos concretos en los que el arte operístico puede construirse a partir de una mirada más audiovisual, sin traicionar por ello sus notas esenciales. El diseño de esta investigación —análisis cuantitativo y cualitativo sobre 89 cuestiones analizadas en 29 casos— ha permitido obtener abundante información en relación a la mediatización de las obras, que resulta muy difícil recoger de forma detallada en las páginas de este capítulo. Asimismo, este diseño basado en la combinación entre la observación cualitativa y los resultados cuantitativos, se ha mostrado muy valioso a la hora de establecer conclusiones generalizables sobre el arte. Con el fin de centrar la atención en las cuestiones más representativas, así como de facilitar la comprensión lectora, se presentarán las conclusiones sobre el análisis de contenido, ordenadas de acuerdo a dos categorías: 1) presentación de los resultados estadísticos más significativos, y 2) análisis de los resultados. Asimismo, se ha considerado oportuno presentar de forma simultánea los resultados obtenidos en el siglo XX y aquellos propios del siglo XXI, para manifestar de una forma más clara las comparativas que pueden realizarse entre ambos periodos históricos y advertir si se están produciendo tendencias de cambio.

4.5.1. Descripción de los resultados estadísticos significativos.

Antes de abordar la interpretación cualitativa de los resultados, así como de las principales tendencias que parecen estar adquiriendo los productos audiovisuales operísticos — siempre a partir de la muestra empleada—, se considera necesario exponer los resultados significativos, obtenidos tras el proceso estadístico al que han sido sometidos los datos.

Con el fin de comparar si existen asociaciones de las variables y poder determinar las diferencias en cada una de ellas, en función de los dos periodos analizados —siglo XX y XXI—, se ha utilizado la prueba denominada *tablas de contingencia*. Mediante la aplicación de esta prueba estadística es posible trabajar con variables categóricas. Los datos se organizan en una tabla de doble entrada que recoge los criterios de clasificación y las frecuencias, organizadas en casillas, que aportan información sobre la relación existente entre las dos variables.

La hipótesis que contrasta la prueba es que las dos variables son independientes —es decir, que no están asociadas—, comparando las frecuencias observadas con las frecuencias

esperadas. El grado de asociación, sin embargo, no puede establecerse únicamente a partir de la observación de los datos de la tabla. Se necesitan ciertas medidas de asociación —llamados *estadísticos*— que aporten la correspondiente prueba de significación a un nivel de confianza determinado —normalmente el 95%—. El estadístico *Chi cuadrado de Pearson*, permite contrastar la hipótesis de que los dos criterios analizados son independientes. Por lo tanto, se puede defender la hipótesis de independencia si la probabilidad asociada al estadístico *Chi cuadrado* es mayor que 0,05 y considerar que las variables están relacionadas si es menor que 0,05 (Lubín Pigouche, Maciá Antón, & Rubio de Lemus, 2003).

La aplicación del estadístico requiere el cumplimiento de ciertas condiciones, entre ellas, que las frecuencias esperadas menores que 5 no superen el 20% del total, o que la muestra sea demasiado pequeña, en cuyo caso el estadístico no sigue la distribución *Chi cuadrado*. En estos casos, la medida a emplear es el *Estadístico exacto de Fisher*, que viene a corregir las limitaciones anteriores. Al tratarse de estudios de casos —obras de ópera—, nuestra muestra es pequeña y a la hora de aplicar las pruebas de *Chi cuadrado* es frecuente obtener en la tabla de contingencia casillas con frecuencias esperadas menores que 5. En nuestras pruebas se empleará el *Estadístico exacto de Fisher*

El hecho de tratar las variables de forma dicotómica —sí=1 y no=0—, permite utilizar la media como medida de tendencia central en ambos periodos y obtener una sugerente información respecto al cumplimiento conjunto y a la tendencia en cada una de las variables, teniendo en cuenta que la media 0,5 marcaría el corte hacia el sí o hacia el no cumplimiento del criterio analizado. A continuación se expondrán los principales resultados obtenidos tras la prueba estadística en cada uno de los bloques temáticos analizados.

4.5.1.1. Aspectos técnicos.

Los resultados obtenidos al aplicar el *Estadístico exacto de Fisher* muestran diferencias significativas — $\alpha=0,05$ — en la variable *Formato VHS* — $p=0,003$ — y en la variable *Formato DVD* — $p=0,019$ —. Por lo tanto, puede interpretarse que la utilización del formato DVD se instala con fuerza en el mercado frente a otras opciones de negocio.

Tabla 4: medias de variables sobre los *Aspectos técnicos*. Se amplía la descripción del nombre de la variable

Aspectos Técnicos					
Siglo	Variables	Medias	Siglo	Variables	Medias
S. XX	Producción original	0,22	S. XX	DVD: criterio musical de división del contenido	0,50
S. XXI		0,00	S. XXI		0,60
S. XX	Grabación desde un teatro	0,78	S. XX	DVD: criterio narrativo de división del contenido	0,00
S. XXI		1,00	S. XXI		0,40
S. XX	Grabación con intención previa de ser distribuido o emitido por tv o cine	1,00	S. XX	DVD: otros criterios de división de la obra	0,20
S. XXI		1,00	S. XXI		0,20
S. XX	Emisión para TV en directo	0,06	S. XX	DVD: márgenes de navegación que presentan estética figurativa	0,00
S. XXI		0,36	S. XXI		0,60
S. XX	Formato de análisis del producto en VHS	0,56	S. XX	DVD: márgenes con música diegética	0,40
S. XXI		0,00	S. XXI		0,30
S. XX	Formato de análisis del producto desde el Cine	0,00	S. XX	DVD: incorporación de material extra	0,60
S. XXI		0,09	S. XXI		1,00
S. XX	Formato de análisis del producto desde la TV	0,00	S. XX	DVD: diseño de la carátula inmersivo y simbólico	0,10
S. XXI		0,00	S. XXI		0,90
S. XX	Formato de análisis del producto en DVD	0,44	S. XX	DVD: diseño de la carátula televisual y transparente	0,10
S. XXI		0,91	S. XXI		0,90
S. XX	DVD: criterio de encapsulación según actos	0,80			
S. XXI		1,00			

Respecto a las variables que hacen referencia a este formato en concreto, existen diferencias significativas — $\alpha = 0,05$ — en la variable *Material extra* — $p = 0,040$ —, en *Diseño de carátula inmersivo* — $p = 0,001$ — y también en la variable *Diseño de carátula televisual* — $p = 0,001$ —. Por lo tanto, se interpreta que el material extra ahora se emplea en todos los casos y lo mismo ocurre con el tipo de diseño mucho más simbólico —no figurativo— de la carátula. Deja de utilizarse, por lo tanto, el diseño televisual de la carátula.

Como se puede apreciar en la tabla 4, otras variables, aunque no muestran cambios significativos, sí manifiestan una clara tendencia: la escasa producción original actual, la grabación desde el teatro y la grabación para TV se consolidan; la emisión de TV en directo apenas adquiere importancia, y desaparece el formato en cine. Respecto a la producción de DVD, los cortes se siguen realizando según los actos y escenas, y apenas se realizan según el criterio narrativo; poco a poco, la mayor parte de los *márgenes* de navegación incorporan imágenes simbólicas, fenómeno que en el siglo XX no se daba.

4.5.1.2. Imagen y sonido.

Aplicando la misma medida de análisis —*Estadístico exacto de Fisher*— no se observan diferencias significativas — $\alpha = 0,05$ — en ninguna de las variables analizadas dentro del bloque de imagen y sonido.

Tabla 5: medias de variables sobre la *Imagen y sonido*.

Imagen y Sonido					
Siglo	VARIABLES	Medias	Siglo	VARIABLES	Medias
S. XX	Multicámara	0,22	S. XX	Se advierte un sentido narrativo en el uso de los planos picados y contrapicados	0,80
S. XXI		0,00	S. XXI		1,00
S. XX	Ángulo frontal	0,78	S. XX	Se advierte una justificación técnica en el uso de planos picados y contrapicados	0,50
S. XXI		1,00	S. XXI		0,60
S. XX	Ángulo lateral izquierdo	1,00	S. XX	Coherencia que presenta el tipo de planificación (según tamaños)	0,00
S. XXI		1,00	S. XXI		0,40
S. XX	Ángulo lateral derecho	0,06	S. XX	Sonido directo en la grabación	0,20
S. XXI		0,36	S. XXI		0,20
S. XX	Otro tipo ángulo	0,56	S. XX	Sonido postproducido	0,00
S. XXI		0,00	S. XXI		0,60
S. XX	Relaciones entre el tamaño de los planos	0,00	S. XX	Sonido doblado	0,40
S. XXI		0,09	S. XXI		0,30
S. XX	Uso de planos picados	0,00	S. XX	Sonido respeta las perspectivas y los volúmenes de la escena	0,60
S. XXI		0,00	S. XXI		1,00
S. XX	Uso de planos contrapicados	0,44			
S. XXI		0,91			

Por lo tanto, no se puede descartar la hipótesis de que, entre un siglo y otro, no se producen cambios significativos en la concepción técnica de los elementos visuales, así como del tipo de sonido empleado en las producciones. No obstante, se considera relevante destacar en las tablas, algunas informaciones relacionadas con el empleo de los ángulos y del sonido que parece que tienden a consolidarse en el siglo XXI.

Sobre los ángulos empleados en las grabaciones, parece que tiende a estandarizarse la utilización de tres posiciones de cámara desde las que narrar el espectáculo: frontal, lateral izquierdo y derecho. Asimismo, en el siglo XXI tiende a crecer la cada vez mayor utilización de angulaciones no frontales, como los planos picados y contrapicados. Del mismo modo parece que se consolida el empleo de una relación entre los planos más unificada y coherente, sin presentar grandes contrastes entre la proporción y el tamaño de los planos. Finalmente, en lo que respecta al sonido, debe destacarse que el doblaje y la postproducción, técnicas que ya eran muy poco utilizadas en el siglo XX, han tendido a desaparecer en el siglo XXI. La descripción de esta y otras tendencias se realizará en el apartado destinado al análisis de los resultados.

4.5.1.3. Lenguaje audiovisual.

El análisis del lenguaje audiovisual incluye tener en cuenta numerosas variables que podemos ver en la tabla 6. El *Estadístico exacto de Fisher* informa de diferencias significativas — $\alpha=0,05$ — en la variable *criterio de ritmo de montaje musical* — $p=0,021$ —, también en la

variable *predominio de planos generales* — $p=0,018$ — y en la variable *final de escena con cierre con fundido en negro* — $p=0,02$ —. Se adopta por tanto la hipótesis alternativa de que en estas variables existen diferencias significativas en los dos periodos analizados, que más adelante se tratarán con detalle.

Tabla 6: medias de variables sobre el *Lenguaje audiovisual*

Lenguaje Audiovisual					
Siglo	Variables	Medias	Siglo	Variables	Medias
S. XX	Cantidad total planos (agrupado)	0,39	S. XX	Final de escena cierra por encadenado	0,11
S. XXI		0,55	S. XXI		0,00
S. XX	Criterio de ritmo de montaje por movimiento escénico	0,33	S. XX	Predominio de planos movimiento	0,28
S. XXI		0,64	S. XXI		0,18
S. XX	Criterio de ritmo de montaje narrativo	0,61	S. XX	Predominio de planos fijos	0,72
S. XXI		0,55	S. XXI		0,73
S. XX	Criterio de ritmo de montaje musical	0,67	S. XX	Movimientos de cámara	1,00
S. XXI		0,18	S. XXI		1,00
S. XX	Predominio planos generales	0,83	S. XX	Movimientos cámara imperfectos por cuestiones técnicas	0,22
S. XXI		0,45	S. XXI		0,18
S. XX	Predominio planos enteros y medios	0,39	S. XX	Zooms out	0,72
S. XXI		0,64	S. XXI		0,64
S. XX	Incluye primeros planos	0,44	S. XX	Zooms in	0,44
S. XXI		0,55	S. XXI		0,55
S. XX	Primeros planos de personaje	0,39	S. XX	Barridos verticales	0,28
S. XXI		0,45	S. XXI		0,09
S. XX	Primeros planos inserto, de secundarios o reacción de extras	0,33	S. XX	Paneo izquierdo y derecho	1,00
S. XXI		0,18	S. XXI		1,00
S. XX	Comienzo con gran plano general	0,89	S. XX	<i>Travellings</i> o grúas, <i>steady</i> o cámara en mano	0,11
S. XXI		0,73	S. XXI		0,00
S. XX	Final con gran plano general	0,94	S. XX	Aire arriba del plano para corregir el movimiento de los personajes	0,56
S. XXI		1,00	S. XXI		0,27
S. XX	Final de escena cierra con fundido a negro	0,67			
S. XXI		0,18			

4.5.1.4. *Universo narrativo.*

Cada una de las variables que componen el universo narrativo han sido sometidas a la prueba estadística que se ha venido utilizando, y únicamente dos de ellas han dado resultados que evidencian cambio en los dos periodos analizados —s.XX y s.XXI—. Debe recordarse que mediante la prueba estadística *Tablas de contingencia* puede comprobarse si existe asociación entre cada una de las variables y el periodo histórico. En este apartado temático, presentan diferencias significativas — $\alpha=0,05$ — la variable *ambientación tradicional* — $p=0,048$ — y *ambientación moderna* — $p=0,048$ —.

Tabla 7: medias de variables sobre el *Universo narrativo*

Universo Narrativo					
Siglo	Variables	Medias	Siglo	Variables	Medias
S. XX	Condensación musical	0,06	S. XX	Incorporación de efectos sonido	0,00
S. XXI		0,00	S. XXI		0,00
S. XX	Duración < 150 minutos	0,00	S. XX	Dejar filtrar sonidos no diegéticos del teatro	0,72
S. XXI		0,00	S. XXI		1,00
S. XX	Duración > 170 minutos	0,67	S. XX	Incorporación de efectos exclusivamente audiovisuales	0,33
S. XXI		0,82	S. XXI		0,00
S. XX	Duración sobre 160 minutos que dura la obra original	0,33	S. XX	Empleo planos no diegéticos antes, durante o después de la narración	0,11
S. XXI		0,18	S. XXI		0,18
S. XX	Existencia de cambios de planificación por criterios narrativos	0,33	S. XX	Empleo de composición con profundidad campo	0,28
S. XXI		0,09	S. XXI		0,18
S. XX	Percepción dinámica según la cantidad total de planos empleados	0,28	S. XX	Actuaciones más cinematográficas	0,17
S. XXI		0,18	S. XXI		0,09
S. XX	Percepción dinámica provocada por el predominio de planos en movimiento	0,39	S. XX	Actuaciones más teatrales	0,78
S. XXI		0,45	S. XXI		0,73
S. XX	Percepción estática provocada por la cantidad de planos y la ausencia de movimiento	0,72	S. XX	Ambientación tradicional	0,78
S. XXI		0,64	S. XXI		0,36
S. XX	Cambio de plano por corte clásico	0,94	S. XX	Ambientación moderna	0,17
S. XXI		1,00	S. XXI		0,55
S. XX	Otras técnicas para favorecer la continuidad narrativa	0,33	S. XX	¿Afecta la ambientación moderna a la composición visual de la escena?	0,11
S. XXI		0,09	S. XXI		0,45
S. XX	Técnicas fundido para favorecer la continuidad narrativa	0,11	S. XX	¿Fotografía e iluminación apropiadas para una grabación audiovisual?	0,39
S. XXI		0,00	S. XXI		0,82
			S. XX	Planificación presenta una clara intención narrativa	0,28
			S. XXI		0,27

4.5.1.5. Oberturas.

Sobre las oberturas y antes de dar paso al análisis de todos estos resultados, debe advertirse que únicamente se han observado diferencias significativas en la variable *sobreimpresión de créditos en propia la obertura* — $p=0,019$ —. El cambio observado obedece a una práctica general de esta técnica en el siglo XXI.

Tabla 8: medias de variables sobre las *Oberturas*

Oberturas					
Siglo	Variables	Medias	Siglo	Variables	Medias
S. XX	Apertura créditos con el nombre teatro	0,56	S. XX	Prevalece el audio no diegético	0,72
S. XXI		0,82	S. XXI		0,82
S. XX	Muestra el exterior del teatro	0,22	S. XX	Predominan recursos propios del lenguaje audiovisual	0,44
S. XXI		0,36	S. XXI		0,27
S. XX	Muestra el interior del teatro	0,39	S. XX	Función simbólica de la obertura: presentar el tono de la narración	0,22
S. XXI		0,64	S. XXI		0,09
S. XX	Muestra el director y la orquesta	0,83	S. XX	Función simbólica de la obertura: destacar la relevancia musical del director y de la orquesta	0,44
S. XXI		1	S. XXI		0,36
S. XX	Añadido de títulos de crédito antes de la obertura	0,61	S. XX	Función simbólica obertura: ambas cosas (narrativa y musical)	0,33
S. XXI		0,36	S. XXI		0,55
S. XX	Sobre impresión créditos en la propia obertura	0,44			
S. XXI		0,91			

4.5.2. Análisis de los resultados.

Como se ha expresado en el cuerpo teórico de esta investigación, para determinar si los procesos mediáticos en los que ha quedado inmerso el arte de la ópera responden a las lógicas televisual y cinematográfica manifestadas en distintos ámbitos de la realidad cultural actual, el análisis de sus productos audiovisuales constituye un primer acercamiento a este complejo proceso fenomenológico de la mediatización, que ayudaría a la ópera a responder mejor a los usos que los públicos hacen de los medios y, por ende, favorecer la atracción de posibles nuevas audiencias.

Mediante el estudio del producto, puede observarse claramente si en determinados procesos mediáticos se han producido tendencias cambiantes que justifiquen una nueva propuesta audiovisual en el siglo XXI. La exposición detallada de cada uno de los resultados obtenidos en el apartado anterior, daría lugar a una larga disertación mediática que, como se ha expresado, resulta imposible recoger en este trabajo escrito. Con el ánimo de centrar los esfuerzos en aquellas reflexiones que ayudan a despejar los objetivos de esta investigación, a continuación se expondrá una síntesis de las principales justificaciones, expresadas en forma de resultados, obtenidas tras el análisis de contenidos.

Si el lector quiere ahondar en los detalles de algunas reflexiones teóricas aquí expresadas, puede recurrir a las tablas del análisis, ubicadas en el anexo 3, situado al final de este trabajo. En ellas se muestra el proceso de obtención de los datos, así como los comentarios valorativos que se han considerado relevantes para explicar la concepción mediática y artística mostradas en cada una de las obras. Asimismo, con igual deseo de facilitar la comprensión de los resultados, la presentación de las ideas seguirá el mismo criterio de ordenación que la exposición de los grupos temáticos de preguntas empleadas en el cuestionario. A continuación se expresarán las conclusiones más relevantes relacionadas con cada una de las categorías de análisis.

4.5.2.1. Reflexiones sobre los aspectos técnicos.

En base a la significación estadística de los datos, se observan diferencias en las siguientes variables: el formato VHS y el formato DVD venían utilizándose en el siglo pasado, sin embargo, el formato VHS ya no se utiliza, dando paso al uso mayoritario del DVD. La utilización de este formato DVD también ha cambiado respecto a las características de su producción, con diferencias significativas en lo que supone la utilización de material extra, y

el diseño de la carátula, como se ha visto en el apartado anterior.

- La comercialización de la ópera no acaba en el teatro

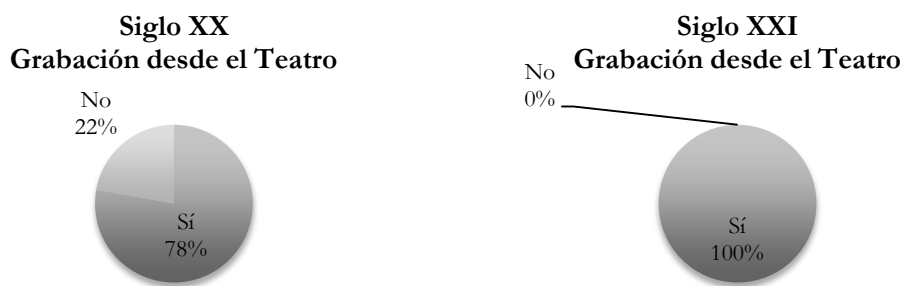
El análisis demuestra que el 100% de las producciones pertenecientes a la muestra del siglo XX, conocían previamente que el producto artístico iba a ser emitido posteriormente por un medio audiovisual, normalmente una cadena de televisión. La mayor parte de las producciones estaban inscritas en sistemas de producción mediante los que, de forma habitual, la grabación en el teatro era realizada para ser vendida a televisiones con las que ya tenían convenios de colaboración. En otras ocasiones, el propio producto era subvencionado o coproducido por los canales. Algunos, incluso, estaban deliberadamente pensados como productos televisivos, como los *telecast* realizados en estudio televisivo de los años 1955 y 1960. Por lo tanto, en muy pocos casos la falta de intención mediática televisiva de las obras puede ser justificada por una ausencia de conocimiento de los objetivos de emisión concretos. Este fenómeno se consolida en el siglo XXI, en el que la sofisticación de los sistemas de grabación empleados en las obras evidencia, de una forma más manifiesta, la intención comercial del producto audiovisual. Es del todo conveniente que la ópera analice las grabaciones audiovisuales que se derivan de los teatros y que comprenda que las ventanas de explotación de su producto tienen necesidades concretas y distintas, en relación a la apreciación mediática que, si se satisfacen, repercutirá en la eficacia comercial de su oferta audiovisual.

- Consolidación comercial de las grabaciones desde los teatros

El 86,2% de los casos totales, corresponden a versiones audiovisuales de obras producidas para la escena de un teatro. Por lo tanto, se corrobora la corriente teórica tratada en el cuerpo teórico de esta investigación, que defiende que la disciplina de la ópera en vídeo, en el siglo XXI, se identifica plenamente con los productos audiovisuales derivados de las grabaciones desde los teatros. En la gráfica 1 puede verse el detalle por siglo.

Otra de las reflexiones que puede manifestarse al hilo de este dato, es que en el nuevo siglo parece haber desaparecido por completo la producción original de ópera en exclusiva para televisión —al menos, de versiones de títulos preexistentes como *Don Giovanni*—, así como la producción de ópera audiovisualizada desde otros escenarios que no sean el propio teatro, fenómeno que invita a la reflexión, desde el punto de vista artístico.

Gráfica 1: porcentaje de grabaciones desde los teatros en cada uno de los siglos

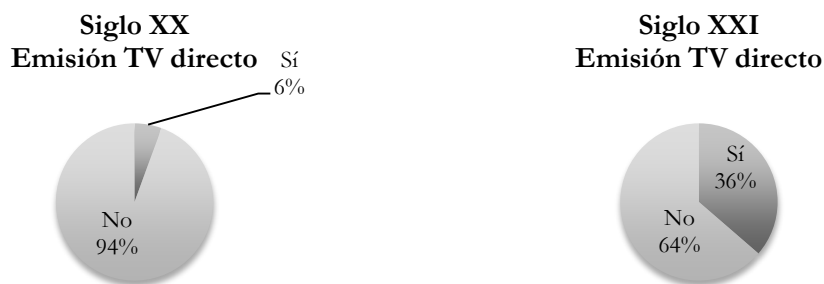


Fuente: elaboración propia

- Crecimiento discreto de las emisiones en directo

Debe realizarse un breve comentario al porcentaje de las emisiones en directo. Puede comprobarse que, fruto de la dependencia de las grabaciones en vivo desde los teatros – según la muestra empleada—, ha aumentado el número total de proyectos que han sido emitidos en directo por cadenas de televisión, como puede comprobarse en la gráfica 2.

Gráfica 2: porcentaje de las emisiones en directo para televisión



Fuente: elaboración propia

Como es lógico, la incorporación de sistemas de grabación de última generación en los teatros, así como la influencia de la digitalización en los sistemas de producción audiovisual, ha simplificado los procesos de emisión en directo del producto primario. Desde el punto de vista de la mediatización, la posibilidad de ofrecer la obra en directo favorece la apreciación del espectáculo operístico ya que emula de una manera más fiel el vivo, nota esencial que, como se ha tratado, es capaz de provocar en el espectador conexiones directas con el arte. Sin embargo, desde una perspectiva más estética, cabría preguntarse si las limitaciones tecnológicas que condicionan claramente la interpretación audiovisual del espectáculo en directo —como se tratará más adelante—, determinan decisivamente la adquisición de una determinada lógica televisual en estos productos que,

por encima de otras fenomenologías, priorizan la retransmisión del evento en vivo.

- El DVD se orienta a los públicos ya fidelizados

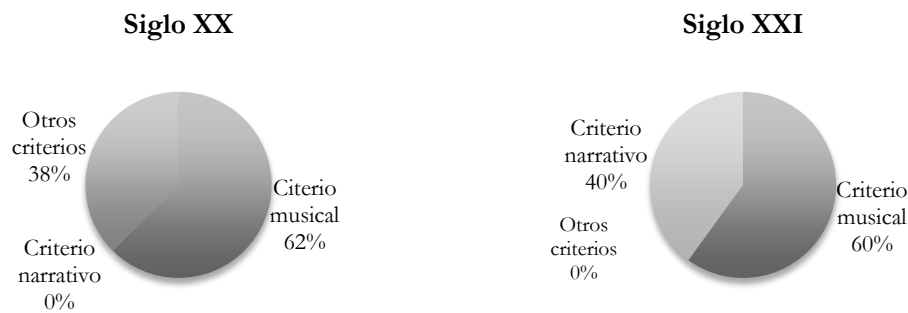
Como es de esperar, el avance tecnológico en los sistemas de distribución audiovisual influye en el formato mayoritario desde el que se ha analizado la mayor parte de la muestra. En ambos siglos, el porcentaje de productos analizados en DVD es igual o superior a los productos conseguidos en VHS o visionados directamente desde un canal de televisión — un 62,1% del total corresponde al DVD—. En el siglo XXI, el 91 % de los casos han sido adquiridos, de una forma sencilla, en este formato. De la muestra correspondiente al siglo XX, un 44,4% de los casos han sido analizados fácilmente en DVD, presentando una mayor calidad y accesibilidad a los contenidos que las copias en VHS —55,6% de los casos de análisis—. Este dato no solo es relevante desde el punto de vista tecnológico. El hecho de que casi la mitad de la muestra del siglo XX se haya podido adquirir en DVD, confirma que este formato es pensado para amantes de la ópera con inquietudes coleccionistas, ya que las productoras están relanzando al mercado versiones históricas como las primeras grabaciones televisivas de los años 60 o las versiones de archivo de teatros como Alla Scalla de Milán o el estatal de Praga, que ahora pueden obtenerse fácilmente a través de la compra online.

- DVD: criterios de encapsulado no aptos para nuevos públicos

Del total de la muestra correspondiente al DVD, el 90% presenta una división del contenido en dos actos, con independencia de que el formato haya sido constituido por uno o dos discos láser. Tan solo la producción del año 1961 de la ópera de Berlín no indica, dentro de la obra, una división de acuerdo al criterio de los actos —aunque se sobreentiende, ya que el producto se divide en 2 discos—.

Sin embargo, una vez establecido el criterio de navegación por actos, existe una clara discrepancia en los criterios de encapsulado de la obra en unidades pequeñas de información. La tendencia general, en ambos siglos, apunta a un criterio musical de la división de la obra en unidades más pequeñas que favorecen la navegación por los contenidos, es decir, se ordenan las escenas según los distintos pasajes musicales que contiene la obra, como se observa en la gráfica 3. En esta gráfica también puede observarse que en el siglo XXI se ha producido una evolución hacia el empleo de un criterio narrativo en la división y en la selección de las escenas que conforman la obra audiovisual.

Gráfica 3: criterios de selección de escenas del siglo XX y del siglo XXI



Fuente: elaboración propia

La mayoría marcan los inicios y los finales de texto correspondiente en el libreto. El encapsulado en unidades pequeñas de información facilita una visión discontinua de la obra y una navegación más rápida por la misma. Sin embargo, la presentación formal de estas unidades, según los criterios musicales y narrativos que parecen haberse asentado en las prácticas hipertextuales del producto, solo se muestra útil para aquellos consumidores mediáticos que ya conocen la obra, y que la conocen a fondo. El fenómeno se manifiesta en el texto escogido para la selección de la escena: aquellas que siguen un criterio musical indican por ejemplo, si se introduce una *aria*, un *duetto*, o un *recitativo*, de modo que el consumidor mediático que no conoce la obra no tiene una referencia que le sirva en la navegación; aquellas que siguen un criterio narrativo, introducen partes del diálogo cantado, que también sitúan únicamente a los usuarios operófilos; finalmente, aquellas obras que siguen otros criterios, como los estrictamente numéricos, son más impersonales pero se muestran más intuitivas para las nuevas audiencias.

- Uso de portadas cinemáticas para presentar productos televisuales

En relación a la capacidad inmersiva que presenta el formato, según la teoría de Carlo Cenciarelli (2013) descrita en el cuerpo teórico de esta investigación, debe apuntarse que los DVD correspondientes a la muestra del siglo XX, en términos generales, incluyen márgenes de navegación de la obra que favorecen una lectura textual, en lugar de potenciar una relación simbólica con la obra más propia de la lógica cinematográfica. Ni un solo caso del siglo XX utiliza una imagen simbólica y no figurativa en la portada y tampoco lo hace en los márgenes de la navegación entre los contenidos. El 100 % de la muestra utiliza *frames* capturados del vídeo de la representación —bien una imagen congelada del reparto, bien una sección de vídeo en movimiento—, dispuestos en bucle repetitivo durante el tiempo

que dure la navegación entre los márgenes. Ocurre lo mismo en las portadas. Sin excepción, apuestan por una presentación ordenada y separada de los elementos textuales, como las letras, la fotografía o el color de fondo, para favorecer la impresión documental del producto que representan. Algunos de ellos, incluso, recurren a la imagen institucional del teatro que produce la obra, o a la imagen del director musical o escénico, si es muy prestigioso, como la versión del año 1987 del teatro Alla Scalla de Milán, en la que se optó por una imagen institucional como portada, o la versión de Praga del año 1990, en la que se utiliza la silueta de Mozart. Asimismo, del total de la muestra empleada, tan solo el 40% incorpora música diegética —normalmente instrumental— de la ópera, para llenar los espacios de navegación existentes en los menús de inicio.

Puede observarse al respecto, que en el siglo XXI el 60% del total de casos optan por una imagen no figurativa, que hable del tono de la obra y que conecte de una forma simbólica con la narración. Por lo tanto, se manifiesta una clara tendencia hacia políticas estéticas más inmersivas y propias de la lógica mediática más cinemática, fenómeno que contrasta con la tendencia televisual que está adquiriendo la propia representación de la obra audiovisual. Pueden consultarse las carátulas concretas en las fichas que se han incluido al final de la investigación, en el apartado *Anexo 1*.

- Extras con muy bajo potencial educativo e informativo

Como se ha descrito en el apartado destinado al vídeo en el siglo XXI, bien es cierto que el formato DVD se muestra muy adecuado a la incorporación de material extra, que permita a los usuarios fidelizados apreciar la obra de una forma mucho más enriquecida y que, al mismo tiempo, posibilite a los nuevos públicos entender el arte de la ópera más allá del mero hecho musical. Sin embargo, esta investigación ha podido comprobar que ni los productos del siglo XX ni los del siglo XXI utilizan todo el potencial de los contenidos extra para informar de una forma completa y atractiva sobre la ópera a los nuevos consumidores, ni mucho menos para educarles en el arte.³⁸³

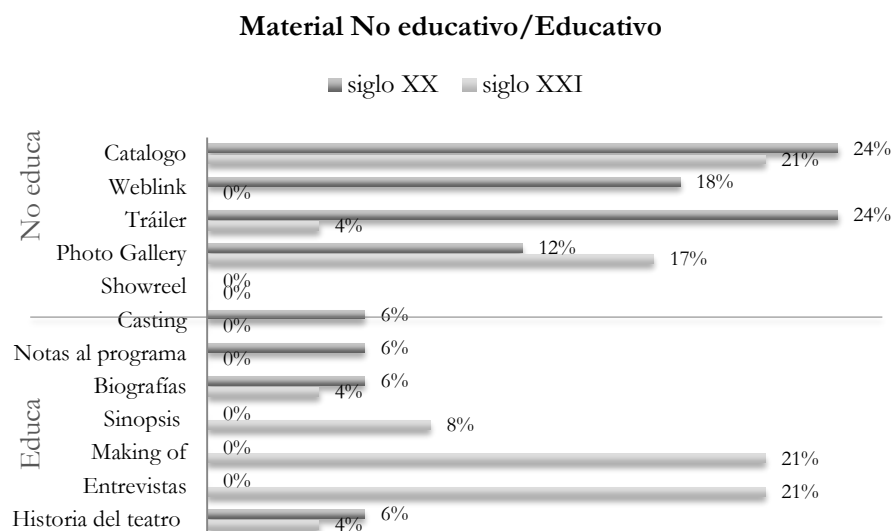
Aunque se manifiesta que del total de la muestra de DVD, un 80% incluye contenidos extra, la mayor parte de los DVD del siglo XX, como puede comprobarse en la gráfica 4,

³⁸³ Debe advertirse que las oportunidades de ofrecer contenidos de calidad en los denominados *extras* de los DVD, durante el siglo XX no han sido explotadas por casi ninguno de los sectores culturales que emplean este formato para distribuir sus contenidos, tales como las películas, los conciertos de música ligera, las series televisivas o los documentales. En el caso de la ópera —que como ya se ha comentado, es un arte que necesita de sus públicos un cierto deseo añadido de ser aprendido—, los extras podrían asumir una función educativa en el género musical. Debe mencionarse, también, que muchas veces la oferta de contenidos de calidad en este tipo de prácticas, queda ligada a la inversión de más capital de producción, sumado a los gastos que ya supone la creación del contenido principal. Esta inversión de recursos no prevista, puede frenar a los productores, a la hora de plantear contenidos extras más creativos.

incluyen como tales contenidos relacionados, productos terciarios de carácter meramente comercial o informativo. De entre los mismos, abundan la galería de fotos, los catálogos de otros contenidos de la propia discográfica, el tráiler de la representación o un link a la web de la discográfica —que, por otro lado, si la televisión no es interactiva no se hace efectivo el enlace—. En el siglo XXI, se observa cómo poco a poco se han ido introduciendo materiales que amplían información sobre la obra y presentan un potencial educativo más alto, como las entrevistas a los realizadores y al equipo artístico, o una síntesis del argumento.

Si la tendencia en el DVD es satisfacer las necesidades de los públicos más fidelizados con la ópera, el formato tampoco incorpora herramientas de visionado que puedan recrear mejor la experiencia de estos públicos en la sala del teatro, como distintas opciones de ángulo de visión que poder elegir libremente, o la incorporación de pasajes musicales extra. Si, por el contrario, la ópera desearía utilizar los extras de los DVD para aportar valor sobre la representación artística en un contexto de actualidad, el formato se mostraría un material muy adecuado para despertar el interés de los públicos culturalmente activos a los que desea dirigirse.

Gráfica 4: principales contenidos extra educativos y no educativos incluidos en los DVD



Fuente: elaboración propia

4.5.2.2. Reflexiones relativas a la imagen y el sonido.

Si bien no se han obtenido datos con significación estadística, es oportuno destacar las siguientes valoraciones personales, tras el análisis cualitativo:

- Se consolida la perspectiva frontal del espectáculo

En primer lugar, debe señalarse que el total de la muestra correspondiente a los dos siglos, utiliza un sistema de grabación multi-cámara, basado generalmente en tres o cuatro posiciones fijas —conseguidas a partir de equipos compuestos por 3 y 6 cámaras— que van alternándose en la realización del teatro o del estudio de televisión.

Del total de la muestra, el 93% emplea las posiciones de las cámaras de modo que respeten la visión frontal del espectáculo. Los productos que adoptan esta perspectiva frontal, corresponden en su totalidad a producciones grabadas desde los teatros de ópera. En ellos, esta perspectiva es construida gracias a tres tipos de captura: se emplea siempre una posición frontal para emitir el plano máster de la representación, y dos posiciones laterales, una en el lado izquierdo del espectáculo y la otra en el derecho. Estas posiciones laterales son usadas, normalmente, para facilitar el seguimiento de los movimientos coreografiados en el escenario, o para propiciar un acercamiento a la acción narrativa. Solo el 37% de la muestra total incluye puntualmente algún tipo de angulación distinta a la perspectiva frontal, como puede constituir la cámara colocada en el interior del teatro —desde el lateral izquierdo— que se observa en la versión vienesa del festival de Salzburgo de 2006.

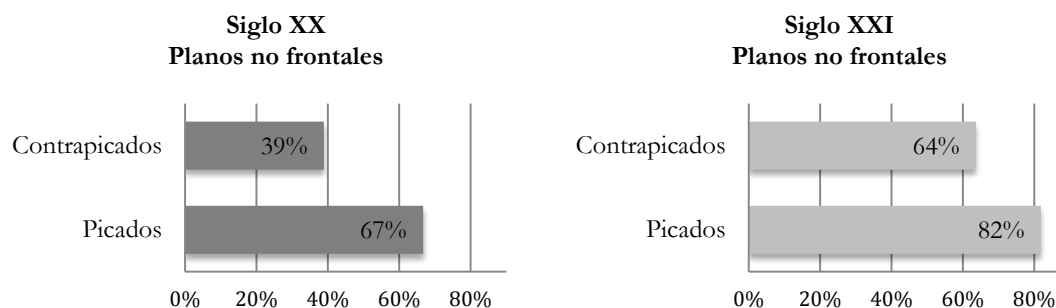
Todas estas producciones se caracterizan por no traspasar los límites del eje audiovisual marcado por el escenario del teatro, para que la aparición de elementos no diegéticos no interfieran la narración, como el público asistente o la profundidad del fuera de campo de la propia sala del teatro. Pero, sobre todo, esta planificación frontal parece querer imitar la visión del público que se encuentra en la representación en vivo. Como esta investigación defenderá más adelante, únicamente la posición de la cámara no asegura esta recreación teatral, sino que, en todos ellos, la colocación queda asociada a un uso de la planificación que potencia esta ubicación fija y frontal del espectáculo. Es sobre todo este punto el que se considera especialmente significativo, a la hora de aclarar algunas de las posturas teóricas defendidas sobre el objeto de estudio. Asimismo, sobre las ideas expresadas por Richard Will en relación a la concepción *televisiva* de este tipo de retransmisiones (2011, pp. 32- 59), esta investigación considera necesario realizar un matiz sobre el término empleado para definir la perspectiva. Según lo tratado en el cuerpo teórico de esta investigación, la visión frontal es propia de la lógica televisual, no televisiva, ya que el medio, precisamente, tiene la capacidad de conferir al espectador una perspectiva en 360° gracias a la planificación tipo *plató*. De hecho, tan solo el 6,9% de la muestra rompe esta construcción frontal en relación al espectáculo grabado, y se corresponde completamente con los productos filmados en

estudios de televisión, donde se aplica una colocación de cámaras tipo *plató* más dispuesta a recrear un universo narrativo en 360°. Se trata de la versión en estudio que en el año 90 produjo Peter Sellars, y el *telecast* para la televisión italiana *RAI* del año 1960. La diferencia que estas producciones más inmersivas en el universo diegético tienen con la concepción cinematográfica más propia de las óperas filmadas, --como se verá en el análisis comparativo de *Don Giovanni* en el cine— es la cantidad de cámaras empleadas en el sistema de producción.

- Angulación sin intención narrativa y limitada por la técnica

En términos generales, el 100% de la muestra basa la planificación en una angulación frontal del espectáculo, en la que la mirada del espectador queda alineada con la acción dramática de la escena.³⁸⁴ Asimismo, en la mayoría de los casos, se emplean ligeras angulaciones picadas y contrapicadas —un 72% y un 48% del total de la muestra, respectivamente—, asociadas siempre a una de las posiciones de la cámara. En la gráfica 5 podemos ver el empleo de los planos en ambos siglos.

Gráfica 5: presencia de planos picados y contrapicados en el siglo XX y del siglo XXI



Nota: La suma no es 100 porque se dan casos con varios criterios. Fuente: elaboración propia.

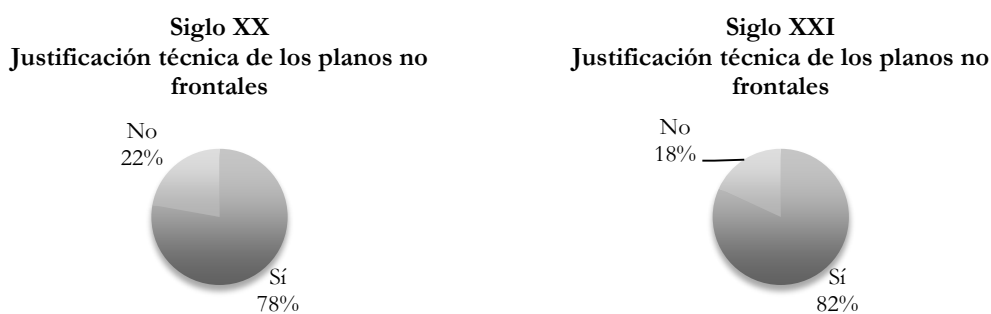
Sin embargo, lo que desvela el análisis de contenido, es que el empleo de las angulaciones, en especial en aquellas producciones grabadas desde los teatros, queda altamente influenciado por la posición inmóvil de la cámara. En muchos de los ejemplos se observa cómo la incorporación de planos picados y contrapicados responde a la colocación del

³⁸⁴ Como se ha tratado, el término *angulación* es empleado en la teoría cinematográfica para señalar la diferencia entre el nivel de la toma de la vista —la lente de la cámara— y el objeto representado. Al filmar una escena, de forma tradicional, el eje óptico de la cámara —que es la línea imaginaria que une el centro del encuadre con el centro del objetivo—, suele coincidir con la línea recta que va desde nuestro punto de vista hasta el horizonte. Esta perspectiva normalmente es conocida como *ángulo frontal*.

equipo de grabación en lugares donde no moleste o interfiera para la correcta apreciación del directo. En alguno de los ejemplos, incluso, se observa cómo la cámara está ubicada en forma de camuflaje, como si fuese una parte más del decorado del teatro.³⁸⁵

La angulación de los planos resultaría un elemento poco relevante en la lógica mediática de estos eventos grabados, si la ópera no constituyese en sí misma, un arte narrativo basado en la ensoñación de la historia. En el lenguaje audiovisual, como es sabido, los personajes pueden construirse a partir de la angulación de la cámara. Estos muestran emociones muy distintas en función de la perspectiva desde la que se presenten. Así, la angulación se entiende como una herramienta básica de la que dispone el discurso audiovisual para aportar significado a la narración.

Gráfica 6: justificación técnica —no narrativa— de la angulación no frontal



Fuente: elaboración propia

A excepción de la versión para televisión realizada por Peter Sellars en el año 1990 y algunos otros ejemplos, el 86,2 % de la suma total de la muestra, no parece conferir una significación narrativa o simbólica a la angulación empleada. Tampoco se aprecia especialmente en los productos originales, realizados desde los estudios de televisión. Por lo tanto, puede manifestarse que casi el total de la muestra del siglo XX, sigue un criterio meramente técnico para utilizar la angulación de los planos del producto audiovisual. El empleo de una perspectiva menos frontal queda justificado por el lugar en el que se ha podido colocar la cámara fija.

Este dato contrasta parcialmente con la angulación ofrecida en la narración de la obertura de la obra. Como se tratará en el análisis de los resultados de las oberturas, la mayor parte

³⁸⁵ Sucede con uno de los ángulos izquierdos empleados en la producción del año 1961 desde la Deutsche Oper de Berlín. En este tiro de cámara se filtra constantemente una zona en negro que tapa parte del plano. La zona oscura tiene forma de círculo, de modo que hace entender que la cámara estuviese introducida en un objeto del decorado a partir del que se graba la representación.

de las películas que muestran al director interpretando la música, lo hacen desde un plano ligeramente contrapicado. Esta angulación favorece la sensación de grandiosidad y respeto que las personalidades de los directores confieren a la propia interpretación.

No puede cerrarse este apartado sin realizar un breve apunte a la excepción que presenta el *Don Giovanni* de Sellars. En esta versión se aprecia una utilización de los ángulos picados y contrapicados, sobre todo, para adelantar el giro de las acciones dramáticas y marcar quién es víctima y quien dominante en la narración.³⁸⁶

- El sonido directo es un valor de calidad apreciado por los públicos

Desde un punto de vista técnico, la concepción del sonido es el elemento que menos atención ha despertado en los estudios mediáticos y, sin embargo, según el criterio de esta investigación, su análisis puede resultar altamente significativo.

Las respuestas dadas a las preguntas sobre la concepción sonora, manifiestan una supremacía del sonido directo —el 93,1% de los casos—, por encima del empleo de técnicas de doblaje. Este dato contrasta con la tendencia histórica manifestada por los estudios teóricos, sobre todo en relación a la televisión ópera. Tan solo dos casos de la muestra —la producción de Paul Czinner del año 1954, cuya versión sonora de DVD está postproducida, así como la producción del *telecast* desde el estudio italiano para la cadena de televisión RAI del año 1960 en la que se dobló la pista de audio— presentan una pista de sonido embellecida, si no doblada, en la postproducción.³⁸⁷ La mayor parte de los casos grabados y emitidos en diferido —incluidas las producciones desde los platós o sets— respetan la grabación del sonido diegético de la representación, pero a posteriori, aplican ligeros retoques musicales frente a cualquier otro elemento sonoro que se haya captado en la grabación y que pueda ensuciar la pista de audio. De estos, además, en la construcción del sonido diegético, un alto porcentaje deja filtrar elementos no diegéticos, como los aplausos del público presencial, o el color ambiental de la sala en la que tiene lugar el

³⁸⁶ Como el momento en el que comienza a interpretarse el ballet con música diegética en la velada. Momentos antes de que *Don Giovanni* sea desenmascarado por sus invitados, se asocia un plano ligeramente contrapicado a los tres personajes, que bailan coordinados sin perder de vista al protagonista. Poco a poco, conforme se van desencadenando los acontecimientos negativos para el protagonista, cada vez que es mostrado en un plano se va utilizando una angulación más picada sobre su rostro, intentando marcar el destino funesto que le espera.

³⁸⁷ En esta cinta se aprecia con claridad el doblaje de toda la pista de diálogos cantados. Puede justificarse, incluso, que la grabación de estudio no emplee primeros planos de los cantantes, precisamente, para enmascarar la falta de verosimilitud generada por una inexacta sincronización de la dicción gestualizada con la banda de sonido.

espacio de representación.³⁸⁸ Como se verá más adelante, este tipo de sonidos no diegéticos o narrativos, confieren a la obra un sentido realista difícil de sustituir por otro tipo de técnicas más visuales.

Profundizando un poco más en esta idea, esta investigación ha podido comprobar que, aunque se mantiene el criterio del vivo que apuesta por presentar una corporalidad realista de los sonidos de la representación y de los cantantes, en la mayoría de los casos se aprecia una ligera postproducción basada en una perspectiva privilegiada del espectador, como también sucedía en la planificación visual. El elemento que desvela el embellecimiento y la supremacía de la pista musical, por encima de otros sonidos que forman parte de la narración, es la pérdida de la perspectiva sonora. En el siglo XX, el 17% de los casos no respetan la proporción de los volúmenes del sonido en relación a la distancia focal de las acciones, o se pierde ligeramente la direccionalidad y la referencia de la fuente que los produce a favor del privilegio musical. En el resto de los casos, normalmente se intenta respetar la relación sonora con la fuente física que la produce, pero procurando que todas y cada una de las inflexiones musicales sean perfectamente inteligibles, fenómeno que con frecuencia no sucede en el teatro. Esta técnica híbrida intenta conferir un alto grado de realismo con respecto al objeto representado y, al mismo tiempo, procura mostrarse verosímil en un formato de consumo en el que la perfección y la calidad técnica son entendidas en términos de credibilidad narrativa. Por eso, en el siglo XXI, se consolida en un 100% el respeto del sonido directo.

4.5.2.3. Conclusiones sobre el lenguaje audiovisual.

En los dos siguientes apartados se intentarán exponer los principales resultados de la investigación, aquellos que intentan concretar parte de la complejidad conceptual que se ha expuesto en las páginas del cuerpo teórico sobre la relación que el discurso audiovisual establece con la ópera, según la intención estética de los creadores. Como se ha descrito en el apartado de resultados, se han encontrado diferencias estadísticamente significativas en la variable Planificación musical en el ritmo de montaje, Predominio de Planos Generales y en la variable Final de escena con cierre fundido en negro. Desde el punto de vista de la concepción del lenguaje audiovisual, el análisis de contenido ha servido para apuntar posibles soluciones a la limitación y a la falta de creatividad audiovisual que han acusado las distintas teorías estéticas del campo de estudio. Se expresarán a continuación los resultados

³⁸⁸Este tipo de sonidos no narrativos, como el color local del teatro o del estudio, así como el sonido de las respiraciones de la orquesta, se aprecia sobre todo en los pasajes *sottovoce* o interpretados en un registro *piano*.

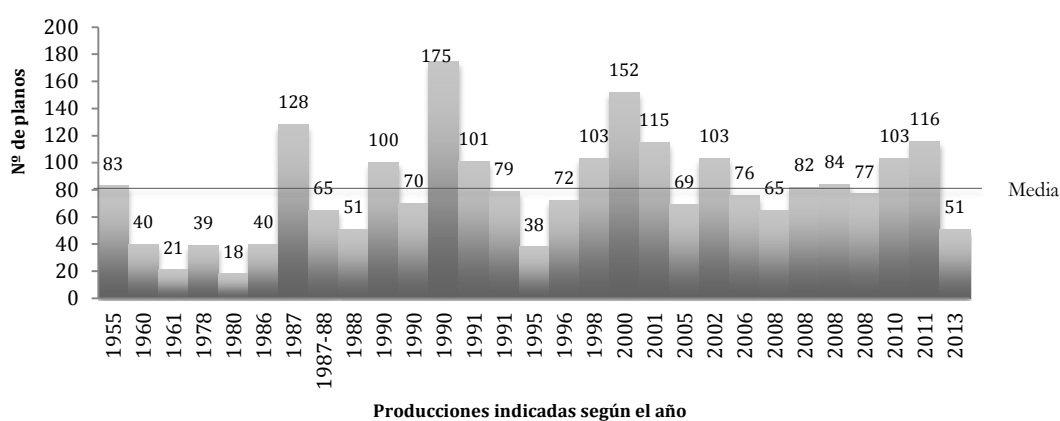
más relevantes.

- La cantidad de planos no asegura una percepción más audiovisual

Uno de los datos más significativos que debe analizarse, tiene que ver con la cantidad de planos utilizada para narrar la secuencia final del primer acto. Como se expresa en la gráfica 7, el número de cortes y de planos empleado en la muestra es altamente irregular: desde la versión del año 1980 del Gran Teatre del Liceu, en la que se utilizaron tan solo 18 planos para contar toda la secuencia musical, hasta la construcción que Peter Sellars llevó a cabo en su versión del año 1990, en la que se utilizaron 175 cortes visuales.

En los últimos años, el número de cortes visuales ha sido ampliamente estudiado en relación a elementos como el ritmo del montaje, el dinamismo audiovisual de la escena, y la capacidad que esta práctica tiene de influir en la concepción temporal de la propia historia de Don Giovanni en la que, como se ha visto, la urgencia temporal es un elemento *leitmotivico* en las interpretaciones artísticas (Senici, 2009; Will, 2011). Como ya se ha defendido en el cuerpo teórico de esta investigación, bien es cierto que el empleo de una mayor cantidad de planos y de ángulos en el discurso audiovisual, provoca un mayor contraste visual, fenómeno que suma información a la narración y ayuda a mantener el interés del espectador sobre el hecho representado.

Gráfica 7: cantidad de planos utilizados en el final del primer acto



Fuente: elaboración propia

La concentración de la atención en el discurso audiovisual constituye un factor influyente tanto para la lógica más televisiva, como para la lógica cinematográfica. Así, según estos criterios

mediáticos, podría manifestarse que los casos audiovisuales que emplean un mayor número y tipología de planos, así como de ángulos para construir el mensaje, presentan una concepción formal que favorece naturalmente el dinamismo narrativo. El contraste generado por los cambios de plano provoca que el discurso se perciba de una forma menos estática y potencia una natural apreciación mediática audiovisual de la obra.

Sin embargo, una planificación basada en un exclusivo criterio de cantidad de planos, también puede provocar una mayor fragmentación estética del discurso y, como consecuencia, podría procurar una cierta percepción de desestructura de la obra artística, si a este criterio no se le suman otros complementarios como la relación entre el tamaño de los planos, o un cambio de plano regido por criterios narrativos o escénicos.

Como se ha podido comprobar en esta investigación, una mayor fragmentación de la construcción visual de la obra, puede favorecer, pero no asegurar un tiempo percibido del espectador más corto o dinámico, si no es utilizada como respuesta a otros criterios semánticos. De hecho, según los resultados obtenidos, el uso de una mayor cantidad de planos visuales se ha mostrado una herramienta de dinamización del discurso menos efectiva que otros elementos del lenguaje audiovisual, tales como el movimiento interno del plano o el desplazamiento del eje de la cámara.

Del total de la muestra representada, algunos ejemplos de mediatización audiovisual se han mostrado más narrativos que otros que contenían un número significativamente mayor de planos de construcción del discurso. Se expone, a modo de ilustración, el análisis comparativo entre la versión para televisión rodada en estudio en el año 1960, y la grabación que se realizó desde Salzburgo sobre la versión de Herbert Von Karajan en el año 1987. La primera producción construyó la escena final del primer acto a partir de 40 planos. La segunda empleó 128 planos, una cantidad que triplicaba la primera opción. Sin embargo, la percepción narrativa de la segunda obra —la más fragmentada— es mucho más estática que la primera, debido a la falta de incorporación de otros elementos del lenguaje audiovisual que, como se verá más adelante, dan sentido temporal a la narración, tales como la ordenación de los planos según intenciones narrativas o musicales, la movilidad de las imágenes o la construcción en profundidad de campo de la propia escenografía.

Puede observarse en la gráfica 7 expuesta anteriormente cómo, en la muestra correspondiente al siglo XXI, el número de planos empleados es más homogéneo y cercano a la media —80 planos— que en el siglo XX. Como se verá más adelante, en todas las representaciones de la última década ya se comienza a advertir la incorporación de otros

criterios semánticos —normalmente un ritmo de montaje marcado por la acción interna de la escenografía—, cada vez menos televisuales y más narrativos, que justifican el empleo de una cantidad determinada de planos para contar la historia.

Así, una de las conclusiones principales de esta investigación es que, en la ópera, para que un montaje audiovisual pueda constituirse como un elemento rítmico que favorezca tanto la linealidad como la espacialidad de la narración —dos características propias de la lógica televisual y cinematográfica—, ha de depender directamente de otros criterios como la estructura musical o narrativa de la obra. Son estas macro-estructuras las que justifican una mayor o menor utilización de planos, así como el uso de otras técnicas que sustituyan o compensen una planificación estática y, por consiguiente, una percepción narrativa más lenta desde el punto de vista audiovisual.

- El ritmo de montaje lo marca el criterio escénico

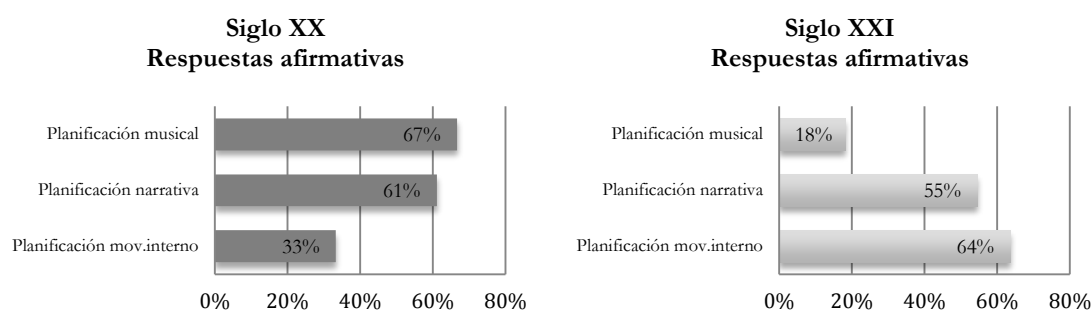
Los principales criterios de corte aplicados al montaje audiovisual que se han advertido en los productos tanto del siglo XX como del siglo XXI, los constituyen el musical, el narrativo, y el movimiento interno de la acción en la escena. Estos criterios ya se han explicado en la descripción de las preguntas de análisis.

Como bien se ha podido comprobar, la mayor parte de los productos del siglo XX presenta un ritmo de montaje mixto, en el que predomina uno de los criterios pero en sintonía con un segundo criterio. Así, se han dado productos cuyo ritmo de montaje es musical pero mostrando cierta coordinación con la acción interna de la escena. Otros han manifestado un claro criterio narrativo —según las intervenciones de los diálogos cantados—, pero coordinado con el tempo musical.

Aunque en muy pocas ocasiones una película ha mostrado un ritmo de montaje exclusivamente musical, narrativo o escénico, en la muestra del siglo XX puede manifestarse un claro predominio de los cortes musicales en el montaje audiovisual, ya que un 67% de las obras se rigen por este criterio, seguido de los cortes del libreto que ha sido escogido por los autores también en un 61%, como puede comprobarse en la gráfica 8.

Aquellos casos que han presentado un criterio exclusivamente musical, en general se corresponden con los casos del siglo XX que emplean una menor cantidad de planos en la narración: la versión alemana de 1961, la grabación del Gran Teatre del Liceu del año 1980 —con 18 planos— y la producida con marionetas en el año 1995 —con 38 planos—.

Gráfica 8: criterios de ritmo de montaje en la muestra de ambos siglos.



Nota: La suma no es 100 porque se dan casos con varios criterios. Fuente: elaboración propia.

Asimismo, aquellos que presentan un criterio de corte predominantemente narrativo — como la versión del teatro de Colonia del año 1991—, lo hacen respetando las inflexiones de la estructura musical. De la muestra correspondiente al siglo XX, el ejemplo encontrado que se más rige por un criterio plenamente escénico, lo constituye una vez más la versión de Peter Sellars del año 90. Aunque el director asocia los cortes de los planos a la acción dramática que sucede en el cuadro, los movimientos de los personajes son sincronizados con el *tempo* de la música, en especial en los pasajes no narrativos, como el ballet o el *tutti* presentado en la escena inicial. Esta asociación de los cortes de la narración a los movimientos de los personajes, que a su vez están sincronizados con el ritmo musical, confiere al discurso cierta sensación coreografiada, algo artificial, que contrasta con el tamaño y el ángulo de los planos empleados por Sellars, más cerrados sobre los personajes y, por ello, considerados más indecorosos, subjetivos y psicológicos (Citron, 2000, pp. 205-245; Will, 2011, p. 42).

En la línea de las teorías de Emanuele Senici sobre el sentido temporal que adquiere la construcción rítmica de la planificación (2010, pp. 72-78), puede decirse que en el análisis comparativo se ha advertido una mayor dirección narrativa en aquellos productos que han asociado el ritmo del montaje a las acciones internas de la escena, por encima de las acciones musicales o narrativas —que, como se ha explicado en la descripción de la muestra, coinciden con los diálogos, los cambios musicales y la intervención de los protagonistas—. Así, la muestra del siglo XXI manifiesta una clara tendencia hacia ritmos de montaje basados en la acción dramática de la escena, construyendo un movimiento narrativo que no tiene por qué coincidir con la música y el libreto. Como se ha observado en la gráfica 8, en la última década el 64% de las obras han construido la linealidad narrativa de la historia a partir de la acción que siguen los espectadores en la escena. Esta construcción se considera más favorable a una apreciación mediática, ya que el ojo de la

cámara queda directamente asociado al movimiento escénico y, por lo tanto, no solo muestra, sino que ordena, prioriza y construye las acciones dramáticas principales, al mismo tiempo que le permite al creador añadir subtramas y dobles interpretaciones a la obra preexistente. En aquellos pasajes musicales excesivamente prolongados o lentos, este tipo de construcción audiovisual tendría el enorme potencial de añadir más información artística y sentido dramático a la obra para acelerar, sobre todo, el tiempo percibido del espectador audiovisual. Desde esta perspectiva, el ritmo de montaje adquiere un significativo valor creativo si planificación es concebida para aportar más sentido a la historia que aquél que puede deducirse de la música y del texto, además permitir controlar rítmicamente el tiempo percibido del espectador. Como bien afirmaba Senici en 2009, este análisis corrobora que, aunque el crecimiento todavía es discreto, cada vez más productos audiovisuales han ido privilegiando la composición escénica a los criterios musicales y narrativos.

- Se consolida un ritmo de montaje homogéneo y regular

Asimismo, debe realizarse un pequeño apunte a la cadencia rítmica que presenta la planificación empleada en la muestra. El 76% del total de los casos del siglo XX y del siglo XXI, presentan una duración y un cambio de plano bastante constante en todo el relato, asociada mínimamente a pequeños cambios narrativos que puedan producirse en la escena. Por ejemplo, 5 obras marcan claramente, con una aceleración del ritmo de montaje, el momento en el que *Zerlina* grita fuera de cuadro por la trampa que le ha preparado *Don Giovanni*. Tan solo dos de las versiones, la correspondiente al año 1955 y la versión de Peter Sellar, cambian bruscamente el ritmo de montaje cuando la joven es atacada, pasando de utilizar una duración de entre 8 y 10 segundos por plano, a una de entre 2 y 3 segundos. Otras tres versiones, todas ellas correspondientes a la década de los 90 —la versión de Claudio Abbado para televisión del año 1990, la representación en el mismo año realizada en el Met, y la versión veneciana del año 96— aceleran el montaje cuando la música es más rápida y, en general, presentan un montaje más picado en el último número de conjunto musical, antes de que *Don Giovanni* consiga escapar.

En el siglo XXI, tan solo un 9% de la muestra acelera el montaje en algún momento puntual de la escena, presentando un ritmo mucho más regular. Podría, por lo tanto, establecerse una asociación entre este fenómeno y la construcción del discurso audiovisual según el criterio escénico ya que, si el montaje se asocia al libreto o a la música, los cortes de plano han de adaptarse a las inflexiones que estos marcan en la historia. A juicio de esta investigación, una cadencia fija en el montaje, asociada a alguno de los criterios de corte

que se han expresado, ayuda a provocar una impresión más mediática del espectáculo, puesto que evidencia menos el montaje ya que el espectador se acostumbra a un tempo regular en los cortes y acaba por no advertirlos. Favorece tanto a la inmersión narrativa en la historia, como a la transparencia propia de la lógica televisual.

- El corte clásico favorece la transparencia estética

Otro de los resultados relacionados con el ritmo de montaje que parece tender a una lógica más televisual es el empleo de la técnica de corte clásico, manifestada en el 96,6% de los casos. Como puede comprobarse, casi la totalidad de la muestra apuesta por un corte limpio, sin recurrir a encadenados, o fundidos entre planos. Tan solo se han encontrado una producción que base su montaje en un lento encadenado de los planos. Se trata de la versión de Alexander Sander del Gran Teatre del Liceu grabada en el año 1980 y la justificación de esta técnica puede estar muy ligada a la necesidad de agilizar un discurso que emplea una cantidad muy reducida de planos —constituye una de las versiones más lentas al estar narrada con 18 planos—. A excepción de este caso, muy pocas escenas utilizan un cambio de plano por encadenado y en todas ellas se ha advertido un sentido elíptico de la narración, como el que otorga la versión del teatro de Colonia del año 1991, en la que el final de la escena anterior se encadena a la apertura del último cuadro escénico antes del cierre del acto, para dar la sensación al espectador audiovisual del paso de tiempo. Lo mismo ocurre en la salida del acto 1 de la versión del teatro AllaScalla de Milán, correspondiente al año 1987, en la que la escena diegética termina sobre el fundido a un plano cerrado del rostro del director musical. Con este recurso, el espectador recuerda su posición separada de la narración y se potencia la inmediatez con la obra y con las circunstancias ambientales en las que se produjo la misma.

Como se ha visto en el cuerpo teórico de esta investigación, el fundido y el encadenado son técnicas empleadas en el discurso audiovisual con intenciones estéticas y semánticas. Favorecen la continuidad de la historia y aportan significado narrativo frente al corte clásico, de modo que este último favorece una mediación no intervencionista del arte audiovisual sobre la ópera. En el siglo XXI, el 100% elimina del discurso audiovisual cualquier efecto de montaje entre planos, manifestando una clara tendencia hacia la retransmisión del evento mediático de forma transparente y televisual.

En esta misma línea debe citarse un detalle significativo. De la muestra correspondiente al siglo XX, el 67% de los casos acaban el primer acto con un fundido de la pantalla a negro, antes de pasar al intervalo o al segundo acto. En el siglo XXI, solo el 18% de las obras

funde a negro inmediatamente después de acabar el acto. La tradicional forma de cerrar la narración —más asociada a una lógica cinematográfica— se ha sustituido por el cierre del telón del teatro en el que tiene lugar la representación, de forma que se respetan cada vez más, los espacios que fortalecen la mediatización del evento frente a la narración hiperrealista. Así, de la totalidad de los casos del siglo XXI, el 82% muestra el teatro al bajarse el telón y deja filtrar en la película la reacción del público de la sala.

- Hacia planificaciones menos angulares, más cercanas e intimistas

Otra de las preguntas de análisis empleadas en esta investigación, influye tanto en el ritmo de montaje, como en la estructura narrativa de la obra. El tamaño de los planos empleados en la narración afecta de manera directa al tono estético de la historia, a la relación y la perspectiva que se establece con el espectador, así como al foco de acción dramática principal.

En el siglo XX, el 83% de los productos tienden a construir sus discursos a partir del gran plano general. Para la mayor parte de estas obras, el gran plano general —o plano máster—, constituye una referencia constante a la que recurrir para dividir los cuadros narrativos, clarificar la narración musical o captar toda la acción escénica en los pasajes de conjunto. Asimismo, el 89% de las obras comienzan con este plano y el 95% acaban con este tipo de planificación general del cuadro.

En términos generales, casi todas las producciones asocian este cuadro a la densidad dramática o musical. Lo emplean para situar el contexto espacial de la representación, así como para potenciar la supremacía del personaje plural.

También en referencia a las obras del siglo XX, para acentuar momentos más dramáticos o de seguimiento de la acción, un 39% de las películas emplean planos de conjunto de personajes, y en menor medida, planos enteros y medios planos. Esta última tipología de planos muestra de una forma más clara la reacción de los personajes, así como significativos detalles de la narración.

Más allá de esta inicial descripción, en la mayoría de los casos no se han reconocido mayores asociaciones narrativas en el tamaño de los planos empleados, que favorezcan la ordenación del discurso o la coherencia estética de la obra. Como se ha visto, la mayoría recurre de manera constante al gran plano general frontal, que parece servir de referencia al espectador y determina la estética televisual del producto. Asimismo, los planos conjunto y entero se utilizan para separar la acción en dos focos dramáticos en el momento en que *Don Giovanni* atrapa a *Zerlina* con la ayuda de *Leporello*. Resulta llamativo el escaso uso de los

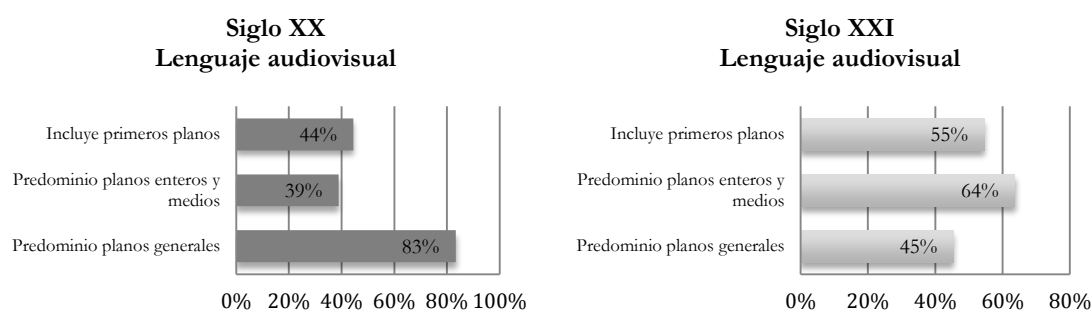
planos medios cortos y de los primeros planos. Tan solo un 44% de la muestra emplea planos medios cerrados sobre el rostro de los personajes y, casi en todas las ocasiones, estos planos medios hacen la función de primeros planos. Se utilizan para matizar una acción o reacción concreta de los casos emplea este tamaño para marcar alguna reacción de otros personajes secundarios o figurantes.

Un dato significativo es que, a excepción de la obra de Sellars, y de detalles puntuales como un plano sobre la capa que le tiran a *Don Giovanni* en la versión e Herbert Von Karajan del año 87, o un plano cerrado sobre el protagonista cuando es juzgado en la grabación del año 90 dirigida por Claudio Abbado, en la muestra del siglo XX no se han encontrado primerísimos primeros planos de los personajes principales o de las acciones dramáticas. Este dato puede tener que ver con la dialéctica formal que, como se ha expresado en el cuerpo teórico de esta investigación, ha centrado los estudios teóricos del siglo XX sobre la polémica grabación del canto. En ninguna de las escenas escogidas se recurre a un plano detalle que permita a los espectadores recrearse en la interpretación del cantante. Aunque este tipo de técnicas pueden existir en pasajes de la obra más virtuosísticos, en el final del primer acto se apuesta por un acercamiento *prudente* de la cámara con respecto al objeto representado. Finalmente, debe apuntarse que este tamaño de planos, en las óperas televisadas en las que se ha optado por el doblaje del sonido —como las versiones de 1955 y de 1960—, resulta prácticamente inexistente, al procurar favorecer, mediante la distancia focal, una verosimilitud escénica que se pierde con la grabación separada de la imagen y del sonido.

Como puede comprobarse en la gráfica 9, la tendencia audiovisual del siglo XXI es abandonar la referencia del gran plano general, para optar por montajes más unitarios desde el punto de vista estético, en los que predomina el uso de planos enteros y medios de personaje, así como el empleo de planos de conjunto.

En la última década, el 64% de las obras se componen por un significativo mayor número de este tipo de planos. Todos ellos responden a la necesidad de provocar un mayor acercamiento del espectador a la acción dramática. Asimismo, como se ha tratado, todos ellos ayudan a realizar un seguimiento de las acciones dramáticas más eficaz desde el punto de vista audiovisual, ya que permite expresar con precisión el movimiento interno de la escena, así como las reacciones y las intenciones de los personajes, aunque no canten.

Gráfica 9: predominio del tamaño de los planos por siglos



Nota: La suma no es 100 porque se dan casos con varios criterios. Fuente: elaboración propia.

Puede decirse, por lo tanto, que la planificación más cerrada que parece haberse instalado en el estilo de los vídeos de ópera del siglo XXI, presenta una relación directa con la adopción de un ritmo de montaje basado en un criterio escénico.

Sobre el empleo de los primeros planos, no se han advertido cambios ni tendencias significativas en el siglo XXI respecto de la etapa anterior. Salvo notables excepciones, como las televisivas miradas de reacción que se producen entre *Doña Elvira* y *Don Giovanni* cuando este ha sido juzgado en la versión de Zurich dirigida por Brian Large en el año 2001, o el marcado final sobre el rostro del personaje que ofrece la versión de 2010 de Glyndebourne Festival, las obras más recientes siguen respetando el acercamiento prudente a los personajes, para no violentar la apreciación del espectador audiovisual. Muchos directores se han basado en el tradicional valor audiovisual que estos planos han adoptado en el ejercicio televisivo, para resaltar el potencial valor psicológico que, en la construcción de un personaje operístico, tiene un primer plano en el medio (Caughie, 2000, p. 161; Will, 2011, pp. 44, 45). Sin embargo, según la postura que se ha adoptado en el trabajo, resulta más significativo que nunca volver a establecer la distinción apriorística entre la lógica mediática televisiva, en la que se favorece la totalidad del evento reconstruido y en la que los primeros planos no muestran normalmente una intención de significación, de la narración televisiva que, aunque se haya practicado en el medio doméstico, emplea significaciones propias de la lógica cinemática — una lógica que, como se ha visto, es igualmente capaz de transmitir el medio doméstico—.

- Relación entre los planos más homogénea pero poco simbólica

En sintonía con el marco teórico, esta investigación también ha podido comprobar que aquellas producciones que presentan una mayor cohesión en la proporción de los planos utilizados, son percibidas de una forma más homogénea, desde el punto de vista estético.

Del total de la muestra correspondiente a ambos siglos, un 65,5% utiliza una relación proporcional entre los planos, moviendo su discurso entre conjuntos de planos que van sucediéndose gradualmente, del plano general a los planos de conjunto, o bien de los planos de conjunto a los planos medios. Estas películas, en general, suelen presentar una mayor coherencia estética y, por lo tanto, provocan una mayor percepción de autenticidad, entendida en términos de personalidad artística. Es el caso, por ejemplo, de la versión ofrecida en el año 1991 desde el Teatro de Colonia, o la ya citada versión de Peter Sellars del año 90.

Sin embargo, en el siglo XXI, todavía un 18,2% de las películas —del 34% del total que no se consideran homogéneas— presentan saltos en las proporciones de los planos, siendo en estas obras muy común construir el mensaje a partir de la irregular y constante sucesión de grandes planos generales y planos medios cerrados, sin pasar por una graduación en tamaños. Bien es cierto que dicha relación provoca un mayor contraste visual en la construcción de la temporalidad, pero también favorece a una percepción más desordenada e impersonal. Es el caso, por ejemplo, de la versión grabada desde el teatro nacional de Praga en 1991, de la versión de 1986 del teatro de Melbourne —en la que el gran plano angular constante, mezclado con planos cerrados de los personajes, distorsiona el dibujo de la continuidad narrativa, o la versión del Teatro Real del año 2005, que opta por una planificación muy abierta y frontal, mezclada con planos medios cerrados.

Por otro lado, esta investigación defiende que la ordenación y la utilización del tamaño de los planos para potenciar la intención de la narración, indicar el estado psicológico de los personajes, o marcar el tono estético de la obra, es una herramienta altamente efectiva para favorecer la apreciación más propiamente audiovisual de la obra. Aunque esta práctica es muy favorable a la lógica más cinematográfica, también se muestra muy compatible con la lógica televisiva, ya que está basada en la estructura narrativa que ya contiene la propia música, pero sin depender de la misma, permitiéndole al realizador ordenar el hecho representado de acuerdo a los conceptos que él considere más relevantes.

Tan solo en un 27% del total de los casos se ha podido identificar una clara intención de orden en el tamaño de los planos, en función de la significación que quiera darse a la historia, es decir, todavía hoy pocas producciones asocian la planificación a una intención narrativa. Se pone como ejemplo, el caso de la versión grabada en el año 1991 desde el Teatro de Colonia, en la que se aprecia una clara intención semiótica en el uso de la planificación. La obra utiliza los planos generales para marcar el contexto coral de la escena, pero además, a través de este tamaño y de su relación con un plano cerrado sobre la

figura de *Don Giovanni* cuando este ha sido acusado por todos los invitados, da a entender la fatalidad del hombre contra un destino que le trasciende —el malhechor contra el pueblo que lo desenmascara—. Esta apreciación de la parte final de la secuencia no tendría el mismo sentido si el realizador no hubiese ordenado el tipo de planificación en función de la secuencia de acontecimientos: cuando *Zerlina* es atrapada por *Don Giovanni*, se emplean planos medios en los que cobra relieve el plan del amo y su criado, puesto en contraste con planos de conjunto para acentuar el estado de divertimento en el que transcurre el drama, sin que ninguno de los invitados se percate.

- El movimiento asegura el dinamismo y la continuidad narrativa

Tras el análisis de contenido, uno de los factores que en esta investigación se considera muy significativo, es el movimiento ejercido por las cámaras en las producciones y el consecuente efecto que provocan sobre la percepción audiovisual. Según Richard Will (2011, pp. 32-60), los planos en movimiento que presentan muchas de estas interpretaciones de *Don Giovanni*, imitan la sensación orgánica y viva que muchos de los formatos televisivos actuales utilizan para emular, a modo de eventos mediáticos, gran parte de las realidades sociales como partidos de fútbol, *meetings* políticos o conciertos en directo. Dicha movilidad, además, permite conseguir una sensación más dinámica y continua no solo en los eventos mediáticos propios de una lógica televisual, sino que favorece de igual modo la inmersión narrativa propia de la lógica cinematográfica. Como se ha tratado, esta lógica necesita reforzar la linealidad y la unidad del discurso gracias a este tipo de técnicas continuistas, para provocar una actitud hipermediada en el espectador y, por lo tanto, más activa, ya que este ha de anular la conciencia en su propia realidad para trasladarse a la ficción.

Según lo que esta investigación ha podido comprobar tras el análisis de contenidos, desde un punto de vista narrativo y estético, el movimiento de la cámara no constituye una herramienta lo suficientemente explotada por el ejercicio audiovisual operístico.

En primer lugar, a esta investigación le gustaría establecer una distinción apriorística entre los efectos que producen los distintos tipos de movimiento que puede recrear la cámara: no se entiende de la misma forma un movimiento de la cámara provocado sobre su mismo eje —*zooms in* y *out*, paneos izquierdo y derecho, barridos horizontales y verticales, o movimientos circulares, entre otros ejemplos—, que un desplazamiento de este eje y, por lo tanto, un movimiento del foco y de la perspectiva del plano visual —los principales movimientos que suelen producirse son los *travellings*, las grúas, *dollys*, *steadycam*, o cámara en

mano, entre otros ejemplos—. Tradicionalmente, la primera tipología de movimientos provoca una sensación más estática y se utiliza para obtener un mejor seguimiento focal de la acción interna del plano, a excepción del zoom, que en la historia se le ha conferido una significación simbólica cultural y se reconoce como uno de los principales movimientos que actúan como índice para el espectador (Citron, 2005; Will, 2011). La segunda tipología de movimiento produce una sensación en el receptor mucho más dinámica que la primera. A excepción del zoom —como se ha tratado, con la posibilidad de generar un marcado carácter narrativo—, esta tipología ayuda a generar una mayor tensión narrativa y favorece la continuidad entre los planos. Asimismo, en ambas tipologías, la rapidez o lentitud con la que se produzca el movimiento, influye decisivamente en la inmersión narrativa, así como en la asignación de significados que puede asociar el espectador audiovisual.

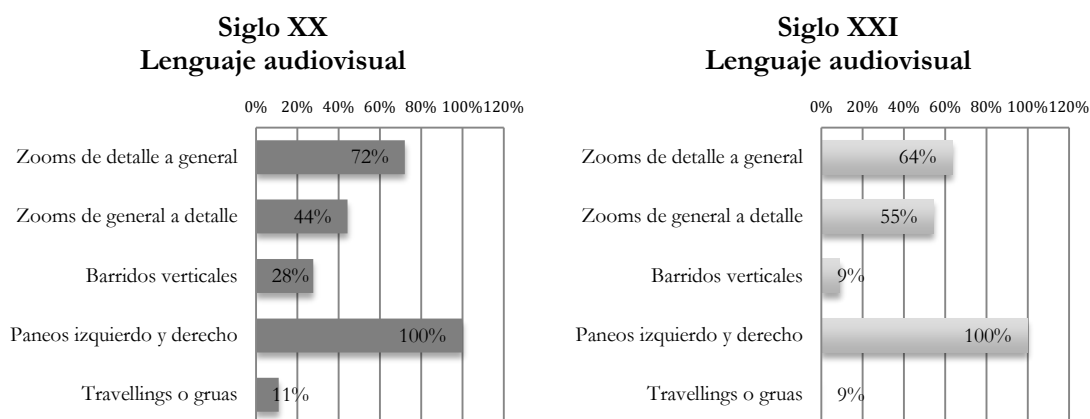
Tras el análisis de contenidos, se advierte cómo en el 72% del total de los casos, predomina una construcción a partir de planos fijos. En el siglo XX, tan solo un 28% de las producciones priorizaban los planos en movimiento, por encima de la planificación estática predominante. De manera sorprendente, este dato desciende todavía más en el siglo XXI, en el que tan solo el 18% de la muestra emplea planos móviles de forma recurrente y en mayor medida que los planos estáticos, con el fin de agilizar la narración. Tras el análisis puede manifestarse, por lo tanto, que las obras que tienden a introducir movilidad en los planos, ayudan a provocar un mayor dinamismo de la escena, que aquellas que optan por una planificación fija. Debe recordarse, no obstante, que la sensación de dinamismo en la obra también queda determinada por la cantidad de planos empleados en la edición y su consecuente ritmo de montaje.

Como puede comprobarse en la gráfica 10, los principales movimientos de cámara empleados tanto en las obras del siglo XX, como en las obras del siglo XXI, son aquellos en los que el equipo de grabación se mueve sobre su propio eje: los paneos horizontales de seguimiento de personaje, ciertos barridos verticales, así como los zooms de alejamiento y de acercamiento de la representación. En el 100% de las ocasiones, el paneo horizontal es empleado sobre planos medios y de conjunto, sirviendo para dirigir un mejor foco sobre la acción interna de la escena. Asimismo, solo se ha encontrado una significación simbólica en el movimiento del *zoom in*, normalmente reservado al acercamiento lento, progresivo y dramático, sobre el personaje principal cuando es desenmascarado delante de todos los invitados a su fiesta. El *zoom out* presenta un carácter más técnico: se ha advertido un tendencial empleo musical y narrativo, para salir de una acción concreta y presentar el *tutti*

del cuadro escénico, para recuperar el contexto general de la escenografía, o bien — empleado en un modo más acelerado—, para indicar un cambio de foco en la trama, como sucede en la versión de Herbert Von Karajan del año 1987, en la que se usa un zoom muy acusado y rápido para salir de la narración y cambiar el foco dramático, en el momento en el que *Zerlina* grita fuera de cuadro.

Las obras correspondientes a las décadas de los 50 y de los 60, presentan movimientos de cámara algo imperfectos en algunos momentos de la obra. Estos son debidos a la dificultad de dominio técnico que los primitivos equipos de grabación imprimían sobre el ejercicio audiovisual.

Gráfica 10: principales movimientos de cámara encontrados en la muestra.



Nota: la suma no es 100 porque se dan casos con varios criterios. Fuente: elaboración propia.

Todos ellos se producen para rectificar un seguimiento de los personajes o de las acciones internas del cuadro. Llamen la atención, en especial, en la versión del año 1961 desde la Deutsche Oper Berlin, en la que los movimientos de cámara evidencian la limitación técnica del equipo de grabación dentro del teatro. Es probable, incluso, que la tendencia a realizar un tipo de movimientos sobre su propio eje, en lugar de otros, haya sido imitada sin cuestionarse a lo largo de los años.

Aunque el ejercicio técnico ha evolucionado notablemente desde estas iniciales grabaciones, desde el punto de vista audiovisual puede decirse que la mayor parte de las representaciones emplean los movimientos de cámara según criterios no intervencionistas y más cercanos a la corrección técnica que a la intención estilística: intentan favorecer el seguimiento de las acciones internas de una puesta en escena que, como se ha explicado, pierde parte de su información sometida al proceso de mediación audiovisual. Asimismo, sobre todo en aquellas obras pertenecientes al siglo XX, muchos de estos movimientos son

perfectamente predecibles por el espectador audiovisual, ya que la técnica del directo hace los planos iniciales abran con un encuadre desproporcionado —normalmente dejan más aire en la parte superior del plano de lo establecido— para poder corregir sobre la marcha, sin opción a segundas oportunidades, los movimientos de los personajes en sintonía con el propio movimiento de la cámara, de tal forma que si el *zoom* o el paneo se produce de forma lenta, los planos ofrecen una estética poco atractiva hasta que alcanza la composición deseada, a ojos del espectador mediático. Del total de la muestra empleada, el 56% de los casos del siglo XX presentan planos desproporcionados desde el punto de vista de la composición interna, con más aire superior de lo normal. En el siglo XXI, fruto del avance tecnológico, este porcentaje se reduce al 27%.

Salvo el ya citado caso de Peter Sellars, en el que se recurre a un constante movimiento coreografiado de la cámara con las acciones de los personajes para dar la sensación de inestabilidad, incertidumbre y movilidad, la mayor parte de las obras que muestran una intención mínima narrativa, lo hacen en momentos muy puntuales. Se destacan como ejemplos, la versión vienesa del año 2006 en la que se produce un *zoom out* muy marcado desde el rostro de *Zerlina* al cuadro general, tras ser forzada por *Don Giovanni*, la versión de Baden Baden del año 2008, en la que un *zoom in* muy picado sobre el rostro del protagonista avvicina a los espectadores el futuro trágico de la historia, o la clara intención narrativa que juega constantemente con una escenografía móvil, de los *zooms in* empleados en un algo estilo televisivo que ofrece la versión del festival de Salzburgo del año 2008.

El uso de un movimiento discreto de las cámaras sobre su propio eje, aunque influye significativamente en la percepción de dinamismo, no ayuda al discurso audiovisual a romper el predominio de una visión, por frontal y televisiva, apreciada de forma más estática desde el punto de vista del consumidor, ya que en ningún momento la perspectiva de la audiencia es desplazada de la posición fija, situada en frente del escenario y perfectamente alineada de manera fronteriza con la narración. En este sentido, llama la atención cómo del total de la muestra correspondiente a ambos siglos, tan solo un 6,9% utiliza movimientos de cámara en los que se produce un desplazamiento del propio eje, además del cabezal. Es decir, apenas existen representaciones en las que se empleen alternativas a la posición fija de la cámara, en forma de *travellings*, grúas, o *dollies*, entre otros movimientos. La ausencia de este tipo de prácticas de grabación, puede tener que ver con la lenta tecnificación que, hasta el siglo XXI, han sufrido los teatros de ópera, en los que no se ha permitido incluir equipos muy sofisticados y aparatosos —como grúas o cámaras volantes— por no interferir en la visión de la audiencia presencial. Asimismo, deber

señalarse otro dato significativo: no existe ni una sola producción en la que se incorpore cámara en mano o *steadycam*, con la consiguiente significación subjetiva y el efecto inestable que origina su uso. Como excepcional ejemplo del siglo XX, se destacan las posibilidades que otorgaba el plató a los *telecast* para televisión que se pusieron de moda en la década de los 60 en los que queda inscrita la producción italiana para la cadena RAI del año 1960. En ella, el director Giacomo Vaccari, gracias a una planificación basada en las posibilidades del plató televisivo, ofrecía constantes ángulos y posiciones volantes de la cámara que le conferían un marcado carácter narrativo y favorecían la inmersión en la historia operística. En el siglo XXI estas técnicas se han perdido por completo. Solo los grandes teatros como el Metropolitan Opera House de Nueva York, el Royal Opera House de Londres o la Opéra National del Paris, presentan en sus productos audiovisuales ligeros movimientos de grúas para incidir en la grandiosidad de los planos generales. A diferencia de estas dos últimas, caracterizadas por un lenguaje audiovisual basado en movimientos discretos y apenas perceptibles, el Metropolitan Opera House ha desarrollado un modelo narrativo más atrevido. Movido por las circunstancias medioambientales en las que se consumen las nuevas grabaciones para los cines de todo el mundo, el teatro emplea en sus grabaciones constantes desplazamientos del eje de la cámara para favorecer el dinamismo y la inmersión en el espectáculo, al estilo de las grandes producciones televisivas y cinematográficas del momento. Todo apunta a que, como afirma Jim Steichen (2012), la organización intenta expresar una *dramaturgia institucional* propia, todavía convencional en sus formas, pero cada vez más adaptada a una apreciación mediática audiovisual.³⁸⁹

Por lo que ha podido comprobar este trabajo, parece claro que la movilidad de las imágenes consigue provocar una sensación más fluida de la representación. Asimismo, si los movimientos de la cámara se coordinan con el tempo musical y con la acción narrativa, podrían constituir importantes herramientas de construcción de significado audiovisual, sobre todo cuando el ritmo de la música no permite acelerar el ritmo del montaje a partir de una mayor fragmentación de planos. Aportándoles una asociación narrativa, los movimientos de la cámara no solo favorecerían así el dinamismo de la imagen, si no que provocarían una mayor continuidad narrativa. Esta herramienta, por lo tanto, debería determinar la cantidad de planos empleados y la angulación de los mismos.

³⁸⁹Aunque no se recoge de manera expresa en esta investigación, una de las vías de estudio para las que puede servir este trabajo es la exploración de las distintas personalidades institucionales, a partir del lenguaje audiovisual empleado en sus productos artísticos. En este sentido, resultaría muy interesante orientar futuros trabajos científicos al análisis de las técnicas que, en concreto, está empleando el Met en sus retransmisiones cinematográficas y que se consideran un claro cambio de tendencia en la tradición audiovisual de la ópera (Heyer, 2008; Steichen, 2012).

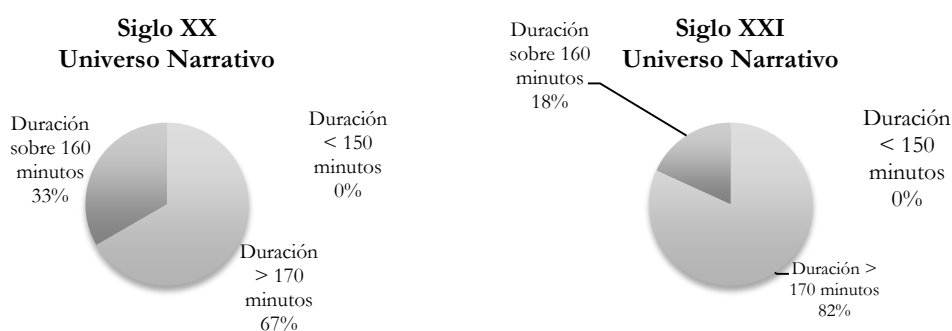
4.5.2.4. Reflexiones relativas al universo narrativo.

Algunos ítems de análisis referentes al universo narrativo se han revelado estadísticamente significativos: Ambientación tradicional y Ambientación moderna. Igualmente resultan de gran interés otros elementos de análisis como los que se han expuesto sobre el lenguaje audiovisual. Como se ha descrito, ambas temáticas quedan intrínsecamente relacionadas ya que hablan de la concepción espacial y temporal de la obra en pantalla. A continuación se expresarán los resultados más representativos en relación a la estructura narrativa de la ópera y a la construcción del espacio audiovisual en el que tiene lugar.

- Estructuras temporales extensas para un formato audiovisual

Desde el punto de vista de la estructura temporal de la obra, el análisis de contenidos ha revelado algunos datos de interés. En primer lugar, debe exponerse que el 94% de las obras presentan la música en su totalidad, sin advertirse importantes supresiones de la partitura original. Tan solo el caso correspondiente al año 1995, en el que se incorpora la intermitente intervención del presentador Peter Ustinov, se producen cortes musicales.

Gráfica 11: duración superior o inferior a los 160 minutos de la obra original



Fuente: elaboración propia.

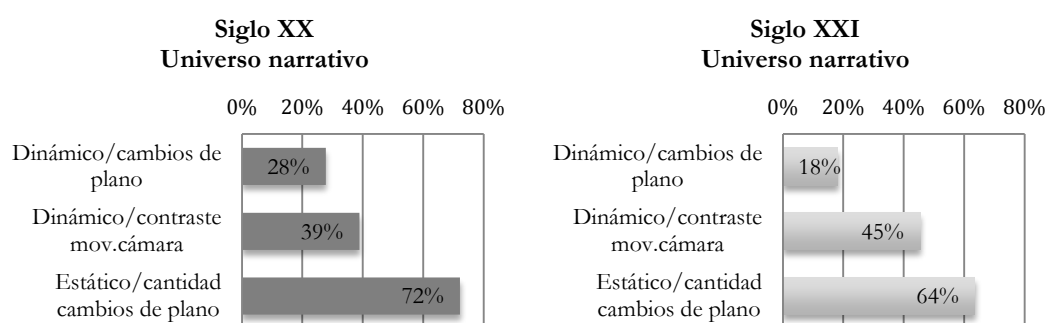
Con respecto a la muestra total, el 72,4% de las obras se sitúan en torno a los 170 minutos de duración, presentando una dilatación temporal en relación a la duración estándar de la obra original —en torno a los 160 minutos—. Esta mayor duración temporal, se produce por un fenómeno que no deja de albergar cierta paradoja y que se analizará en el apartado destinado a las oberturas: la mayoría de las obras más largas incluyen créditos de apertura

antes de dar comienzo la representación, espacios muertos o de preparación entre los actos, y créditos de cierre de la película, de modo que, de forma más o menos consciente, sobreimprimen una superestructura en la que queda inscrita la propia narración, ampliando la unidad temporal de la obra. Este fenómeno responde claramente a la adquisición de una mayor lógica televisual del conjunto de obras que conforman la muestra. Como se ha tratado en el cuerpo teórico, la lógica televisual se basa en una cada vez mayor espectacularización del propio espectáculo, de tal modo que lo que importa no es tanto la narración, sino las circunstancias institucionales en las que se produce dicha narración. Desde un punto de vista mediático, las prolongadas duraciones que en la práctica están adquiriendo los vídeos de ópera, contrastan con la condensación musical que durante el siglo XX han procurado ofrecer las versiones más televisivas y cinematográficas de la ópera. Podría decirse, por lo tanto, que en el momento en el que la intención mediática no es cinemática, los creadores dejan de preocuparse por la duración de la obra, independientemente de que esta sea consumida finalmente en el ordenador personal, un medio, como se ha visto, poco adecuado para la apreciación del arte completo.

- Predomina el planteamiento estructural espacial y estático

Gran parte de las conclusiones expresadas en el bloque destinado al lenguaje audiovisual afectan a uno de los resultados que más invitan a la reflexión. La aplicación de un movimiento prudente y la no ordenación de los planos según criterios narrativos, está ocasionando que la percepción audiovisual de las obras siga siendo más estática que dinámica. En el bloque de preguntas cerradas de la guía, se han destinado tres ítems a intentar discriminar si, por la cantidad de planos empleada y por la cantidad de movimientos ejercidos por la cámara, las representaciones pueden considerarse más estáticas o dinámicas.

Gráfica 12: producciones más estáticas o dinámicas según la cantidad de planos o el movimiento de cámara



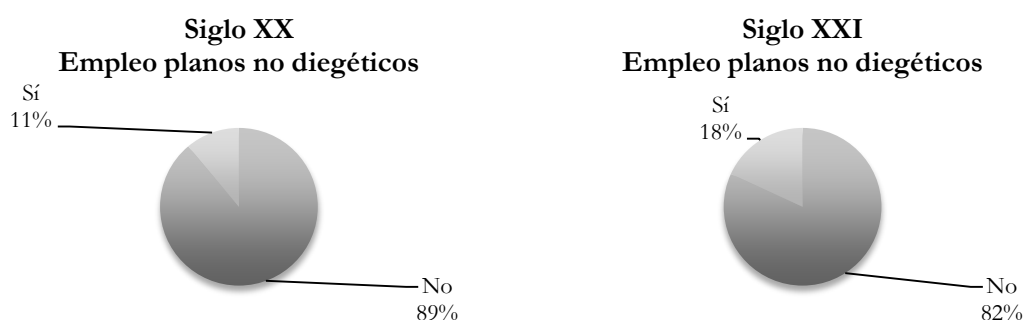
Nota: la suma no es 100 porque se dan casos con varios criterios. Fuente: elaboración propia.

Del conjunto de la muestra, el 70% de las producciones operísticas podrían considerarse más estáticas desde el punto de vista audiovisual, si se atiende a criterios como la cantidad de planos empleados en la narración del final del primer acto y, de estos, a la cantidad de planos en movimiento utilizados. Una apreciación más contemplativa de la narración significa que la obra está estructurada en términos temporales de una forma más estática, fenómeno que afecta decisivamente al tiempo percibido del espectador. Por lo tanto, podría decirse que la temporalidad narrativa de la ópera audiovisual sigue siendo construida bajo criterios que no favorecen una lectura inmersiva de la representación. Esta lectura, como se ha tratado, es más propia de las nuevas generaciones que de los tradicionales públicos de la ópera.

- Perspectivas mezcladas en la construcción del universo narrativo

Uno de los resultados que más llama la atención es la hibridación de perspectivas diegéticas y no diegéticas en la construcción de la ficción audiovisual de las obras. Aunque el número de casos es reducido, el 14% de productos de ambos siglos incluyen imágenes que hacen referencia al espacio no diegético en el que tiene lugar la representación. La gráfica 13 nos muestra, por siglo, el empleo de planos no diegéticos.

Gráfica 13: porcentaje de obras que incluyen planos no diegéticos en la narración



Fuente: elaboración propia.

En el siglo XX, los elementos no diegéticos que más abundan, mostrados normalmente después del cierre del primer acto, son la imagen del director de orquesta, ciertos detalles de la orquesta y un plano general del interior del teatro desde una posición frontal. Debe advertirse, asimismo, que ninguna versión incluye planos de reacciones del público de la sala teatral, ni de detalles del propio espacio físico del teatro. En términos generales estos

planos no diegéticos, no interfieren en la inmersión narrativa propia de la ficción operística. Sin embargo en el siglo XX se dan algunas excepciones al antes o después de la narración, en las que se incluyen perspectivas externas durante la historia, como la versión del teatro Alla Scalla de Milán del año 87, en la que el final del primer acto se cierra sobre el rostro del director Ricardo Muti. A lo largo de esta obra, la referencia visual al director es constante y recurrente, fenómeno que magnifica y da relieve a la autoría de la interpretación sobre otros elementos más narrativos. El hecho de que Ricardo Muti dirija el *Don Giovanni*, acaba siendo casi más importante que la propia versión artística.

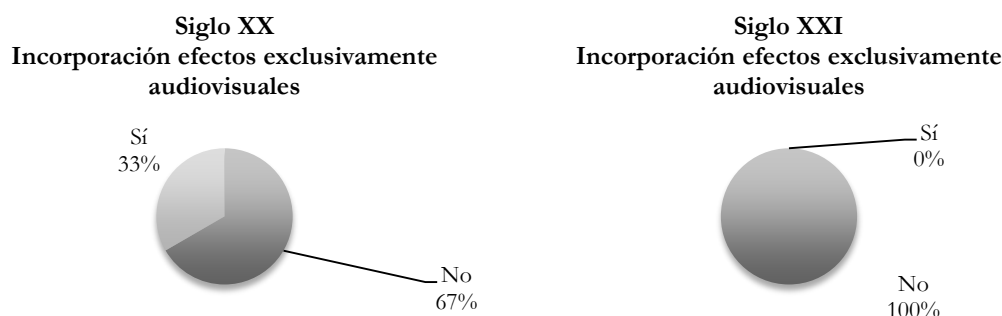
Resulta significativo cómo en el siglo XXI, la incorporación de planos no diegéticos aumenta, produciéndose en un 18,2% de las veces. Además, este aumento de perspectiva no diegética se produce no solo al final del primer acto cuando ha finalizado la narración, sino que sintomáticamente se da durante la narración, como el plano general de escorzo derecho que la versión del Teatro Real de Madrid incorporó en 2005, donde se percibía claramente la acción escénica sincronizada con la batuta del director, el foso de la orquesta y parte de los asistentes de primeras filas; o la versión vienesa del año 2006 en la que claramente se percibe la orquesta siempre que se recurre al plano máster central.

La alusión a elementos no diegéticos durante el discurso audiovisual, como el sonido de fondo de los asistentes al teatro —que se incorpora en un 83% de las ocasiones—, el cierre del telón o detalles de la interpretación de algunos instrumentos, ayudan a construir una estructura espacio-temporal alrededor de la narración, que se identifica plenamente con la lógica espacial más televisual.

Resulta interesante relacionar a esta idea con su postura contraria. Como se acaba de ver, la mayor parte de las obras optan por un planteamiento diegético en el discurso audiovisual de la historia. Sin embargo, son muy pocos los casos de la muestra que incorporan efectos de imagen y sonido exclusivamente audiovisuales para reforzar la narración y favorecer en el espectador la inmersión en la ficción, como muestra la siguiente gráfica.

De forma significativa, las pocas películas que incorporan estos efectos audiovisuales, tales como rotulaciones sobre la ambientación, los textos explicativos de la acción que no se ve en pantalla, o sobreimpresiones de fondos de colores en la imagen, pertenecen en su totalidad a la muestra del siglo XX —el 20,7% de los casos—. Se destacan, como ejemplos, los rótulos narrativos al principio de cada escena, introducidos en la versión del Met del año 2000 para situar en las distintas localizaciones, o el fundido a rojo con un efecto de ojo de pez bajo el que desaparece, de forma cómica, el final de la versión del teatro de Colonia del año 1991.

Gráfica 14: incorporación de elementos exclusivamente audiovisuales



Fuente: elaboración propia

Debe señalarse, asimismo, que los casos no son correlativos. Eso significa que podrían darse casos en los que en igual medida se incorporasen elementos no diegéticos, por un lado, como técnicas exclusivamente audiovisuales, por el otro. Sucede, por ejemplo, en la versión veneciana del año 1996, en la que una composición escénica deliberadamente estática —compuesta únicamente por las figuras de los cantantes sobre un fondo negro—, obligaba a introducir en los planos máster explicaciones narrativas de lo acontecido en escena, ya que los movimientos de los cantantes eran minimalistas e inapreciables en las tomas generales. Al mismo tiempo, esta versión mostraba a la orquesta y al director en los planos más abiertos de su discurso audiovisual.

Según lo que ha podido comprobar esta investigación, la mezcla de perspectivas recuerda constantemente al público audiovisual su condición de espectador de un evento que recrea una ópera, no que cuenta una historia, provocando que difícilmente se introduzca en la historia de la obra, empatice con los personajes o se identifique con las pasiones humanas que contiene la música. Asimismo, una falta de unidad en la perspectiva adoptada —dentro o fuera de la narración— provoca que cualquier recurso exclusivamente audiovisual en planteamientos diegéticos ambiguos, se perciba de una forma descontextualizada, ayudando a evidenciar más, si cabe, la técnica del montaje.

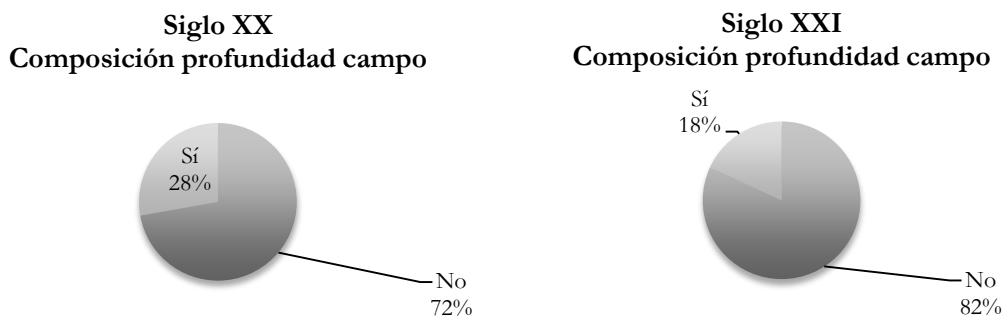
- La profundidad de campo favorecería una mejor lectura audiovisual

Otro de los resultados que se consideran significativos, tiene que ver con la composición del cuadro escénico. Los datos que ha revelado el análisis de contenido relacionan aquellas producciones inicialmente creadas para un medio audiovisual, como el cine o la televisión, con una composición escénica realizada en base a una profundidad de campo que favorece

la emulación de un universo diegético más extenso. Como ocurre en el citado caso de Peter Sellars, en el *telecast* de la televisión italiana del año 1960 o en la grabación para televisión desde la Sydney Opera del año 2011, una composición de los movimientos internos del plano que se ordene por capas según las prioridades de la acción dramática, sirve para eludir la sensación de la perspectiva teatral en exceso frontal. Los focos internos van sucediéndose de acuerdo a distintas distancias frente a la cámara, sin la necesidad de cambiar el ángulo de visión para apreciar la totalidad de la acción narrativa.

En términos generales, este tratamiento de los planos audiovisuales en profundidad de campo, no suele producirse en las óperas grabadas desde los teatros. En ellas, salvo que la dirección de escena se planifique de acuerdo a este criterio —como ocurre en algunos casos destacables del siglo XXI, tales como la versión vienesa de 2006 o la ofrecida por el festival de Salzburgo en 2008—, la acción dramática se ordena según un único plano visual estructurado a partir de una composición espacial en dos dimensiones, sin aprovechar las posibilidades escénicas que ofrece, para el ojo de la cámara, la profundidad del escenario. Comprobamos que solo el 24 % de las obras presentan una composición escénica que juega con la tercera dimensión del escenario. La gráfica 15 muestra la proporción en cada siglo.

Gráfica 15: porcentaje de obras que construyen la escena en profundidad de campo



Fuente: elaboración propia.

Resulta lógico que las grabaciones desde los teatros empleen, por convención, una escenografía más teatral que cinematográfica. Sin embargo, la existencia de cada vez más producciones contemporáneas que, desde la propia concepción artística de la puesta en escena, consiguen la ruptura de la relación frontal con el espectador, hace pensar que gracias a los avances tecnológicos que incorporan la mayor parte de los teatros, hoy en día la composición tradicionalmente teatral no es una condición, sino una posibilidad estética.

Las producciones de escena también tienen, hoy más que nunca, la opción de plantear composiciones más tridimensionales, para satisfacer a la cantidad de públicos plurales — presenciales y virtuales— que hoy conforman el total de su audiencia.

Por lo tanto, la puesta en escena se considera un elemento esencial clave que, planteado de forma apriorística bajo criterios artísticos más narrativos y menos teatrales, puede potenciar las propiedades de otros elementos del lenguaje audiovisual aplicados a la misma, como los movimientos de cámara y las angulaciones de los planos, sin que ello interfiera en el espectáculo presencial.

Antes de cerrar el apartado, esta investigación considera interesante exponer un ejemplo especialmente audiovisual conseguido a partir de una composición escénica tridimensional. La versión del festival de Salzburgo de 2008 planteó una escenografía móvil ambientada en un bosque que giraba intermitentemente sobre su propio eje mientras se desarrolla el *finale* del primer acto. La propia movilidad de la escena planteada en 360°, posibilitó que la aplicación de una planificación audiovisual convencional —conseguida a partir de la angulación multi-cámara tradicional y ligeros *zooms* así como movimientos de seguimiento de personajes aplicados a la propia inercia giratoria de la escena— consiguiese emular la sensación de que lo que en realidad se desplazaba era el propio eje de la cámara, una sensación propiamente cinematográfica.

Figura 1. Imagen de la composición de plano de *Don Giovanni* de Salzburgo del año 2008



Con este tipo de medidas originadas desde los propios sistemas de producción de la ópera en el teatro, podrían conseguirse fácilmente resultados estéticamente mediáticos, audiovisualmente narrativos y sugerentes y, lo que es más importante, podrían conseguirse al margen de los condicionantes económicos y tecnológicos que afectan a cada institución, ya que entonces la limitación técnica deja de ser un problema. Ya que, en definitiva, si los equipos de grabación no pueden adaptarse más a las condiciones físicas del teatro, son las condiciones del propio ejercicio operístico las que pueden ayudar a audiovisualizar el espectáculo.

En esta misma línea debe realizarse un breve apunte a las actuaciones y a la ambientación escénica de las representaciones. En el siglo XX, el 77% de las producciones plantean una ambientación tradicional. A excepción de la versión veneciana del año 1996, la versión televisiva de Peter Sellars, y la ofrecida por Peter Brook en el 98, el total de las producciones presentan una ambientación construida a partir de trajes y decorados costumbristas e históricos. Asimismo, las actuaciones de los cantantes y de los figurantes responden a un planteamiento teatral, más que a una concepción naturalista propia de los medios audiovisuales.

En el siglo XXI esta proporción cambia. Tan solo el 32% de las obras se construyen bajo planteamientos tradicionalistas. Sin embargo, las actuaciones siguen considerándose principalmente teatrales: según la interpretación que se ha realizado en esta investigación, el 72% de la muestra presenta una dirección de actores no naturalista. Finalmente, en relación a la estética de la imagen, debe advertirse cómo en el 55,2 % de los casos, la fotografía y la iluminación que ofrece el teatro, se presentan adecuadas para una correcta intervención audiovisual, de modo que nada impide a la ópera plantear ambientaciones escénicas que puedan constituirse, de igual modo, como auténticas obras audiovisuales.

4.5.2.5. Conclusiones sobre el análisis de las oberturas.

Como ya se ha descrito en la introducción de este capítulo, el análisis de las 29 oberturas audiovisuales sobre la obra de *Don Giovanni*, puede desvelar una mayor información acerca de las intenciones y de los planteamientos estéticos que, sobre el arte audiovisual, han mantenido tradicionalmente los vídeos de ópera. Sin ánimo de repetir conceptos que ya hayan sido expresados en relación al *finale* del acto 1, a continuación se expresarán las conclusiones más representativas, además de la significación ya mencionada en cuanto a la variable Sobreimpresión de créditos.

- Se unifica la función narrativa de la obertura y de los títulos de crédito

El análisis de las oberturas constituye una forma concreta de interpretar la función que han otorgado los creadores operísticos a los medios audiovisuales, en el proceso de construcción de la obra. Uno de los primeros datos que llama la atención es la doble presentación que, desde un punto de vista narrativo, se ha producido en muchas de las versiones del siglo XX.

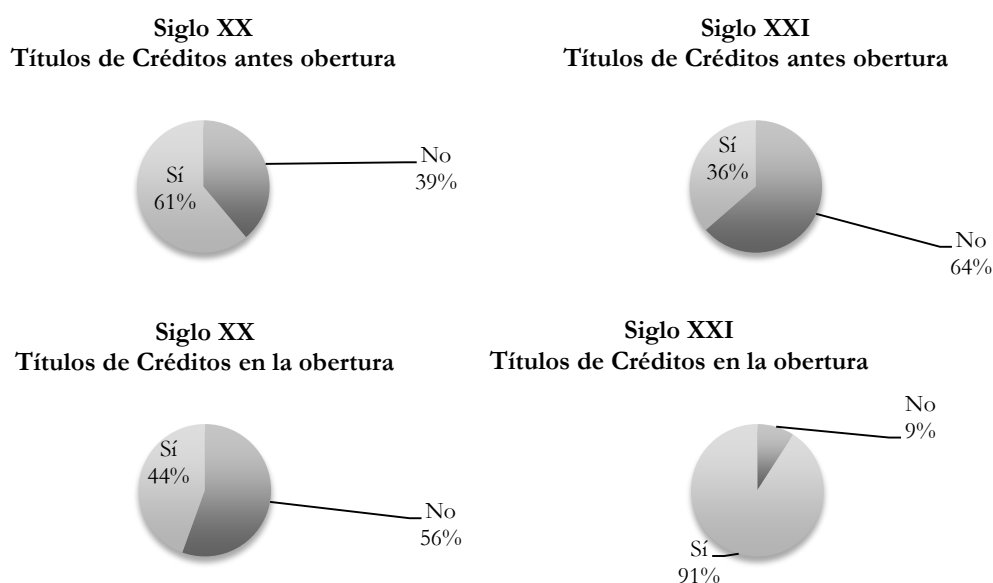
Durante el pasado siglo, la tendencia audiovisual ha sido abrir la obra con los títulos de

crédito de la representación y, a continuación, dar paso a la obertura. Esta práctica ejercía una dilatación estructural en las películas, ya que el producto audiovisual constaba de una doble presentación: aquella llevada a cabo por los créditos, y la tradicional función de apertura que desarrollaban los pasajes instrumentales iniciales.

La doble función de apertura ejercida por los dos elementos de cada uno de los lenguajes —el musical y el cinematográfico—, se evidencia sobre todo en ejemplos como la primera filmación de *Don Giovanni* del festival de Salzburgo, producida en el año 1954. Se destaca en ella la estética cinematográfica que presentan los títulos de crédito: en silencio, una mano en plano subjetivo pasa las hojas de un libro en el que aparecen escritos los créditos de la obra. También debe destacarse la prolongada secuencia de apertura que se produce en la versión del teatro de Praga del año 1991. En ella, la cámara acompaña al personaje principal por las calles de la ciudad hasta que llega al teatro y se introduce en el camerino, mientras leemos en pantalla el reparto completo de la producción. Posteriormente, ya en el interior de la sala, arranca la obertura instrumental.

Como puede comprobarse en la gráfica 16, en el siglo XXI esta tendencia se modifica de manera manifiesta: el 90% de las representaciones asimilan la función narrativa de la secuencia de apertura audiovisual en la propia obertura musical, fundiendo las dos unidades estructurales en una única escena de presentación. La evolución estética que han sufrido las oberturas en esta línea quizás puede ser justificada por la adaptación temporal que el producto audiovisual precisa de una obra musical de larga duración, en el proceso lógico de mediatización que ya ha sido ampliamente expuesto.

Gráfica 16: sobreimpresión de los títulos de crédito antes o durante la obertura

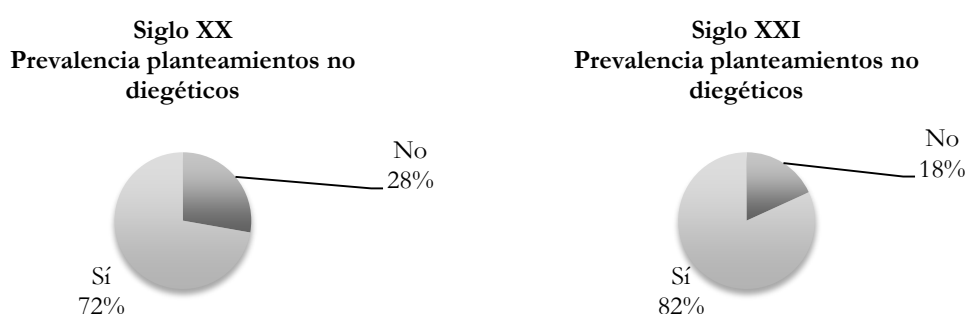


Fuente: elaboración propia.

- Predomina un planteamiento institucional no diegético

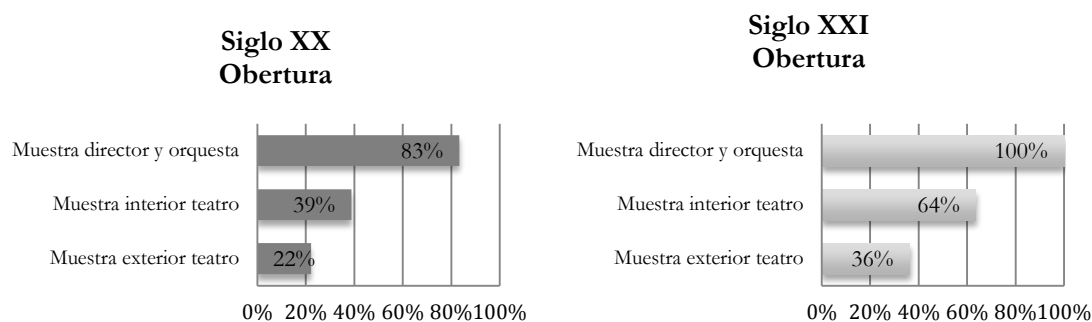
Las oberturas han constituido una pieza independiente de la obra, no solo desde el punto de vista musical, sino también desde el punto de vista de la concepción audiovisual. Llama la atención cómo la mayoría de los vídeos, con independencia de las funciones que se le hayan asignado en cada caso, adoptan una perspectiva no diegética en la interpretación del pasaje musical. Como se ha podido comprobar en las páginas anteriores, esta perspectiva eminentemente no ficcionada no se corresponde, en muchas de las obras, con el planteamiento diegético de la restante narración musical.

Gráfica 17: porcentaje de planteamientos no diegéticos por siglos



Fuente: elaboración propia.

Gráfica 18: planos recurso no diegéticos empleados en las oberturas



Nota: la suma no es 100 porque se dan casos con varios criterios. Fuente: elaboración propia.

En el 75% de los casos totales prevalece una estética basada en la interpretación instrumental de la orquesta, bajo la batuta del director en el foso del teatro. La mayor parte de las películas se apoyan en alguna de las imágenes a continuación descritas, como el interior y el exterior del teatro, el plano recurrente del director musical, así como algunos planos de conjunto del ensemble orquestal y detalles de los instrumentos de la orquesta.

- Hacia funciones más simbólicas de la obertura

Finalmente, debe valorarse la intención simbólica que adquieren las oberturas, según el planteamiento mediático perseguido. Los ítems de análisis 87, 88 y 89 hacen referencia a la función que, desde un enfoque mediático, se ha asignado a las oberturas de las películas operísticas. La muestra se ha dividido en tres opciones: 1) si la función de la obertura es eminentemente narrativa, al presentar el tono y el avance de la historia; 2) si predomina una función institucional, en la que se respeta, sobre todo, la relevancia de la interpretación musical a partir de planteamientos no diegéticos; y 3) casos en los que se cumple tanto una función narrativa como una función institucional.

Gráfica 19: función simbólica de las oberturas



Fuente: elaboración propia.

Como puede comprobarse, aunque predomina un planteamiento estético no diegético, la tendencia en el siglo XXI apunta a la adquisición de una cada vez mayor función simbólica de la obertura, en la que se habla del tono de la obra y se presenta el casting de los cantantes, todo ello sin renunciar a indicar la relevancia musical aportada por los prestigiosos directores y la orquesta integrante. Resulta muy sugerente cómo, en algunos casos del siglo XXI, la creación visual imita la estructura de la obertura musical. Puede observarse en ejemplos como el ofrecido por la ópera de Viena en el año 2006, en el que se presenta un resumen visual, a cámara lenta, de las escenas más impactantes de la obra que va a desarrollarse, mientras se interpreta la música en el espacio del teatro original: las imágenes de la secuencia de apertura utilizan partes de la obra, del mismo modo que la obertura queda compuesta por fragmentos musicales desarrollados en la narración. Se observa también, cómo muchas de las películas con planteamientos audiovisuales convencionales, utilizan el espacio de la obertura para plantear estéticas más experimentales y creativas, desde el punto de vista del ejercicio audiovisual. En términos generales, podría concluirse que la tendencia que parecen adquirir las oberturas audiovisuales, es la

presentación no tanto del tono de la obra, sino de la dramaturgia institucional —entendida como el modo concreto y estilístico de contar, en formato audiovisual, una ópera— que parece ir adquiriendo cada uno de los grandes teatros internacionales impulsores del género musical. En este modo particular de presentar la narración, los teatros hablan del casting, de la concepción narrativa del espectáculo, pero sobre todo, —a partir de estéticas no diegéticas— de la relevancia musical de aquella obra en aquél teatro en concreto, es decir, del acontecimiento histórico.

4.5.2.6. Correlaciones significativas entre variables.

Antes de finalizar el análisis, debe realizarse un breve apunte a otro resultado obtenido tras la aplicación de la prueba estadística —*correlación de Pearson*—. De los 89 ítems que han conformado el grupo total de preguntas, se ha escogido un subgrupo de 17 categorías referentes a los aspectos más propiamente audiovisuales —sobre todo preguntas de los apartados de lenguaje audiovisual y universo narrativo—, y se ha establecido una correlación de cada una de ellas con el total de las 89 preguntas, para identificar si se producen fuertes dependencias entre algunos de los aspectos estilísticos tratados en estas páginas. Sin ánimo de extender las valoraciones de los resultados —al no tratarse del objetivo principal de esta investigación—, se mencionarán solo algunos de los datos que se han revelado altamente significativos y que ayudan a fundamentar de una forma más sólida las ideas que ya han sido expresadas.

En primer lugar, debe explicitarse que de las 17 categorías, esta investigación solo se ha centrado en aquellos resultados que han presentado correlaciones en positivo superiores a .35 —cuanto mayor es el valor del estadístico, mayor es el efecto en la variable correlacionada—, no así en aquellos resultados que ha presentado una correlación negativa —cuanto menor es el valor del estadístico, mayor es el efecto en su relacionada—. En términos generales, se advierte que las 17 variables han presentado un elevado número de correlaciones positivas con otras preguntas del cuestionario —en total 58 correlaciones significativas—. De este total, se destacarán las más relevantes.

Así, se ha evidenciado que aquellas producciones que emplean una mayor profundidad de campo, presentan una correlación alta —.475—, con las producciones originales, es decir, aquellas que no han sido grabadas desde los teatros. Asimismo, las que practican la profundidad de campo se corresponden con aquellas que también emplean un sonido doblado en la postproducción—.482—. Finalmente, sobre las escenografías en

profundidad de campo, se revelan como aquellas producciones que emplean un mayor uso de técnicas audiovisuales para favorecer una estética narrativa—.435— y actuaciones cinematográficas—.709—.

En relación al ritmo de montaje, debe mencionarse que aquellas obras que se rigen por un criterio narrativo para realizar los cortes visuales o cambios de plano —como se ha visto, criterio según las entradas del libreto—, se corresponden con las versiones que presentan un diseño de carátula más televisual—.500—. Del mismo modo, las obras que utilizan este criterio narrativo presentan una correlación muy elevada con aquellas cuya percepción se considera más dinámica—.476—, una movilidad conseguida por la cantidad de planos totales que se utilizan para contar la escena.

En relación a las angulaciones empleadas, se manifiestan significativas relaciones entre el empleo de una angulación frontal y aquellas obras en las que predomina el uso de planos generales—.406—. Al mismo tiempo, esta angulación frontal también depende fuertemente de aquellas obras en las que predominan los planos fijos—.441—. Sobre el uso de planos picados y contrapicados, se ha descubierto una elevada relación entre las obras que emplean esta angulación con un claro sentido narrativo, y aquellas películas que son percibidas de una forma más dinámica debido al predominio de los planos en movimiento—.476—.

A su vez, aquellas obras que emplean mayor cantidad de primeros planos, se corresponden con las que desarrollan una dirección de escena moderna y no tradicional—.396—. Del mismo modo esta ambientación moderna, se corresponde con aquellas obras que presentan actuaciones más cinematográficas—.380—. Por el contrario, aquellas producciones basadas en una escenografía tradicional, presentan una elevada correlación con los vídeos en los que predomina el uso de planos generales—.397—.

Finalmente, se destacan algunos datos obtenidos sobre el movimiento. Se advierte una elevada correlación entre el empleo de *travellings* o *grúas*, con aquellas actuaciones más cinematográficas—.680—. El empleo de estos movimientos de desplazamiento del eje de la cámara, se corresponden—.441— con las películas que duran un tiempo similar a la partitura original —alrededor de los 160 minutos—, y que, por lo tanto, no dilatan la extensión temporal de la obra. Del mismo modo, aquellas obras cuya percepción es más dinámica gracias al movimiento de las cámaras, se asocian claramente a las producciones cuya planificación manifiesta usos e intenciones narrativos—.476—. Esta percepción más dinámica, igualmente se corresponde con un mayor empleo de primeros planos de personaje—.431—. El análisis en profundidad de todas las correlaciones obtenidas, daría

lugar a una investigación aparte que podría inspirar avances relacionados con el objetivo principal de esta investigación.

Por todo lo expresado en estas páginas de análisis, puede concluirse que, en términos generales, la tendencia mediática que predomina en los productos operísticos heredados del siglo XX, se corresponde con una lógica televisual, como bien se ha descrito en el cuerpo teórico. Sin embargo, esta lógica parece atender más a un criterio de grabación técnico, poco sistematizado y, en términos artísticos, poco consciente del tipo de representación obtenida según los criterios de producción empleados. Por lo que ha podido comprobar esta investigación, la mediación audiovisual de la ópera no potencia las características narrativas del género musical —más propias de una lógica cinemática y que son naturales en la ópera—, pero tampoco emplea técnicas que favorezcan e impulsen por completo las características televisuales del evento mediatizado, como las que se han descrito en el capítulo 1 de este trabajo y que son consideradas estéticas que consiguen en los públicos apreciaciones afectivas con el contenido cultural. En ocasiones, ni siquiera se distinguen las perspectivas diegéticas y no diegéticas que pueden establecerse en la relación con el espectador, de modo que no se facilita un entendimiento mediático audiovisual del arte en formato doméstico. Así, en la oferta operística del siglo XXI, se advierte la tendencia de aplicación de un sistema de producción televisual, pero sin intención mediática, de tal forma que los productos resultantes plantean ciertas ambigüedades conceptuales. A excepción de algunos casos como la versión de 1990 de Peter Sellars, la ya citada versión del teatro de Colonia —que, como se ha visto, resulta un buen ejemplo de planificación con plenas características narrativas en un producto grabado desde el teatro—, o la versión de Glydenbourne Festival del año 2010 —en la que, mediante una escenografía móvil, se suple cualquier dificultad o falta de equipo técnico para desarrollar planteamientos más cinematográficos— se acusa en casi todos los productos, no tanto el convencionalismo y la transparencia *mediadora* a la que han recurrido los estudios teóricos, sino una cierta falta de definición artística en términos puramente mediáticos. Se evidencia que la ópera, a día de hoy, parece desconocer los efectos que el empleo de determinadas modalidades del lenguaje audiovisual provoca en los espectadores. A través de cada uno de los medios, se transforman unos contenidos que, según el grado de apreciación, son y serán principalmente, productos mediáticos, audiovisuales, operísticos y culturales, por orden de relevancia.

4.5.3. *Don Giovanni* en el cine: la ópera filmada.

No puede finalizarse este análisis de contenidos sin realizar una breve exposición comparativa de dos obras que exigen una valoración aparte. Como se ha expresado al inicio de este capítulo, la versión de *Don Giovanni* que filmó en el año 1979 Joseph Losey, ha sido considerada una de las óperas filmadas de referencia histórica. Hasta el año 2010, en pleno siglo XXI, no volvería al cine la obra mozartiana —como proyecto de envergadura y en un estilo estrictamente cinematográfico—, esta vez de la mano de Kasper Holten, director de escena reconocido por sus trabajos en The Royal Opera House. Como también se ha explicitado con anterioridad, no es el objetivo de este análisis de contenidos realizar una comparación estética y en profundidad de las citadas obras cinematográficas, aunque merecerían un estudio completo sobre el grado de intervención mediática sobre la ópera que precisa la mirada de estos autores. Habida cuenta de la transformación artística que el cambio de concepción cinematográfica imprime sobre el texto original, se expondrá a continuación la síntesis de las principales valoraciones obtenidas tras la aplicación de los criterios de análisis utilizados en la muestra sobre la ópera en vídeo y en televisión. Sobre todo en relación a los aspectos técnicos utilizados, muchos de los ítems del anterior cuestionario no son aplicables a las obras cinematográficas aquí expuestas. La síntesis se centrará, así, en aquellos aspectos significativos sobre la mediatización de la obra que despejen algunas incógnitas expresadas en el capítulo 2 de esta investigación.

Asimismo, los criterios para acotar la muestra del análisis serán los mismos en este apartado de la ópera filmada: las valoraciones corresponden a la comparación de la obertura, y, sobre todo, de la sección *finale* del primer acto de la obra.

- Ópera filmada versus adaptación cinematográfica

Según la información expresada anteriormente en el cuerpo teórico, tanto la versión de Losey del año 1979 como la de Holten de 2010 entrarían dentro de la categoría descrita como *ópera filmada* —la historia de una ópera adaptada al medio cinematográfico, desarrollada a partir de un planteamiento completamente diegético—. Sin embargo, tras el análisis puede comprobarse que la histórica versión de Losey es la única que, en un término estricto, puede considerarse una ópera filmada en el medio cinematográfico. Kasper Holten, por el contrario, reinterpreta el texto original, incorporando en él modificaciones significativas en atención al libreto, a la forma de declamar un texto traducido, así como a la música. Por todos estos componentes que se detallarán en las siguientes páginas se

establece que, tal y como se indica en los títulos de crédito de la obra, *Juan* es una relectura a partir de la adaptación y de la contemporaneización de la ópera *Don Giovanni*. En concreto, aquello que confirma que *Juan* no es una ópera filmada al uso, son los *metatextos* entendidos como aquellas subtramas añadidas por la interpretación del autor que, aunque aparecen en toda remediación artística³⁹⁰ —no solo en el cine con Losey, sino también en todas y cada una de las óperas en vídeo analizadas en el anterior apartado—, en la versión de Holten cobran tal relieve que acaban transformando complejamente al trama principal y la construcción de los personajes protagonistas. De hecho, en la obertura de esta obra se produce una *metadiégesis* en la que queda enmarcada toda la estructura narrativa de la película: un reconocido artista del siglo XXI acaba mimetizándose con el personaje de *Don Giovanni* hasta que le lleva a la autodestrucción.

La película de Losey, sin embargo, se plantea en un estricto estilo clásico, no solo en atención a la lectura que se realiza del texto original, sino a través de elementos esenciales en el discurso de ambas artes, como son el empleo de la escenografía, la concepción del lenguaje cinematográfico y la perspectiva ofrecida por la música. Como Nicolas Seydoux afirma en el documental que la casa *Gaumont* realizó en 2006 sobre la producción de la obra, el objetivo inicial de este producto no era realizar la filmación de una ópera, o una película sobre una ópera al estilo de otras producciones como la mozartiana *Die Zauberflöte* que años antes había realizado Irgmar Bergman, sino realizar una auténtica ópera filmada, en la que se respetase jerárquicamente la estructura de la música original. Puede confirmarse, entonces, una distinción apriorística entre la ópera filmada al uso que plantea Joseph Losey, y la adaptación cinematográfica de la obra de Mozart que presenta Kasper Holten. Esta distinción sirve para enmarcar todos los conceptos estilísticos que se expondrán a continuación. Ayudará a lector a contextualizar el análisis para comprender mejor las conclusiones a las que ha llegado este trabajo.

- Empleo de extras complementarios que amplían el universo de la obra

Resulta significativo realizar un breve apunte al material extra incorporado en ambos DVD mediante los que se han analizado las obras cinematográficas. En la película de Kasper

³⁹⁰ Como todo proceso creativo, la interpretación cinematográfica de una historia y unos roles operísticos, exige aportar una visión, un entendimiento personal que ayude a construir los personajes y las tramas. En el documental que estrenó la propia productora sobre el proceso de elaboración de la película de Losey en 2006, varios de los intérpretes que intervinieron en el reparto como Edda Moser, testifican ante la cámara que la mayor parte de los problemas de dirección de actores que hubo en la película, partían de una diferente interpretación que le daban los cantantes —normalmente mucho más familiarizados con la obra original—, que el cineasta —en este caso el renombrado Joseph Losey.

Holten se incluyen dos interesantes y detalladas entrevistas al director y a Christopher Maltman como personaje principal. Gracias a sus declaraciones puede comprenderse con mayor perspectiva la psicológica adaptación moderna que se realiza de la obra mozartiana, en la que un hombre lucha contra sus propios fantasmas. Al escuchar las declaraciones de los protagonistas, el espectador entiende de una forma más compleja y enriquecida la obra, aunque bien es cierto que el formato de entrevista prolongada no favorece, en sí mismo, la apreciación audiovisual del contenido extra. Al hilo de esta idea debe destacarse el magnífico material complementario que ofrece el DVD máster sobre el *Don Giovanni* de Losey. En él se incluyen varias entrevistas a los personajes principales, un detallado *making of* e información sobre la obra mozartiana y su contexto. Pero, sobre todo, se destaca el citado documental de más de una hora de duración en el que, gracias a una mirada desde el presente, se reconstruye todo el trabajo de producción que se llevó a cabo en torno a la ópera filmada. La propia estructura narrativa de los contenidos se muestra muy atractiva desde el punto de vista audiovisual: se alterna un narrador off, con las declaraciones de los protagonistas, así como con imágenes de la propia película y de su preparación previa. La pieza constituye, a juicio de esta investigación, un elemento informativo clave en el que se magnifica la figura del director, Joseph Losey, y se evidencia la complejidad de producción que comporta un proyecto en el que coinciden muchas miradas virtuosas y genios creativos procedentes de distintas disciplinas. Asimismo, el hecho de que el documental ahonde en los detalles conceptuales de una producción que fue histórica y al mismo tiempo atemporal al convertirse en una pieza máster del subgénero cinematográfico, confiere a las declaraciones de todos los participantes cierta significación de *testimonio en vida* de aquél genio creativo puesto en contacto con una música magistral que fue capaz de reinterpretar no sin cierto miedo y profundo respeto. La información ofrecida en este documental condiciona de un modo muy notable la apreciación de la película. El espectador entiende no solo la dificultad de abordar una obra musical de reconocido prestigio, desde un lenguaje que se compone a partir de distintas normas, sino la relevancia artística necesaria para lograr resultados estéticamente cinematográficos sin desvirtuar la belleza de la música. Mediante una visión muy positiva y educativa, se transforma, predispone y enriquece la apreciación mediática que pueden hacer de la obra los espectadores domésticos. Se trataría, así, de un ejemplo de material *extra* que podría servir de referencia a cualquier tipo de ópera en formato audiovisual, habida cuenta de los recursos económicos necesarios y complementarios a la producción que han de disponerse para desarrollar estos contenidos.

- Imagen y sonido: verosimilitud escénica versus relevancia musical

Resulta interesante comentar algunos de los efectos que tiene en la percepción audiovisual la imagen y el sonido empleados en ambas versiones. En relación al sonido, la versión de Losey optó por el completo doblaje de la banda musical —en el que se grabó previamente y por separado el acompañamiento orquestal, junto con las voces de los protagonistas dirigidas bajo la batuta de Lorin Maazel—. Los cantantes se doblaron a sí mismos en una concepción de sonido que, desde la propia productora *Gaumont*, priorizaba el texto musical por encima de cualquier concepción cinematográfica, en términos de verosimilitud. Se opta en esta versión por una música perfecta y magnificada que, aunque está masterizada incluyendo un diseño de sonido realista y diegético, se ordena en un primer plano en la mezcla final, que no respeta las profundidades de campo derivadas de la escenografía y que, sobre todo en determinadas ocasiones como las arias y los dúos —planteados en planos cerrados de personaje— evidencia claramente la falta de corporalidad de las acciones humanas. Como los propios cantantes manifiestan en el documental 27 años después de la producción, las directrices que recibían sobre la actuación facial buscaban un naturalismo muy difícil de ser correspondido con la corporalidad que emitía la voz cantada. La versión de Holten opta por un planteamiento plenamente diegético, en el que los personajes cantaban todas las partes del libreto mientras actuaban para la cámara, de modo que el resultado obtenido es mucho más verosímil y ayuda a dar relevancia a la narración escénica, por encima de la narración y de la estructura de la propia música.

Sobre la concepción técnica de la imagen, ambas películas optan por el proceso de producción clásico en el que se emplea un equipo de grabación y se construye la realidad de la narración a partir del plano-contraplano. Como se ha tratado en el estado de la cuestión, este planteamiento favorece el encuentro cara a cara del espectador con la obra y posibilita la inmersión narrativa.

- Obertura simbólica frente a la complejidad de capas diegéticas

El planteamiento narrativo de ambas oberturas ya marca un punto de partida artístico muy divergente. Losey utiliza la obertura para llevar a cabo una majestuosa presentación de los personajes principales —a partir de un inicial plano secuencia—, de la localización así como del periodo histórico en el que va a reconstruir la ambientación tradicionalista. Pero además, mezcla imágenes y, sobre todo, sonidos del mar —antes del comienzo de la obertura sobre los créditos, y antes de mostrar la llegada del barco al palacio— que indican

no solo el entorno veneciano en el que se va a desarrollar la acción dramática, sino, principalmente, emula el tono narrativo, la majestuosidad e inmensidad del destino que le espera a *Don Giovanni*, un destino natural causado por sus propias acciones libertinas.

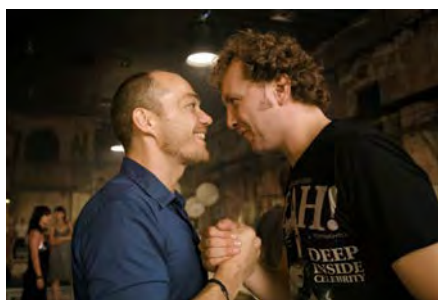
La obertura de Holten se muestra, desde el punto de vista narrativo, más compleja y menos simbólica. El personaje principal presencia en un teatro una versión operística de *Don Giovanni*, en la que se interpreta la obertura de la obra. El punto de partida musical es diegético, pero a medida que transcurren las imágenes, el espectador sigue escuchando el pasaje de la obertura aunque se da a entender que transcurre el tiempo en la historia, a modo de elipsis temporal, ya que se puede apreciar cómo *Juan* disfruta y se identifica con los distintos actos de una obra teatral que, sin saberlo, está vaticinando su propio destino —en un momento, el personaje cierra los ojos y se imagina que se encuentra solo con su amante en el teatro, un recurso metadieético que va a emplearse a lo largo de toda la obra para indicar al espectador cuándo se cruza la línea objetiva y subjetiva de la perspectiva en relación al personaje—. Mientras se reproduce en el teatro la ejecución de la pieza musical, se construye el punto de partida del conflicto inicial de la película, en el que queda implícita la presentación de los personajes de *Juan* y de *Doña Ana* a partir de un juego de cruce de miradas. La parte final del pasaje orquestal transcurre fuera del teatro, mediante una secuencia en la que puede apreciarse claramente la infidelidad del protagonista que le llevará a la muerte. El planteamiento que ofrece Holten en la obertura juega con tres perspectivas diegéticas: la ofrecida por la música interpretada en el teatro, que pasa a ser extradiegética en el momento en que la música no se corresponde con la narración; la diegética que marca el pulso de las acciones del protagonista en la historia y en la que se construye su realidad objetiva; la perspectiva metadieética emulada a través del mundo interior y subjetivo del personaje en los momentos en los que pierde parcialmente el control sobre su realidad. Un planteamiento complejo que, sin embargo, ayuda a entender toda la película y otorga libertad expresiva e interpretativa al director, al no tener por qué mostrarse verosímil con los hechos narrados por la música, o atado a una estructura textual excesivamente lenta o rígida en determinados pasajes.

- Lenguaje videográfico versus planificación clásica de cine

En relación al empleo del lenguaje audiovisual, ambas escenas finales plantean construcciones cinematográficas muy divergentes. *Juan*, de Kasper Holten, basa la composición en planos cerrados —utiliza, sobre todo, planos medios y de conjunto—, en la que cobran especial relevancia las miradas de reacción de personajes, los primeros planos

y los movimientos de cámara inmersivos, hacia los gestos faciales de los personajes. Esta planificación facilita el constante traspaso metadieético al mundo interior del personaje, que distorsiona su propia realidad y, para el espectador, modifica la perspectiva desde la que se cuenta la historia. El tipo de lenguaje audiovisual es reforzado en todo momento por el empleo de la cámara en mano: el plano tiene un constante y ligero movimiento irregular que potencia el realismo de la historia. Al mismo tiempo, el hecho de grabar en un sistema digital cotidianiza la imagen en sintonía con una escenografía que, por moderna, se asemeja a los contenidos grabados en vídeo y que el espectador consume en los medios digitales de forma rutinaria. Por otro lado, el ritmo de planificación parece responder a un criterio fundamentalmente escénico, en el que se potencian las subtramas añadidas a la historia musical que consiguen dar relieve psicológico a los personajes. Para ello, el autor utiliza 200 planos en el montaje, cantidad que, unida al tamaño coherente de los planos y a al movimiento —tanto del cabezal como del propio eje— de la cámara, favorece la percepción dinámica de la escena.

Figura 2: *frames* de la planificación empleada en el final del primer acto de *Juan y Don Giovanni*



1. *Juan*, de Kasper Holten (2010)



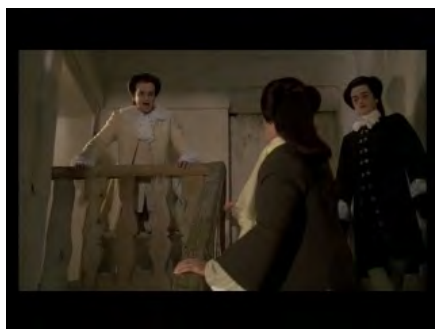
2. *Don Giovanni*, de Joseph Losey (1979)

Como puede comprobarse en la figura 2, la planificación audiovisual empleada en *Don Giovanni* recurre al lenguaje clásico propio del cine de ambientación histórica, en el que cobra especial relevancia el contexto en el que se produce la narración. Losey opta por contar la escena a partir de grandes planos generales que sirven de referencia espacial y que, en el lenguaje audiovisual clásico, generalmente han sido asociados a músicas en las que existe una gran densidad armónica, una pluralidad de texturas, o un movimiento acelerado, como corresponde al momento *finale* del primer acto (Nieto, 2010). A partir de la planificación abierta y grandilocuente, en sintonía con la ambientación escénica y la localización escogidas —los palacios italianos—, el autor provoca acercamientos a los focos dramáticos mediante planos de conjunto de personaje. En términos generales,

emplea una planificación estática, construida no solo a partir de planos fijos mezclados con lentos *travellings* y paneos de seguimiento apenas perceptibles —a excepción del movimiento acelerado hacia los rostros de *Zerlina* y *Don Giovanni* al comienzo de la escena cuando se besan—, sino que expresa un estatismo deliberado mediante la construcción de la escenografía. Únicamente se mueve la cámara para realizar un seguimiento pormenorizado y coreografiado de las acciones escénicas propuestas por el conjunto de figurantes y personajes. Asimismo, aunque no se aprecia en concreto en esta escena final, Losey recurre a los constantes *travellings* de acompañamiento de personaje, sobre todo en las arias y pasajes en los que se produce una reflexión interna, una medida que aporta dinamismo y volatilidad no solo a la imagen, sino también a la propia música. En cuanto al ritmo de montaje, Losey se rinde a un criterio eminentemente musical, en el que los cambios dramáticos son marcados por la música y avanzados por la imagen. En este sentido, llama la atención cómo el autor introduce el cambio de la escena en la imagen antes, a modo de preparación, y segundos después se da paso a la modulación musical. Este detalle aporta cierto sentido de coreografía que conecta directamente con la experiencia operística en los teatros. Losey emplea 55 planos para construir la narración musical, un ritmo muy distinto al planteado por Holten, pero que se corresponde con el tipo de ambientación histórica del género cinematográfico.

Finalmente, sobre el empleo de la angulación de los planos, debe mencionarse que, como es propio del medio cinematográfico, en ambas películas se aprecia una intencionalidad narrativa en aquellos planos no frontales, como los picados y contrapicados. Asimismo, la recreación de la ficción narrativa posibilita que el empleo de este tipo de planos se muestre más atrevido que en las versiones videográficas, analizadas en la prueba estadística. En la versión de Holten, muchos de ellos además responden a un criterio estilístico basado en la movilidad de la imagen hacia el mundo interior del personaje y, por lo tanto, adquieren un sentido estético. La película de Losey presenta un planteamiento en el que prima la perspectiva narrativa y en el que la angulación es justificada según el foco dramático en el que se centre la acción, como el momento en el que *Zerlina* es rescatada por el pueblo de las manos de *Don Giovanni*: toda la acción sucede en dos pisos de la parte interior del palacio, separados por una pequeña escalera, donde un plano picado sobre los invitados marca, además de la perspectiva de la cámara, la situación dominante del protagonista antes de huir.

Figura 3: plano contrapicado de *Don Giovanni* después de ser descubierto por los invitados



Don Giovanni de Losey. *Finale* acto 1

Del mismo modo Losey resuelve la escena final, mostrando una clara intención narrativa en la angulación, al colocar al protagonista en un contrapicado abierto, frente al pueblo, colocado como una figuración colectiva, en picado a lo largo de las escaleras del palacio. Puede comprobarse en estos ejemplos, que una angulación asociada a la perspectiva narrativa favorece la ruptura frontal de la visión y construye una dimensión en 360° mediante la que el espectador conecta de manera inmediata con la historia.

- Universo psicológico frente a la teatralización en exteriores

En relación a la construcción del universo narrativo, ambas películas presentan dos intenciones diferentes. Puede advertirse en ellas cierta pretensión, de forma más o menos consciente, de emular la prolongación del universo diegético en el que viven los personajes y se desarrollan las tramas. A partir del diseño audiovisual que presenta *Juan*, el universo narrativo no acaba en las acciones externas de los personajes principales, sino que se prolonga en la relación que el protagonista establece psicológicamente entre el contexto exterior y su mundo interior. Por otro lado, la planificación empleada por Losey sobre unas localizaciones grandilocuentes y espacialmente inmensas, exterioriza el universo al que alude la trama principal de la película: un hombre que se enfrenta a un destino sobrenatural que, por mucho que pretenda obviar, se manifiesta más grande que su propia vida. Ambos planteamientos —el de Losey, externo grandilocuente y visible, así como el de Holten, más lírico interno y psicológico— consiguen prolongar el universo narrativo emulado a través del cine y, lo que es más importante, provocar una actitud activa en el espectador.

Sobre la escenografía, conviene citar a vuelapluma la facilidad y la majestuosidad con la que ambas versiones juegan con la profundidad de campo. Más evidente, si cabe, en la versión de Losey, la composición de los cuadros narrativos intenta establecer una jerarquía de

acciones en la escena, ordenada de acuerdo a un punto de fuga del cuadro, en la mayoría de los casos muy lejano. En ambas películas se consigue gracias al empleo de localizaciones panorámicas —la nave industrial que recrea el taller del artista en *Juan*, así como los edificios de *Palladio* de Venecia y de Veneto en la versión de Losey, en los que se encuentran incluidos la *Villa Rotonda* y el *Teatro Olimpico*—. También aporta este efecto de prolongación espacial, los desplazamientos de la cámara orientados a conseguir la mayor tridimensionalidad posible en el espacio escénico recreado.

Sobre las actuaciones, el hecho de que en la película *Don Giovanni* el sonido se haya doblado, influye de forma decisiva en el empleo de una planificación más abierta para no evidenciar una falta de verosimilitud expresada, no tanto en la sincronización de los labios al cantar, sino en la corporalidad que exigen las inflexiones vocales de los pasajes musicales, no correspondidas con los gestos desenfadados de las tomas visuales. Dicha corporalidad resulta un elemento clave para transmitir el realismo diegético de una película, a partir del que se posibilita la inmersión narrativa e hipermediada en la obra. Según el criterio de esta investigación, dicha verosimilitud se manifiesta todo un logro en la versión de *Juan*, cuyas voces se corresponden con la fuente que las genera en la escena, pero, lo que es más importante, las expresiones faciales consiguen una naturalidad difícil de alcanzar en el teatro cantado. La dirección de actores se manifiesta especialmente cinematográfica en la que es una adaptación operística, consiguiendo demostrar que es difícil, pero no imposible generar una escenificación realista en estos productos audiovisuales —en determinados momentos, incluso, al espectador se le olvida que los personajes están cantando, en lugar de escenificar un guion—.

Finalmente, en relación al empleo de las convenciones estilísticas de la ópera para construir el universo narrativo de la representación, deben expresarse dos ideas significativas. En primer lugar, una de las diferencias ontológicas que plantean ambas versiones tiene que ver con la alusión al espectáculo operístico en sí mismo. Así, en el planteamiento escénico contemporáneo y actualizado que presenta *Juan*, la alusión al mundo de la ópera se realiza de una forma literal y evidente al introducirla en la trama de un modo explícito y al incorporar cameos de divos famosos en el mundo real —el reconocido Plácido Domingo, por ejemplo—. Sin embargo, en la versión de Losey, a partir de elementos como una escenografía estática y teatral, unos movimientos escénicos coreografiados con la música y el empleo de un *atrezzo* y un maquillaje mucho más cercanos al de la ópera que al del propio cine, se recrea una alusión indirecta al mundo de la ópera como referencia en la que enmarcar la apreciación de la película. De hecho, una de las interpretaciones que podría

hacerse de la película es, precisamente, el intento deliberado de reconstruir una ópera al más puro estilo teatral e incorporando todas sus convenciones estilísticas, pero sustituyendo en la construcción visual, aquellos elementos que el medio cinematográfico es capaz de implementar de un modo genuino, y considerados potencialmente valiosos en cualquier recreación artística, a saber, el uso de exteriores y localizaciones reales —no simuladas en un set—, y la libertad que provoca este fenómeno en el ejercicio creativo de la cámara. Como se ha visto en el capítulo 1 de esta investigación —sobre la naturaleza audiovisual de la ópera— las restantes notas esenciales compartidas con el cine, en la versión de Losey, son aportadas de un modo riguroso por el lenguaje operístico.

Por último, en atención al respeto por la obra original, la segunda idea estilística incide en la posibilidad de adaptar el texto de la ópera tanto al idioma como a la jerga propia del entorno sociodemográfico al que va dirigida la película. Opuesta al purismo riguroso que plantea, en términos de fidelidad, la obra de Losey, Kasper Holten opta por adaptar el libreto original al idioma inglés, e introducir en él, más que variaciones sobre la trama narrativa, lo que pueden reconocerse como *actualizaciones* gramaticales del texto —se incorporan alusiones a elementos del siglo XXI como las drogas o los móviles. También se emplean expresiones e insultos propios de un registro idiomático contemporáneo—. Asimismo, el autor decide traducir a diálogos algunos de los *recitativos* cantados en la ópera. Tras el análisis llevado a cabo por esta investigación, cabría preguntarse cuál es la aportación de este tipo de decisiones al resultado de la obra audiovisual, sin olvidar los efectos negativos que produce en los públicos más operófilos la manipulación del material original. Según el criterio de esta investigación, la historia, en términos cinemáticos, no se habría entendido menos por respetar la fuente de inspiración narrativa, el *Don Giovanni* original en todo su esplendor, un texto que, como se ha comprobado a lo largo de los siglos, es tan universal como atemporal, tan actual como humano. La obra no se muestra más verosímil por ser cantada en el idioma materno de la audiencia, ya que, por encima de cualquier otra apreciación, esta obra es universal, y además está siendo *cantada*, y por lo tanto, trasladada al mundo mágico de las pasiones humanas. No conviene olvidarse, así, que la ópera tiene una dimensión eminentemente ligada al espectáculo y es un género que pertenece a la vertiente representativa a pesar de su inverosimilitud (Zoppelli, 1994, p. 15). Los objetos representados —cantantes y al mismo tiempo actores— no hablan, sino que se expresan mediante un canto que es, además, artificioso y del todo despegado de su morfología (Ishaghpour, 1995, pp. 24-28).

5. Conclusiones finales

Como todo arte, la ópera siempre ha necesitado públicos. Durante sus más de 400 años de existencia, este género musical, de carácter multidisciplinar, generalista y atemporal, ha servido a la sociedad ofreciendo de diversos modos —presencial y no presencial— un contenido cultural elevado y delicado, sin olvidar la complejidad de su razón de ser. La apreciación de la ópera como arte de artes, facilita en los públicos sensibilidades estéticas, emotivas y narrativas aplicables a la música, la danza, el teatro, el cine o las artes visuales por separado, ya que en ella quedan todas integradas. Se trata así de un bien cultural cuyo beneficio social trasciende a los periodos históricos, las tendencias estilísticas o las corrientes institucionales de cada momento. Como discurso artístico universal, se ha mostrado de gran interés no solo para el sector de la cultura, sino para todos aquellos ámbitos sociales inmersos en el flujo de la demanda y de la oferta de contenidos, en especial, el sector educativo y el de la comunicación.

Se ha podido expresar en este trabajo que, gracias a una naturaleza audiovisual compartida, las relaciones entre el arte y los medios de comunicación presentan ya un largo recorrido, estudiado históricamente desde disciplinas estéticas, musicológicas y sociológicas. Hoy parece claro que la intervención de cada uno de los medios audiovisuales en la ópera, introduce modificaciones en las que se producen complejos procesos de reinterpretación narrativa. Se ha descrito, asimismo, que la mirada subjetiva de cada uno de los medios reconfigura las relaciones espaciales y temporales que se establecen entre la obra y el espectáculo. De modo que ya no resulta sostenible aplicar el criterio mediático en general, sin atender con rigor a las propiedades, los significados y los efectos sociológicos que cada uno de los medios han imprimido en el arte musical.

En el siglo XXI esta necesidad se agudiza todavía más debido a procesos ya descritos como la globalización, la digitalización o la comercialización. En las últimas décadas, la convergencia mediática ha posibilitado que la ópera en las pantallas constituya el epicentro del consumo artístico actual. Este fenómeno sucede justo en un momento histórico en el que el arte manifiesta la necesidad de alcanzar nuevas y más jóvenes audiencias. En este sentido, una de las conclusiones que se desprenden de la revisión teórica es que se confirma que estos públicos, ahora son eminentemente mediáticos y, por ende, con la posibilidad potencial de constituirse virtualmente y en un ámbito internacional. Estos hoy encuentran el arte en formato audiovisual, desde cualquier parte del mundo, antes que en el propio escenario de una realidad concreta. La transformación sociológica que este

fenómeno comporta, exige más que nunca el análisis de la ópera desde nuevas perspectivas más cercanas a la Teoría de la Comunicación y de los Medios, ya que, como bien apunta Richard Will (2011), en el terreno de la educación cultural, es necesario reflexionar sobre lo que se ve y se escucha a través de las pantallas.

Uno de los objetivos de esta investigación era, precisamente, aportar una revisión teórica que incluyese todas las realidades operísticas en cada uno de los medios de comunicación convencionales y actuales. Una mirada panorámica —no existente hasta la fecha— que incluyese los nuevos medios y asumiese la perspectiva del público, permitiría analizar, distinguir, comparar, pero sobre todo, entender mejor las distintas expresiones artísticas derivadas de las propiedades de cada discurso audiovisual específico. Es precisamente este conocimiento el que le ayudará a la ópera a repensar sus estrategias de comunicación, en función de las expectativas mediáticas de sus nichos de interés.

La amplia revisión teórica expresada en estas páginas, así como el análisis de contenido de 31 versiones audiovisuales de *Don Giovanni*, llevadas a cabo desde 1954 hasta la actualidad, le han permitido a esta investigación poder afirmar que, en el siglo XXI, la dificultad fundamental encontrada para conseguir resultados más mediáticos en los contenidos audiovisuales de la ópera, radica más en las distintas tradiciones y visiones mutuas que ambas industrias poseen —la audiovisual y la operística—, que en una disparidad esencial de sus actividades.

Al analizar la manera en que la ópera ha concretado en la historia sus relaciones con los medios audiovisuales, puede concluirse, en primer lugar, que aquello que más ha apreciado de estos es su capacidad de transportar el vivo, no sus valores mediáticos. No parece aprovechar a fondo el potencial modelador de cultura que tradicionalmente y, hoy más que nunca, posee el componente audiovisual. Y por lo tanto, de acuerdo a este criterio, la estética que ha tendido a consolidarse en la oferta audiovisual de la ópera, es aquella más cercana a una lógica mediática televisual.

A pesar de que, sin excepción, todos los estudios del siglo XX que conforman el cuerpo teórico de este trabajo, han reivindicado una mayor presencia de contenidos operísticos originalmente creados para las pantallas, en el siglo XXI, el aumento de posibilidades artísticas que provoca la digitalización, paradójicamente no ha hecho sino reducir la cantidad de obras audiovisuales no nacidas en el vivo. Puede decirse por lo tanto que, debido a condicionantes comerciales, económicos y sociológicos, actualmente productos como la televisión ópera han desaparecido, la ópera filmada propia del cine cuenta con una producción más bien escasa, y la ópera en vídeo se ha confinado exclusivamente a las

grabaciones desde los teatros. Por lo tanto, otra de las conclusiones principales a las que ha llegado esta investigación es que, en comparación con la realidad actual, la creatividad manifiesta, así como la auténtica diversificación de contenidos sobre ópera, era más notoria en el siglo pasado. En la actualidad, el vivo se consolida como espectáculo primario sin el cual la ópera no tendría el abanico comercial que, aunque de forma limitada, hoy nutre su negocio gracias a los medios de comunicación.

Con la *mundialización* del vivo como estrategia de comunicación que copa su oferta mediática audiovisual, la ópera intenta establecer relaciones con la sociedad que evoquen, pero nunca sustituyan, su motor artístico. Nacen así los productos que se han llamado secundarios y terciarios como soluciones multi-soporte para su arte, en las cuales todas las plataformas que pone a disposición del usuario disponen una versión del espectáculo en directo, original, mediatizado por las cámaras. Sin embargo, lo que todavía no ocurre en la industria de la ópera es que cada uno de sus soportes pueda ofrecerse como vehículo más apropiado para un ámbito y una necesidad de uso específico (Igarza, 2008, p. 258). En sintonía con las teorías crossmediáticas y multimediatías, el diseño de un modelo operístico audiovisual en los medios digitales, había de incluir los beneficios que la integración de otros soportes pueden proveer a la oferta artística. Ya no se trata solo de combinar estrategias híbridas mediante las cuales el espectador digital puede descargar ejemplos de óperas realizadas en los teatros, sino de fundir este diseño con contenidos diversificados, que ofrezcan una mayor plasticidad de formatos frente a la diversidad de requerimientos y usos prácticos.

En el siglo XXI en el que, como se ha visto, la lógica que mueve a las personas y a las organizaciones es cada vez más una lógica de los medios, un espectáculo de naturaleza audiovisual como es la ópera, no debería reducirse a las distintas manifestaciones mediáticas del espectáculo original, transformadas solo en la medida en que las características del propio medio influyen en la apreciación del arte. Si la ópera no desea generar como antaño productos narrativos, independientes y originalmente diseñados para las pantallas, habría de procurar optimizar su estrategia del vivo. No debe renunciar a ella si aprende a conocer muy bien las dinámicas derivadas de los procesos de mediatización, porque condicionan de un modo decisivo su expansión artística. En ellas debería insistir para ampliar sus públicos, puesto que hoy el consumidor potencial de ópera es un consumidor primeramente mediático, con unas expectativas creadas en torno al propio contenido audiovisual.

En relación a la lógica televisual que la ópera parece estar adquiriendo, por lo que ha podido comprobar esta investigación, existen pocos estudios teóricos que en un nivel más profundo de concreción, indiquen, además de la problemática general, cómo los vídeos de ópera pueden conseguir una lectura más mediático-audiovisual, sin distorsionar el sentido de la producción institucional original. El estudio que ha llevado a cabo esta investigación constituye, así, un primer acercamiento mediático que persigue despejar ciertas dudas de una pequeña parte del cuerpo teórico, aquella relacionada con la mediatización, en concreto, de su espectáculo en la pantalla doméstica.

Tras del análisis, lo que de momento se puede afirmar es que si el vídeo de ópera depende de las producciones de los teatros, habría de servirle al arte para atraer a nuevos públicos a su espectáculo primario. Aunque se ha demostrado que, en los vídeos de ópera, la distinción entre el vivo y el producto mediatizado es mucho más difícil de sostener en la práctica que en la teoría, las conclusiones aquí obtenidas desearían invitar a la reflexión de estudiosos, públicos y creadores del arte. Así, en el marco que ofrecen las lógicas mediáticas hacia las que están derivando los contenidos culturales globales, se advierte que como se ha expuesto, la ópera en vídeo está adquiriendo unas características que apuntan a ser televisuales, pero que, hoy por hoy, no quedan del todo definidas ni presentan una intención mediática que vuelva más atractivo el producto en términos audiovisuales. De modo que difícilmente está cumpliendo el objetivo de atraer a nuevas audiencias.

Si se atiende a las características generales que presenta esta lógica y que han sido expuestas en el estado de la cuestión de este trabajo, se evidencia cómo la ópera desaprovecha oportunidades para emular en los espectadores los efectos de presencia, inmediatez, transparencia o espacialidad del evento propios de lo televisual. Como se ha visto, todas estas características se consiguen gracias a una concepción audiovisual regida por unas dinámicas propias del espectáculo.

Sobre la inmediatez, por ejemplo, se percibe en los vídeos una falta de compromiso tanto con la audiencia a la que van dirigidos —en este caso operófilos con inquietudes coleccionistas—, como con aquellos públicos potenciales —consumidores audiovisuales—. La mediatización en estos productos no pone en práctica las posibilidades sensoriales, al margen de la narración, que permite recrear la lógica televisual del evento histórico que, para estos consumidores, constituye un título concreto de ópera en la pantalla doméstica. Asimismo, como se ha tratado, la inmediatez televisual es doblemente reforzada si se consigue gracias a la simultaneidad y a la instantaneidad, fenómenos que no pueden darse en la propia naturaleza del formato de vídeo ya que no dependen temporal y espacialmente

de la representación original, salvo que se tenga la costosa infraestructura necesaria para retransmitir en *simulcast* el espectáculo. Por lo tanto, más que nunca, si los vídeos de ópera en DVD, en televisión o internet, quieren manifestar plenas características televisuales, deberían reforzar, a partir de su construcción audiovisual, el sentimiento de presenciar dos realidades a la vez a partir de diversas tendencias mediáticas que sustituyan el directo. Podrían hacerlo mediante la potenciación, en primer lugar, de aquellos elementos que no son propiamente narrativos, pero que le confieren a la pieza un significado histórico irremplazable conectado directamente con la marca institucional que los produce: en este caso, los teatros.

Sobre la inmediatez, debe añadirse finalmente que estas consideraciones no solo afectan a los productos encapsulados, sino que también tienen consecuencias para las emisiones en directo ofrecidas en vídeo por muchos de los medios actuales. Como todos los productos ahora dependen del momento de grabación en el teatro original, se ha visto que muchos de los vídeos son fruto de previas producciones televisivas para canales de pago, como la versión de *Don Giovanni* parisina que en 2013 emitió en directo el canal Mezzo. Tras el análisis se ha comprobado que estas emisiones televisivas sincronizadas temporalmente con el producto primario, por miedo a condicionantes o a imprevistos técnicos, presentan una estética todavía más tradicional, en tanto que mediadora, prudente, transparente y estática, frente a grabaciones similares —también desde los teatros— que no se emiten en directo y pueden retocarse en la postproducción para su posterior comercialización en DVD. De acuerdo con este criterio, por ejemplo a nuestro juicio no existen significativas diferencias mediáticas entre la producción del año 80 del Gran teatro del Liceu, y la versión en directo ofrecida en París este 2013, fenómeno que invita a la reflexión. Por lo tanto, otra de las conclusiones es que se tiende a eliminar o reducir cualquier elemento improvisado, que favorezca la espontaneidad de una producción en concreto y engrandezca su apreciación como “evento histórico”, capaz de volver aspiracional la versión original en el teatro. Cabría preguntarse, así, si los directos han de repensarse en términos de lenguaje audiovisual, para incorporar en ellos estéticas no televisivas sino televisuales en las que se solicita una relación cada vez más directa con el espectáculo *institucional*, entendido como evento histórico.

Esta conexión directa es conseguida por otra de las características de la lógica del espectáculo: la presencia. Así, tanto los vídeos de ópera como las emisiones televisivas actuales, a excepción de casos anecdóticos, no incluyen ninguna de las técnicas audiovisuales que en otros sectores está manifestando la lógica televisual, capaces de emular

el evento mediatizado como un espectáculo total y continuo, que potencie la doble realidad de su apreciación —el aquí y ahora—. Apenas existen, en la muestra, vídeos en los que se incluyan interlocutores que den unidad y sentido a la narración del hecho real. Tampoco se usan los rótulos de contexto en los que se añade información paralela a la historia. No se recurre a las técnicas de realización multipantalla. No se producen cambios en la angulación más allá de los planos tradicionales, en los que se rompa conscientemente la frontalidad y se permita apreciar, como parte del espectáculo, la reacción de la audiencia presencial. Tampoco se utilizan posiciones de cámara que puedan captar, al mismo tiempo, la acción narrativa y parte de lo que sucede entre bambalinas. Tampoco se intercambian los roles, no de los personajes, sino de los elementos añadidos a la narración que aporta la superestructura televisiva en la que queda enmarcada la historia. Sin olvidar la limitación espacial que propone el propio escenario de los teatros donde tiene lugar la representación.

Por lo tanto, parece que la ópera audiovisual reducida al vivo, está poniendo en práctica en la pantalla doméstica, únicamente características relacionadas con la tradicional estética televisiva que en parte ha heredado la lógica televisiva. De estas se destaca, sobre todo, la construcción espacial del espectáculo, conseguida gracias a una concepción frontal y un lenguaje transparente subordinado al ritmo de la música. Pero estas características, aisladas de las anteriores categorías expresadas, vuelven el espectáculo más estático, y lo que es peor, al intentar imitar el vivo practicando la *no mediación* —estética que deja de tener sentido en la teoría de la mediatización actual—, no vuelve atractivo el espectáculo original, de modo que este deja de constituirse como un producto aspiracional.

En términos televisuales, la ópera debería entender la superestructura que ha de conseguir alrededor de la narración, a fin de dinamizar el tiempo percibido del espectador. Lo necesita más que ningún otro contenido cultural, ya que se trata de un arte sujeto a un texto original de larga duración —la música— que debe respetar si quiere mantenerse fiel a su esencia. En el siglo XXI la ópera ha de poder presentar mayor atractivo audiovisual que aquél que puede derivarse de la música y una puesta en escena concreta. De lo contrario, por mucho que la ópera diversifique sus ventanas de explotación y se oferte en todos y cada uno de los medios digitales, no será elegida como contenido artístico, y por lo tanto no será capaz de elevar los estándares culturales del público joven al que se dirige, público con una mejor formación no solo cultural, sino audiovisual, más exigente tanto con la cultura como con los medios de comunicación. No cabe duda de que la aparición de esos nuevos públicos, con mayor capacidad de leer los lenguajes audiovisuales y de interpretarlos, poco a poco obligará a la ópera a adquirir, de una forma más consciente, una

verdadera lógica televisual multi-mediática, en lugar de conformarse con una estética televisiva.

Quienes entienden esta estructura televisual, también entienden que en la nueva realidad que han creado los medios digitales, un mayor conocimiento de las propiedades y las características de estas lógicas, permite responder mejor a los usos que los públicos hacen de los medios, ya que posibilita, en definitiva, poder ordenar los discursos según los deseos y las expectativas del consumidor. Por lo tanto, asumidas estas expectativas y dominadas las tendencias discursivas que, en cada medio, ayudan a satisfacerlas, podrían crearse productos audiovisuales que presentasen lógicas televisuales, y que al mismo tiempo, también mostrasen características propiamente cinematográficas. Es lo que parece estar impulsando el teatro The Metropolitan Opera de Nueva York, a través de su estrategia de la ópera en los cines. De una forma más o menos consciente, los contenidos que lanza a escala global la institución, comienzan a presentar unas propiedades que lo distinguen como fenómeno mediático único. De manera más bien prudente y discreta, el teatro parece haber ido incorporando estrategias más televisuales en el espectáculo, sin renunciar a presentar discursos cinematográficos en el momento en el que se da paso a la narración de la ficción operística. El teatro no solo ordena y aplica sus técnicas alrededor de estas dos estructuras, la televisual del espectáculo y la cinematográfica de la historia. Lo que consigue que se perciba de un modo más audiovisual es, sobre todo, la conciencia mediática que hace que no se mezclen las técnicas propias de ambas lógicas, en el momento en el que prevalece una de ellas para los espectadores. Estos dos actos —la ordenación interna de las estructuras que ofrecen las lógicas, y la no mezcla de sus técnicas—, aunque pequeños, resultan muy reveladores a la hora de ayudar a la ópera a mostrarse más audiovisual.

Este precisamente era el objetivo del análisis de contenido realizado sobre las versiones de *Don Giovanni*. Al identificar cómo organiza el discurso audiovisual el vídeo de ópera y al ponerlo en comparación con aquellos modelos comunicativos eficaces que, como se ha visto, hoy ofrecen las lógicas televisiva y cinematográfica, no solo puede advertirse qué técnicas deberían incorporar estos productos para mostrarse más audiovisuales, sino, lo que es más importante, se puede ayudar a la ópera a optimizar sus resultados a partir de los elementos con los que ya trabaja.

Así, profundizando en el análisis de aquellas características televisuales que sí que parecen incorporar los vídeos de ópera actuales —la transparencia, la frontalidad y la construcción espacial— deben exponerse, a continuación, la serie de reflexiones obtenidas tanto del análisis de contenidos, como de la prueba estadística empleada:

En relación al formato, se aprecia una tendencia estética cambiante hacia lo cinematográfico. Sin embargo, este cambio no solo debería responder a criterios estéticos. Tanto los márgenes de navegación, como la carátula de los DVD, deberían presentar una estética coherente con el tipo de lógica mediática a través de la que se ha concebido finalmente el producto audiovisual. Carecería de sentido provocar estéticas más inmersivas y atractivas si el planteamiento narrativo de la obra no se corresponde con el estilo cinematográfico. Al mismo tiempo, los extras, herramientas con un elevado poder informativo y educativo, pero sobre todo —orientado a sus públicos— fidelizador para la ópera, hoy por hoy no constituyen una apuesta estratégica en la comercialización del vídeo. La ópera parece responder solo a la tendencia comercial que han adquirido estos productos en otros sectores como el cinematográfico o el televisivo, pero descuida la posibilidad de mostrar en estos materiales nacidos con la mediatización, su enriquecedora complejidad como arte de artes.

Sobre la mediatización del propio espectáculo, se comprueba cómo una angulación frontal favorece la estética transparente y responde a la actitud mediadora que, durante muchos años, ha impuesto el vivo. Si la ópera entiende las lógicas que mueven los espectáculos audiovisuales, como se ha visto, adquirida una postura televisiva, nada impide al arte mostrar las circunstancias en las que se produce el producto primario. De modo que podrán probarse ángulos y perspectivas que incluyan la respuesta de la audiencia presencial ya que, lo que importa en este caso no es la narración, sino el espectáculo en tanto que acontecimiento histórico, o producido en tiempo real.

Pero es en la construcción del universo narrativo y su consecuente empleo del lenguaje audiovisual, donde se han encontrado mayores oportunidades de mejora de los productos operísticos derivados del vivo.

Si quiere potenciar su atractivo mediático, la ópera debería definirse mejor a los ojos del espectador audiovisual, así que en primer lugar, habría de establecer apriorísticamente un orden de perspectivas —en el caso de que asumiese más de una—, desde las que narrar el espectáculo. Asumida previamente, bien una concepción televisiva, o bien una cinematográfica, el empleo del lenguaje audiovisual debería reforzar una visión espacial, en el caso de la primera, o bien una inmersión narrativa, en el caso de la segunda. Lo que debilita el producto mediático de la ópera, en realidad, no es tanto la ausencia de técnicas propias de las lógicas vistas, sino un constante cambio de concepción narrativa, generado por el empleo indistinto de las mismas construcciones estéticas en ambas lógicas. La mayoría de los productos audiovisuales pretenden narrar una ópera desde un punto de vista cinematográfico y, para conseguirlo, utilizan algunas herramientas del lenguaje audiovisual propias de la

lógica televisual, de modo que el resultado es ambiguo, desde el punto de vista de la apreciación.

De entre las conclusiones específicas a las que ha llegado esta investigación, sobre la forma de optimizar ambas lógicas, se destacan algunos ejemplos de aquellas más relevantes. Al margen de la estructura en la que queda enmarcada la narración que le es propia, la lógica televisual también tiene la oportunidad de contar de una forma más espacial la propia historia. Así, si lo que la ópera pretende es ofrecer un contenido de la obra inmediato y transparente, en el que cobre más fuerza la mediatización del propio espectáculo, que la propia obra, habrá de priorizar planos no diegéticos durante la narración, que muestren la sinergia con el entorno en el que tiene lugar. También habrá de priorizar el uso de un mayor número de tiros de cámara frontales, basados en el enriquecimiento de la perspectiva múltiple. Debería optar, asimismo, por una planificación más picada en ritmo de planos, pero más estática, o bien emplear movimientos que ilustren la grandiosidad del espectáculo, como aquellos en los que se desliza el eje de la cámara, además de su cabezal. En cuanto al criterio de ritmo de montaje, debería escogerse aquél en el que el espectador pueda construir libremente la mirada del total del espectáculo, y por lo tanto no actúe como índice en la narración —de los vistos, el musical es el menos inmersivo—. El corte clásico diluye la percepción del montaje y, por lo tanto, le ayudaría a conseguir una mayor sensación de transparencia del espectáculo. Estos y otros ejemplos, en definitiva, manifiestan cómo la ópera puede poner al servicio de un criterio mediático concreto todas sus herramientas de construcción de significado, para alinearse con las expectativas audiovisuales de los públicos.

Como la estética transparente —generalmente asociada al vivo y analizada en este trabajo— provoca percepciones menos dinámicas, la mayor parte de los vídeos, aunque puedan quedar inscritos en una estructura del espectáculo, intentan narrar la historia de un modo cinematográfico una vez se abre el telón. Estos productos son los que plantean más ambigüedades, desde el punto de vista audiovisual. En primer lugar no se justifica que en el siglo XXI, con los avances técnicos que incorporan los teatros, el criterio de empleo de una angulación no frontal —como los ángulos picados y contrapicados— quede reducido a un condicionante técnico o a una mera limitación espacial. Asociar la angulación a las intenciones narrativas, constituye una buena forma de aportar significación y orden a la tipología de planos empleados en la construcción del mensaje. Por otro lado, se ha comprobado que un ritmo de montaje más acelerado no asegura que la narración sea más cinematográfica, si no se asocia a otros elementos como el criterio de corte en el plano, o el

movimiento interno de la imagen. Al mismo tiempo, el tamaño de los planos que se muestra más adecuado para acercar al público a la historia, es aquél que favorece el claro seguimiento de las acciones escénicas —planos medios y enteros, además del uso de primeros planos narrativos y reacciones de personajes—. Resulta lógico, que dichos planos incorporen un mayor número de movimientos como los paneos, barridos y zooms, para indicar al espectador los elementos importantes en la historia. Asimismo, en las narraciones cinematográficas no resulta tan necesaria una significativa cantidad de tiros múltiples de cámara, como la construcción de la escenografía de acuerdo a una mayor profundidad de campo para poder jugar con las acciones y las reacciones de los personajes. La tridimensionalidad también se reforzaría con una ruptura de la frontalidad, al intentar construir el montaje de acuerdo a una relación dramática de plano-contraplano, o a la colocación de cámaras dentro del universo diegético. Precisamente en relación a la diégesis, tampoco debería mostrar imágenes en las que se rompa —ni siquiera puntualmente como está acostumbrado a hacer—, la perspectiva narrativa que ofrece al espectador, si no quiere provocarle una ambigüedad sobre el entendimiento del producto operístico. Por lo tanto, si a la cantidad, el tamaño y la angulación de los planos, asociados a un movimiento doble de la cámara, se les confiere una intención artística regida por el criterio del drama interno de la ópera, podrían conseguirse percepciones, por dinámicas y naturales, atractivas a ojos de los públicos audiovisuales —podrían emularse, en definitiva, auténticas escenas cinematográficas dentro de un teatro—. Al mismo tiempo, si los equipos de grabación no pueden mostrar la libertad deseada debido a limitaciones espaciales y técnicas, será la propia ópera, a través de la escenografía, las actuaciones y los decorados, la que debería adaptar sus sistemas de producción para conseguir tales resultados estéticos. Es más, dado que las ambientaciones no tradicionalistas ayudan a romper la estética artificiosa de los decorados, es responsabilidad de la ópera repensar sus propuestas escénicas en términos mediáticos, para poder obtener productos creativos y complejos, que alimenten ciclos cuya proyección no empiece, sino que acabe en el teatro. Toda esta emulación de un universo narrativo pleno, puede hacerse con independencia de que, una vez bajado el telón, los públicos también puedan sentir asociaciones compartidas con el espectáculo que supone la mediatización del propio evento cultural. Asimismo, estas herramientas de las que ya dispone la ópera, podrían potenciarse todavía más con el acompañamiento de recursos propios del lenguaje cinematográfico que convirtiesen el texto videográfico en un producto plenamente narrativo, tales como el empleo de títulos ambientales, estrategias de fundido entre planos,

música de ambiente antes de la narración, o la no interrupción del espectáculo para favorecer la continuidad diegética.

Los párrafos previos no han sido sino meros ejemplos de las posibilidades que la ópera tiene de conseguir optimizar su oferta audiovisual a partir del material de trabajo del que ya dispone. Así, al responder a la pregunta inicial que se planteaba esta investigación, puede decirse que ningún condicionante técnico o artístico impide hoy a los teatros desarrollar una dramaturgia institucional propia, como viene realizando el Metropolitan Opera House de Nueva York en la que, dentro de un planteamiento televisual, se potencie también la lógica cinematográfica que le es natural al medio videográfico. Como empieza a advertirse de una forma todavía discreta en el teatro americano, los organismos podrían volver más televisuales los vídeos de ópera, —esto es incorporando estrategias propias del espectáculo descritas en este trabajo—, sin renunciar a presentar discursos plenamente cinematográficos en el momento en el que se narra la ficción. Y por los resultados que ha podido ofrecer esta investigación, puede comenzar a hacerlo a pequeña escala, sin la necesidad de disponer de elevados presupuestos, también como un modo explorar estrategias de proyección y competencia institucional. Por lo tanto, la definición estética de la ópera en los cines que ha ido emergiendo con fuerza, podría constituir un modelo mediático del que extraer posibles lecturas aplicables a cada realidad organizacional.

Como se ha visto, la práctica y las asunciones de la ópera en vídeo invitan a repensar las investigaciones futuras en términos de lógicas mediáticas, si la ópera quiere definirse mejor a ojos de nuevos públicos. Sin necesidad de lanzarse a producciones originales y exclusivas a un solo medio sobre títulos nuevos o preexistentes como en el pasado, cuyo interés hoy sería dudoso para las nuevas generaciones, la ópera puede empezar por partir de la diversificación de los productos que ya ofrece: vídeos que favorecen un entendimiento audiovisual más televisual, en los que se primen elementos como la personalidad de la institución que está detrás o la importancia histórica de una producción en concreto; y vídeos donde se potencien las propiedades más narrativas de la obra, en los que el elemento fuerte lo constituya la narración propuesta por la ficción musical.

Por lo tanto, hoy el reto comunicativo y educativo de la ópera es un reto audiovisual. Si la ópera se audiovisualizara mediante productos secundarios y terciarios, su oferta se diversificaría y completaría, se tornaría más personalizada y social. Si además, esta adquisición de lógicas mediáticas fuese reforzada en el onilne gracias a la creación de una constante presencia audiovisual en formatos de consumo cortos y atractivos, utilizando productos videográficos auténticamente mediáticos que, sin dejar de ser ópera, ya no

estuvieran directamente condicionados por el vivo y tuvieran identidad propia, ayudaría a generar un mundo de referencia con el que los públicos mediáticos podrían identificarse más fácilmente. En este contexto la ópera debe recordar más que nunca, su naturaleza audiovisual, así como su codificación visual atractiva, saturada y colorida.

Dado que la ópera busca nuevos públicos para adaptarse a la nueva era y los medios buscan nuevos contenidos que eleven el nivel cultural de sus programaciones, parece muy deseable, pues, que estos dos sectores encuentren sinergias y establezcan un diálogo que aporte valor a la vida social. En el proyecto aquí presente se ha pretendido, desde el inicio, colaborar en esta búsqueda del sentido social de la ópera, en el contexto del siglo XXI. Se ha perseguido, asimismo, abrir una nueva vía de investigación que, en el futuro —gracias a la colaboración de nuevos enfoques y metodologías—, pueda ayudar a las artes escénicas a adaptarse mejor a estos nuevos modelos de consumo cultural.

Como se ha escrito en estas páginas, hoy la ópera no yerra en los caminos mediáticos que explora para conectar con las audiencias. Sin embargo, el motor personal que ahora ha de moverle en sus procesos de apertura —como también ha movido la realización de esta investigación— es comprender que, desde el punto de vista del usuario, el problema principal ya no es tecnológico, ni de mera difusión. En la era digital, el nuevo reto que la ópera afronta es conseguir armonizar sus productos con un entorno mediático audiovisual. Tiene la responsabilidad de hacerlo, porque la audiovisualización mediática está llamada a jugar un papel no solo en la calidad de la apreciación comunicativa de la ópera, sino también en su trascendental misión fidelizadora. Una identificación y familiarización que partiera de la adaptación —que no mutación— formal, permitiría al público apreciar el producto operístico concreto e identificarse globalmente con la ópera en tanto que gran arte.

BIBLIOGRAFÍA Y FILMOGRAFÍA

6. 1. Bibliografía

- Abbate, C. (1996). *Unsung Voices-Opera and Musical Narrative in the Nineteenth Century*. United States of America: Princeton University Press.
- Abbate, C. (2004). Music - drastic or gnostic?. *Critical inquiry*, 30(3), pp. 505-536.
- Abbate, C. (2005). Wagner, cinema, and redemptive glee. *The Opera Quarterly*, 21(4), pp. 597-611.
- Abfalter, D. (2009). *Das Unmessbare messen?: Die Konstruktion von Erfolg im Musiktheater*. Wiesbaden: Springer DE.
- Abel, R., & Altman, R. R. (Eds.). (2001). *The sounds of early cinema*. United States of America: Indiana University Press.
- Acland, C. R. (2003). *Screen traffic: Movies, multiplexes, and global culture*. United States of America: Duke University Press.
- Adler, P. (1952, febrero). Opera on Television: The Beginning of an Era. *Musical America*, p. 29.
- Adler, P. (1969, junio). A cruel Medium. *Opera News*, pp. 9-12.
- Adorno, T. W., & Levin, T. Y. (1990). The form of the phonograph record. *October*, 55, 60. Pp. 56- 61
- Adorno, T. W. (2006). Ópera burguesa. En Akal (Ed.), *Escritos musicales*, pp. 25-40.
- Adorno, T. W., & Eisler, H. (2007). *Composición para el cine: el fiel correpetidor*. En Tiedemann, R. (Ed.).
- Adolf, M. (2011). Clarifying mediatisation: Sorting through a current debate. *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication*, 3(2), pp. 153-175.
- Aguirre Fernández de Lara, R. (2007). Horizonte lógico-semiótico en las aportaciones de la teoría de la mediación a una descripción del Lenguaje televisual. *Mediaciones Sociales*, 1, pp. 27-44.
- Ahlquist, K. (1997). *Democracy at the opera: music, theater and culture in New York City, 1815-60*. United States of America: University of Illinois Press.
- Ajayi-Dopemu, Y., & Talabi, J. K. (1985). Effects of Videotape Mediation on the Development of Skills in Audiovisual Instruction. *Journal of Educational Television*, 11(3), pp. 207-210.
- Alasuutari, P. (1999). *Rethinking the Media Audience: The New Agenda*. London: Sage.

- Alcalde, J. (2007). Pautas para el estudio de los orígenes de la música cinematográfica. *Área abierta*, pp. 16- 25.
- Alexander, V. D. (2003). *Sociology of the arts: exploring fine and popular forms*. United States of America: Malden Blackwell.
- Alier, R. (2008). *¿Qué es esto de la Ópera?*. Barcelona: Ediciones Robinbook.
- Almquist, S. G. (1993). *Opera mediagraphy: Video recordings and motion pictures*. United States of America: Greenwood Press.
- Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *Media logic*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Althusser, L. (2006). Ideology and ideological state apparatuses (notes towards an investigation). En Sharma, A., & Gupta, A. (2006), *The anthropology of the state: A reader*, pp. 86-111. Oxford: Blackwell Publishing.
- Altman, R. (1986). Television/Sound. En Modleski, T. (Ed.), *Studies in entertainment: critical approaches to mass culture*, 7, pp. 39-54. United States of America: Indiana University Press.
- Álvarez Monzoncillo, J. (2003). Cine: riesgos y oportunidades se equilibran ante el cambio digital. En Bustamante, E. (Coord.), *Las industrias culturales en la era digital: hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*, pp. 85-109. Barcelona: Gedisa
- Anderson, A. (2011). Old Arts in New Media: Qualified Ontologies of ‘Live’ in the Age of Media ‘Casting’. En *Global Conference on Performance: Visual Aspects of Performance Practice*, pp. 1-9. Prague.
- Anderson, B. (2006). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Anderson, J., & Anderson, B. (1980). Motion Perception in Motion Pictures. En Lauretis, T., & Heath, S. (1980), *The Cinematic Apparatus*, pp. 76-95. London: The Macmillan Press LTD.
- Antheil, G. (1936). On the Hollywood Front. *Modern Music*, 14(2), p. 48.
- Ardoin, J. (1983). Opera and Television. *The Opera Quarterly*, 1(1), pp. 47-53.
- Arias, R. D. (2009). El vídeo en el ciberespacio: usos y lenguaje. *Comunicar*, 16(33), pp. 63-71.
- Arijon, D., & Aizpuru, I. (1988). *Gramática del lenguaje audiovisual*. Escuela de Cine y Vídeo.
- Aristóteles, P. (1974). *De Valentín García Yebra*. Madrid: Gredos.

- Arnheim, R. (1986). *El cine como arte*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Arrojo, B. M. J. A. (2008). *Configuración de la televisión interactiva: de las plataformas digitales a la TDT*. Spain: Netbiblo.
- Ashby, A. (2005). Minimalist Opera. *The Cambridge Companion to Twentieth-century Opera*, pp. 246-147.
- Atkinson, P. (2006). Rescuing narrative from qualitative research. *Narrative inquiry*, 16(1), pp. 164-172.
- Aubrey, S., & Garlington, J. (1982). Opera en The Musical Quarterly. *The New Grove: a Review*, pp. 238-244.
- Auden, W. H. (1951). Some Reflections on Opera as a Medium en Tempo. *New Series*, pp. 6-10.
- Aumont, J., & Marie, M. (1990). *Análisis del film*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Auslander, P. (1997). Legally Live: Performance in/of the Law. *The Drama Review*, 41(2), pp. 9-29.
- Auslander, P. (2008). *Liveness: Performance in a mediatized culture*. London: Routledge.
- Aveyard, K. (2009). Coming to a cinema near you?: digitized exhibition and independent cinemas in Australia. *Studies in Australasian Cinema*, 3(2), pp. 191-203.
- Azcárate, A. L. V. (2011). Génesis semiótica de la intermedialidad: fundamentos cognitivos y socio-constructivistas de la comunicación. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 16, pp. 95-114.
- Bakhshi, H., Mateos-Garcia, J., & Throsby, D. (2010). *Beyond Live: digital innovation in the performing arts*, pp. 1-11. London: NETSA.
- Balázs, B. (1970). *Theory of Film*. New York: Dover Publications.
- Balázs, B. (1978). *Formas artísticas musicales en el film. Evolución y esencia de un arte nuevo*, pp. 230-234. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Barker, M. (2003). Crash, theatre audiences and the idea of liveness. *Studies in Theatre and Performance*, 23 (1), pp. 21-39.
- Barker, M. (2012). *Live to Your Local Cinema: The Remarkable Rise of Livecasting*. London: Palgrave Macmillan.
- Barnes, J. (2003). *Television opera: the fall of opera commissioned for television*. London: Boydell Pr.

- Batta, A. (2005). *Ópera*. Barcelona: Könemann-Tandem Verlag GmbH.
- Baumol, W. J., & Bowen, W. G. (1993). *Performing arts-the economic dilemma: a study of problems common to theater, opera, music and dance*. London: Gregg Revivals.
- Bazin, A. (2006). *¿Qué es el cine?*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Bechelloni, G. (1989). ¿Televisión-espectáculo o televisión-narración?, En: G. Anceschi (ed). *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid: Cátedra Ediciones.
- Beller, J. (2006). *The Cinematic Mode of Production. Attention economy and the society of the spectacle*. United States of America: Dartmouth College Press.
- Belton, J. (1980). The Bionic Eye: Zoom Esthetics. *Cineaste*, 11(1), pp. 20-27.
- Benjamin, W. (2005). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En Utterson, A. *Technology and Culture, The Film Reader*. New York: Routledge.
- Bennet, J., & Brown, T. (2008). *Film and Television after DVD*. London: Routledge.
- Bennet, S. (1990). *Theatre Audiences: A Theory of Production and Reception*. London: Routledge.
- Benzecry, C. E. (2011). *The opera fanatic: ethnography of an obsession*. Chicago: University of Chicago Press.
- Berfelder, T., Harris, S., & Street, S. (2007). *Film architecture and the transnational imagination: set design in 1930s European cinema*. Netherlands: Amsterdam University Press.
- Berini, B. (2011). Una historia oral con B. Bernini/Entrvistador: autores del departamento audiovisual y de documentación del Gran Teatre del Liceu. Barcelona.
- Berte, K., Hautekeete, L., Mechant, P., & Nulens, G. (2010). Broadband for culture, a culture for broadband?. *Observatorio Journal (OBS*)*, 4(2), pp. 119-135. Belgium: MICT Universiteit Gent.
- Bertz-Dostal, H. (1970). *Oper im Fernsehen: grundlagenforschung im Rahmen des forschungsprogramms des Instituts für Theaterwissenschaft an der Universität Wien*. Hrsg. mit förderung der Gesellschaft für Musiktheater (Vol. 1). Neumann GmbH.
- Bertz-Dostal, H. & Eugen Dostal, F. (1973). *Oper und ballett im film*. Viena: Misiktheatre.
- Bianconi, L. (1987). *Music in the seventeenth century*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bilbao-Lorente, J. I., de Diego M., R., & Vázquez, J. L. (2012). Puesta en escena, comunicación e intermedialidad. Estrategias de la mirada en las prácticas escénicas contemporáneas. In *Actas IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: Comunicación, control y resistencias*. Sociedad Latina de Comunicación Social.

- Blanchard, A. (2004). The effects of dispersed virtual communities on face-to-face social capital. *Social capital and information technology*, pp. 53-73.
- Blau, H. (1990). *The audience*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Blumenthal, H. J., & Goodenough, O. R. (2006). *This business of televisión*. United States of America: Billboard Books.
- Blyth, A. (1995). *Opera on video: the essential guide*. London: Kyle Cathie Ltd.
- Boddy, W. (1992). *Fifties television: The industry and its critics*. United States of America: University of Illinois Press.
- Bogarín, M. (2009, marzo). El estado de la cuestión: algunas pautas para su elaboración. *Seminario de Tesis*. Recuperado de <http://tesisqualitativa.blogspot.com.es/2009/03/el-estado-de-la-cuestion.html>
- Boiarsky, C. (2002). This is not our fathers' generation: Web pages, the Chicago Lyric Opera, and the Philadelphia Orchestra. *The Journal of Popular Culture*, 36(1), pp. 14-24.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding new media*. London: Mit Press.
- Bolter, J. D. (2005). Preface. En King, G. *The Spectacle of the Real. From Hollywood to Reality TV and Beyond*. Bristol: Intellect Books.
- Bolter, J. D. (2005b). Transference and transparency: Digital technology and the remediation of cinema. *Intermedialités: Histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques*, (6), pp. 13- 26.
- Bordwell, D., & Thompson, K. (1993). *El arte cinematográfico*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Bordwell, D., Staiger, J., & Thompson, K. (1985). *The classical Hollywood cinema: Film style and mode of production to 1960*. United States of America: Columbia University Press.
- Bornoff, J., & Salter, L. (1972). *Music and the Twentieth-Century Media* (Vol. 3). Florence: LS Olschki.
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. United States of America: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1998). *On television*. New York: The New Press.
- Bourne, J. (2009). *Web Video. Making it great, getting it noticed*. United States of America: Peachpit Press.
- Bourre, J. P. (1987). *Opéra et Cinema*. París: Artefact.

- Bové, X. (2011). Una historia oral con X. Bové/Entrevistador: autores del departamento audiovisual y de documentación del Gran Teatre el Liceu. Barcelona.
- Boyd, M. (2007). Electro Acoustic Music VII. En Licata, T., Erickson, R., Tabor, J., Wilson, M. E., Hoffman, E., Laske, O., Rikakis, T., & Delio, T., *Computer Music Journal*, 31(1), pp. 102-104.
- Bracken, C. C., & Skalski, P. (2009). *Immersed in media: Telepresence in everyday life*. New York: Routledge.
- Briggs, A. (1995). *The History of Broadcasting in the United Kingdom* (Vol. 5). Oxford: Oxford University Press.
- Brncic, G. (2004, diciembre). Algunas reflexiones acerca de la globalización del sonido electrónico y la aparición de una Tercera Práctica musical. *Revista Transcultural de Música*, pp. 1- 30.
- Brooks, V. (2002). From Méliès to Streaming Video: A Century of Moving Dance Images. En Mitoma, J. (2002), *Envisioning Dance on Film and Video*, p. 58. New York: Routledge.
- Brunel, C. (1987). Opéra et Télévision. *L'Avant-Scène Opéra*, 98, pp. 90-93.
- Buhler, J., Flinn, C., & Neumeyer, D. (Eds.). (2000). *Music and cinema*. United States of America: Wesleyan University Press.
- Burch, N. (1987). *El tragaluz del infinito (contribución a la genealogía del lenguaje cinematográfico)*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Burkart, R. (2002). *Kommunikationswissenschaft*. Vienna: Böhlau.
- Burke, R. (1965). The NBC opera theater. *Journal of Broadcasting*, 10(1), pp. 13-23.
- Burns, G., & Thompson, R. (2008). Music, Television and Video: Historical and aesthetic considerations. *Popular Music and Society*, pp. 11-25.
- Bustamante, E. (2003). *Hacia un sistema mundial de Comunicación: las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Edición Gedisa.
- Bustamante, E. (2009). De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura. *Diálogos de la Comunicación*, 78, pp. 1-25.
- Bustamante, E. (2011). Introducción. Cultura Digital: la nueva cultura clásica. La Cultura Digital, *Telos*, 88, pp. 59-64.

- Buttafava, G., & Grasso, A. (1986). *La camera lirica: storia e tendenze della diffusione dell'opera lirica attraverso la televisione* (Vol. 2). Milan: Amici della Scala.
- Calvi, J. (2006). La industria de la música, las nuevas tecnologías digitales e Internet. Algunas transformaciones y salto en la concentración. *Zer*, 21, pp. 121-137.
- Calvi, J., & Santini, R. M. (2010). *Música y Audio/visual en Internet. Hacia la configuración de nuevos hábitos de creación, difusión y consumo cultural en red*. Recuperado de: http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/1693/Trabajo%20Completo_%20PN48.pdf?sequence=1
- Cameron, S. (1988, junio). The impact of video recorders on cinema attendance. *Journal of Cultural Economics*, 12(1), pp. 73-80.
- Campana, A. (2009). 8 To look again (at Don Giovanni). *The Cambridge Companion to Eighteenth-Century Opera*, pp. 140- 151. http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/1693/Trabajo Completo_PN48.pdf?sequence=1
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, pp. 277-286.
- Cardoso, G. (2009). *Los medios de comunicación en la sociedad en red. Filtros, escaparates y noticias*. Barcelona: UOC.
- Carey, J. W. (1989). *Communication as culture: Essays on media and society*. Boston: Unwin Hyman.
- Carmena, F. (2013, julio). La pasión y la reflexión: Entrevista Gerard Mortier. *Cuadernos de cine*, 18(69). Recuperado de <https://www.caimanediciones.es/version-ampliada-de-la-entrevista-a-gerard-mortier-realizada-por-fernando-carmena-y-publicada-en-caiman-cuadernos-de-cine-en-el-numero-18-69-de-julio-agosto/>
- Carpentier, N., Schroder, C., & Hallett, L. (). *Audience Transformations. Shifting Audience Positions in Late Modernity*. London: Routledge Studies in European Communication.
- Carroll, N. (2001). TV and Film: A Philosophical Perspective. *Journal of Aesthetic Education*, 35(1), pp. 15-29.
- Carroll, J. A., Foth, M., & Adkins, B. (2010). Traversing urban social spaces: how online research helps unveil offline practice. In *International Handbook of Internet Research* (pp. 147-158). Springer Netherlands.
- Cashin, C. (2010). *Mediating the Live Theatrical and Operatic Experience: NT Live and the Met: Live in HD* (Doctoral dissertation, NUI, 2010 at Department of Music, UCC.).

- Casebier, A. (1991). *Film and Phenomenology. Towards a Realist Theory of Cinematic Representation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Causey, M. (1999, diciembre). The Screen Test of the Double: The Uncanny Performer in the Space of Technology. *Theatre Journal*, 51, pp. 383-394. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/25068707>
- Caves, R. E. (2000). *Creative industries: Contracts between art and commerce* (Vol. 20). United States of America: Harvard University Press.
- Cebrián, M. (2005). *Información multimedia: soportes, lenguaje y aplicaciones empresariales*. Madrid: Pearson Educación.
- Cebrián, M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información/ The Web 2.0 as social network of communication and information. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, pp. 345-361.
- Cenciarelli, C. (2013). At the Margins of the Televisual: Picture Frames, Loops and ‘Cinematics’ in the Paratexts of Opera Videos. *Cambridge Opera Journal*, 25, pp. 203-223.
- César Villarreal, A. (2012, octubre). Una situación límite para la ópera. *Infobae*. Recuperado de <http://blogs.infobae.com/opera/2012/10/13/una-situacion-limite-para-la-opera/>
- Chang, S. (2004, julio). TV Push For ‘Opera’. *Billboard*, 116(6), pp. 41- 43.
- Chapple, F., & Kattenbelt, C., (2008) Intermediality in Theatre and Performance: Definitions, Perceptions and Media Relationships, *Cultura, Lenguaje y Representación. Revista de Estudios Culturales de la Universidad Jaume I*, (VI). Pp. 19-29
- Chavarría, M. Opera en la era Twitter.
- Chayefsky, P. (1995). *The television plays* (Vol. 2). United States of America: Hal Leonard Corporation.
- Chesebro, J. W., & Bertelsen, D. A. (1996). *Analyzing media: Communication technologies as symbolic and cognitive systems*. New York: Guilford Press.
- Chion, M. (2002). *El arte de los sonidos fijados* (Vol. 9). Cuenca: Universidad de Castilla La Mancha.
- Chvasta, M. (2005). Remembering Praxis: Performance in the Digital Age. *Text & Performance Quarterly*, 25, pp. 156-170.
- Cinesa. (2010). Odeon & Uci. Cinemas Annual Review. London. Recuperado de www.odeonanducicinemas.com

- Citron, M. (2000). *Opera on Screen*. United States of America: Yale University Press.
- Citron, M. (2005). Subjectivity in the Opera Films of Jean-Pierre Ponnelle. *Journal of Musicology*, 22, 2, pp. 203- 240.
- Civilotti García, D. (2013). Tiempo sin tiempo: La salvación frustrada. Redención y música sagrada en Parsifal, de Richard Wagner. *Revista Forma*, 3, pp. 55-68.
- CNN Matthew Newswire. (2006, noviembre). Cineplex Entertainment Lifts the Curtains on the “Metropolitan Opera: Live in HD” at Select Canadian Theatres. *High Beam*. Recuperado de <http://www.highbeam.com/doc/1P2-13745362.html>
- Cohen, A. J. (2001). Music as a source of emotion in film. En Juslin P., & Sloboda, J. (Eds.), *Music and emotion: Theory and research*, pp. 249-272. Oxford: Oxford University Press.
- Cohen, A. J. (2005). How music influences the interpretation of film and video: Approaches from experimental psychology. *Selected reports in ethnomusicology: perspectives in systematic musicology*, 12, pp.15-36.
- Cohen, A. J. (2013). Film Music and the Unfolding Narrative. In M. A. Arbib (Ed.), *Language, music and the brain. Strüngmann Forum Reports, vol. 10, J. Lupp, series*. Cambridge, MA: MIT Press. Pp. 173- 201.
- Colbert, F., y Cuadrado, M. (2003). *Marketing de las Artes y la Cultura*. Barcelona: Ariel.
- Cook, N. (1998). *Analysing musical multimedia*. Oxford: Clarendon Press.
- Cooke, M. (2005). *The Cambridge Companion to Twentieth-Century Opera*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cosa, C. (2010, mayo). La ópera se abre a los más jóvenes. *El Correo*. Recuperado de <http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20100530/cultura/opera-abre-jovenes-20100530.html>
- Cottle, S. (2006). Mediatized rituals: beyond manufacturing consent. *Media, Culture & Society*, 28(3), pp. 411-432.
- Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media & Society*, 10(3), pp. 373-391.
- Cowie, E. (1998). Classical Hollywood cinema and classical narrative. En *Contemporary Hollywood Cinema*, pp. 178-190.
- Cowgill, R. (2006). Mozart Productions and the Emergence of Werktreue at London's Italian Opera House, 1780-1830. En Montemorra Marvin R., & Downing, T., *Operatic Migrations: Transforming Works and Crossing Boundaries*, pp. 145-86. London: Ashgate.

- Crofts, C. (2011). Cinema distribution in the age of digital projection. *Post Script: Essays in Film and the Humanities*, 30(2), pp. 82-98.
- Cubitt, S. (1991). *Timeshift: On video culture*. London: Routledge.
- Cullell, R. (2013, septiembre). Hay que moverse y arriesgarse. La ópera sigue viva por la determinación de directores artísticos como Mortier y Matabosch. *El País*. Recuperado de http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/09/11/catalunya/1378932353_663991.html
- Curioni, S. B. (2011). *Mercanti dell'opera: storie di casa Ricordi* (Vol. 754). Milano: Il saggiatore.
- D'Aoust, J. R. (2012). Orpheus in New Media: Images of the voice in digital opera. *International Journal of Performance Arts & Digital Media*, 8(1), pp. 31-48.
- D'Agostino, P. (2010). The digital stage. Opera production for cinema and other audiovisual formats, a conversation with en. In *International Workshop on Opera and Video*.
- D'Agostino, P. (2012). A Conversation with Pietro d'Agostino, Video Director at the Gran Teatre del Liceu. En Pérez, H. J., *Opera and Video. Technology and Spectatorship*. Berlin: Peter Lang.
- Dahlhaus, C. (1988). *Schoenberg and the New Music: Essays by Carl Dahlhaus*. New York, Cambridge University Press.
- Dahlhaus, C. (2003). The Dramaturgy of Italian Opera. En *Biaconi, L., & Pestelli, G. (Eds.)*, pp. 73-147.
- Dahlhaus, C. (2005). *Drammaturgia dell'opera italiana*. Torino: EDT.
- Dahlhaus, C., & Sachs, K. J. (2005). Counterpoint. *Grove Music Online*, p. 18.
- Damisch, H. (1994). *The Origin of Perspective*. Cambridge: MIT Press
- Da Ponte, L. (1982). Don Giovanni. Wolfgang A. Mozart. Introducción al mundo de la ópera. Libreto original con traducción, análisis y comentarios para una rápida comprensión. Madrid: Ediciones Daimon.
- Dayan, D., & Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. United States of America: Harvard University Press.
- Deaville, J. (2011). *Music in Television: Channels of Listening*. London: Taylor & Francis.
- De Diego, A. (2010, marzo). Nuevas estrategias comunicativas en ópera por la inclusión del 'making of' en los DVDs. En comunicación presentada en el International Workshop on Opera and Video. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia/ Institut Valencià de la Música.

Viewed in:

http://us.academia.edu/AntonioDeDiego/Talks/34447/_New_Communication_Strategies_at_Opera_by_the_inclusion_of_Making_of_in_DVDs_

- De España, R. (2011). *Pantalla lírica. El cine de la ópera*. Badajoz: Impresión Tecnigrál.
- Díaz, R. (2009). Evolución de la comunicación audiovisual: de la televisión clásica al videoblog. En Cebrián, M., & Flores, J. (Eds.), *Blogs y periodismo en la Red*, pp. 487- 504. Madrid: Fragua.
- Denzin, N. K. (1995). *The Cinematic Society: The Voyeur's Gaze*. London: Sage.
- DiMaggio, P. (1991). Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston. En Mukerji, C., & Schudson, M. *Rethinking popular culture: Contemporary perspectives in cultural studies*. Los Ángeles: University of California Press. P. 376.
- Doane, M. A. (1980). Ideology and the Practice of Sound Editing and Mixing. En Lauretis, T., & Heath, S. (1980), *The Cinematic Apparatus*, pp. 47-56. London: The Macmillan Press LTD.
- Doane, M. A. (2002). *The emergence of cinematic time: Modernity, contingency the archive*. Harvard: Harvard University Press.
- Donington, R. (1988). Close Ups vs. Opera. *The Musical Times*, 129, p. 281.
- Donington, R. (1990). *Opera and its symbols: The unity of words, music, and staging*. United States of America: Yale University Press.
- Donnelly, K. (2005). *The spectre of sound: music and film and television*. United States of America: University of California Press.
- Douglas, W. C., et Al. (1994). *Instructional Effectiveness of Video Media*. United States of America: Lawrence Elbaum Associates, Inc.
- DuMont, M. (2000). *The Mozart-Da Ponte Operas: An Annotated Bibliography* (Vol. 81). United States of America: Greenwood Publishing Group.
- Duncan, M. (2004). The operatic scandal of the singing body: voice, presence, performativity. *Cambridge Opera Journal*, 16(3), pp. 283-306.
- Dunn, R. (1986). Television, consumption and the commodity form. *Theory, Culture & Society*, 3(1), pp. 49-64.
- Dyer, R., & Vincendeau, G. (1992). *Popular European Cinema*. London: Taylor & Francis.
- Eaton, Q. (1948, diciembre). Television Audience Sees First Video Opera. *Musical America*, p. 19.

- Ebner, M., & Schiefner, M. (2008, enero). Microblogging-more than fun. *Proceedings of LADIS mobile learning conference*, pp. 155- 159.
- Echeverría, J. (1999). *Los Señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino.
- Eco, U. (1985). *Obra abierta*. Barcelona: Planeta-De Agostini.
- Eisenmann, T. R. & Bower, J. L. (2000). The entrepreneurial M-Form: Strategic integration in global media firms. *Organization, Science*, 11(3), pp. 348-355.
- El Liceo retransmite su última ópera en directo por los recortes económicos. (2013, marzo). *ABC*. Recuperado de <http://www.abc.es/20120313/cultura-musica/abci-boheme-ultima-retransmisiono-liceo-201203132012.html>
- Elam, K. (1980). *The Semiotics of Theater and Drama*. London: Routledge.
- Ellis, J. (1999). Broadcast TV as Sound and Image. *Brandy and Cohen*, pp. 385-394.
- Ellis, J. (2002). *Visible fictions: cinema, television, video*. London: Routledge.
- Entrevista Gerard Mortier. La pasión y la reflexión. (2013). *Caimán cuadernos de cine*. Recuperado de <https://www.caimanediciones.es/version-ampliada-de-la-entrevista-a-gerard-mortier-realizada-por-fernando-carmena-y-publicada-en-caiman-cuadernos-de-cine-en-el-numero-18-69-de-julio-agosto/><https://www.caimanediciones.es/version-ampliada-de-la-entrevista-a-gerard-mortier-realizada-por-fernando-carmena-y-publicada-en-caiman-cuadernos-de-cine-en-el-numero-18-69-de-julio-agosto/>
- Esse, M. (2010). Don't Look Now: Opera, Liveness, and the Televisual. *The Opera Quarterly*, 26(1), pp. 81-95.
- Evans, D. T. (1999). *Phantasmagoria: a sociology of opera*. United States of America: Ashgate Publishing Ltd.
- Fabian, J. (1983). Time and the other: how anthropology makes it object. *Time and the other: how anthropology makes it object*. New York: Columbia University Press.
- Faulstich, W. (2002). *Grundkurs Filmanalyse* (Vol. 2341). UTB für Wissenschaft: Uni-Taschenbücher.
- Faure, E. (1963). *Défense et illustration de la machine. Fonction du cinéma. De la cinéplastique à son destin social*. París: Éditions Gonthier.
- Fawkes, R. (2000). *Opera on Film*. London: Gerald Duckworth & Co.
- Feuer, J. (1982). The Concept of Live Television: Ontology as Ideology En Kaplan, E. A., *Regarding television: critical approaches-an anthology*, 2, pp. 12-22. United States of America: Frederick University Publications of America.

- Fernández, L., & García, M. (2011). Laboratorios de Innovación: prototipos colaborativos en la era digital. *Telos, Cuadernos de comunicación e innovación*, 88, pp. 100-102.
- Fidler, R. (1998). *Mediamorfosis: comprender los nuevos medios*. Buenos Aires: Granica.
- Filice, M., & Young, S. (2012). From Mainstage to Movies to Media: Sustaining the Live and Performing Arts Through Artistic Convergence and the Balaban and Katz Philosophy of Continuous Performance. *International Journal of Arts Management*, 14(2), pp. 48-56.
- Finnemann, N. O. (2011). Mediatization theory and digital media. *Communications*, 36, pp. 67-89.
- Fischer-Lichte, E. (1997). Performance Art and Ritual: Bodies in Performance. *Theatre Research International*, XXI, 1, pp. 22- 37.
- Fischer-Lichte, E. (2001). Die Oper als Prototyp des Theatralischen: Zur Reflexion des Aufführungsbegriffs in John Cages Europeras 1 & 2. *Musiktheater Heute: Internationales Symposium der Paul Sacher Stiftung Basel*, pp. 283-308.
- Fisher, T. (1949). Opera into Film. *The Musical Times*, 90(1276), pp. 204-206.
- Fiske, J. (1985). *The semiotics of television*. London: Routledge.
- Foerster, L. (1948, diciembre). Met Video. *Opera News*, p. 8.
- Foss, H. J. (1923). Opera and it is and may be. The Production of Opera In England. *Music and Letters*, 4(1), pp. 85-93.
- Franklin, P. (2011). *Seeing Through Music: Gender and Modernism in Classic Hollywood Film Scores*. Oxford: Oxford University Press.
- Fredman, M. (2003). *The Drama of Opera: Exotic and Irrational Entertainment*. United States of America: Sussex Academic Press.
- Freshwater, H. (2009). *Theatre and audience*. London: Palgrave Macmillan.
- Friedberg, A. (2006). *The Virtual Window. From Alberti to Microsoft*. London: Mit Press.
- Fuentes Goyanes, E. (2010). El proyecto Opera-Oberta en la educación superior universitaria. El programa pedagógico en la URV, 2001-2008. *Revista de Ciències de l'Educació*, 35, pp. 43-54.
- Fumero, A., & García, M. (2008). Redes sociales: contextualización de un fenómeno “dos-punto-cero”. *Telos, cuadernos de comunicación e innovación*, 76, pp. 56-68.

- Gapinski, J. H. (1986). The lively arts as substitutes for the lively arts. *The American Economic Review*, 76(2), pp. 20-25.
- García Santamaría, V. (2009, marzo). El futuro de la exhibición. La transformación de los complejos de cine en complejos de ocio. *Telos*, 78 . Recuperado de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloexperiencia.asp?idarticulo=1&rev=78.htm>
- García-Avilés, J. A. (2009). La comunicación ante la convergencia digital. *Signo y Pensamiento*, 54, pp. 102-113.
- Gaudio, A. (2009). Overview Productions For Young Audiences In Europe. Recuperado en el sitio de Internet de European Network For Opera And Dance Education (RESO): <http://reseo.org/project/overview-productions-young-audiences-europe-0>
- Gaviña, S. (2013, noviembre). Joan Matabosch: “En los teatros, los divos no son los directores artísticos”. *ABC*. Recuperado de <http://www.abc.es/cultura/musica/20131103/abci-entrevista-joan-matabosch-201311021756.html>
- Genette, G. (1997). *Palimpsests: literature in the second degree* (Vol. 8). United States of America: University of Nebraska Press.
- Gent, G. (1955, octubre). Good-But not Grand. *New York Times*, section II, p. 11.
- Getting real – toute la vérité: an economic profile of the Canadian documentary production industry (Vol. II). (2004). Recuperado de Documentary Organisation of Canada (DOC): https://docorg.ca/sites/default/files/TLV2_0.pdf
- Giannetti, L. (1976). *Understanding movies Englewood Cliffs*. United States of America: Prentice Hall.
- Gibson, G., y Philips, T. (1973). *A manual of television opera production*. United States of America: National Opera Association.
- Gigliotti, C. (1999). The ethical life of the digital aesthetic. En Lunenfeld, P., *The digital dialectic: New essays on new media*, pp. 46- 63. London: Mit Press.
- Giudici, E. (2007). *L'opera in CD e video*. Milano: Il saggiatore.
- Glevarec, H., & Pinet, M. (2008). From liberalization to fragmentation: a sociology of French radio audiences since the 1990s and the consequences for cultural industries theory. *Media, Culture & Society*, 30(2), pp. 215-238.
- Goehr, L., & Herwitz, D. A. (Eds.). (2006). *“The” Don Giovanni Moment: Essays on the Legacy of an Opera*. New York: Columbia University Press.

- Gómez, S. (2009, enero). “Hay que escuchar al nuevo público de la ópera y dejarlo disfrutar”. *La Nueva España*. Recuperado de <http://www.lne.es/oviedo/2009/01/14/hay-escuchar-nuevo-publico-opera-dejarlo-disfrutar/715709.html>
- Gorbman, C. (1987). *Unheard melodies: narrative film music*. United States of America: University of Michigan.
- Gordillo, I. (2008). La Hibridación en las nuevas formas dramáticas y espectaculares del siglo XXI (Vol. 10). *Incono*, 14, pp. 1-20.
- Gorlée, D. L. (1997). *Intercode Translation: words and music in Opera* (Vol. 9). United States of America: John Benjamins Publishing Company.
- Gossett, P. (2008). *Divas and Scholars: Performing Italian Opera*. United States of America: Chicago University Press.
- Gould, J. (1948, diciembre). Matters of Record. *New York Times*, section II, p. 15.
- Gracyk, T. (1997). Listening to music: Performances and recordings. *The Journal of aesthetics and art criticism*, 55(2), pp. 139-150.
- Graf, H. (1973). *Opera for the People*. United States of America: University of Minnesota Press.
- Green, J. (1880). The Opera. *The Musical Times and Singing Class Circular*, 21(445), pp. 113-115.
- Greenfield, E. (1971, mayo). A Benjamin Britten opera made for the “intimate subtleties” of TV. *Radio Times*, p. 52.
- Gronstad, A. (2008). Cinema and Visual Studies in the Digital Era Blue. *Kinema*. Recuperado de <http://www.kinema.uwaterloo.ca/article.print.php?id=414>
- Grover-Friedlander, M. (2005). *The attraction of cinema to opera. Vocal apparitions*. Oxford: Princeton University Press.
- Guillory, J. (2010). Genesis of the Media Concept. *Critical Inquiry*, 36(2), pp. 321-362.
- Gumbrecht, G. H. (2004). *Production of Presence: What Meaning Cannot Convey*. United States of America: Stanford University Press.
- Gunning, T., Elsaesser, T., & Barker, A. (1990). *Early Cinema: Space, Frame, Narrative*. London: British Film.
- Gunzerath, D. (2012). Current trends in US media measurement methods. *International Journal on Media Management*, 14(2), pp. 99-106.

- Guthrie, T. (1948). Opera Production. *Tempo*, New Series, 7, pp. 18-21.
- Hadfield, M., & Haw, K. (2012). Video: modalities and methodologies. *International Journal Of Research & Method In Education*, 35(3), pp. 311-324.
- Hamelink, C. J. (1983). *Cultural autonomy in global communications: planning national information policy*. London: Pearson Longman.
- Hansen, M. (1999). The mass production of the senses: Classical cinema as vernacular modernism. *Modernism/modernity*, 6(2), pp. 59-77.
- Hansmann, H. (1981). Nonprofit Enterprise in the Performing Arts. *The Bell Journal of Economics*, 12(2), pp. 341-361.
- Hargittai, E., & Litt, E. (2011). The tweet smell of celebrity success: Explaining variation in Twitter adoption among a diverse group of young adults. *New media & society*, 13(5), pp. 824-842.
- Harper, C. (1999). *And That's The Way it Will be: News and Information in a Digital World*. United States of America: New York University Press.
- Harrison, J., & Wessels, B. (Eds.). (2009). *Mediating Europe: new media, mass communications and the European public sphere*. London: Berghahn Books.
- Harsh, T., & Mamoria, U. (2012). Measuring media use across platforms: involving audience information systems. *International Journal on Media Management*, 14(2), pp. 121-140.
- Hasan, B., Mateos-García, J., & Throsby, D. (2010). *Beyond live: digital innovation in the performing arts*. London: NESTA.
- Hasebrink, U., Mikos, L. y Prommer, E. (Ed.) (2004). *Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen, Band I*. Múnich: Reinhard Fischer.
- Havens, T., & Lotz, A. D. (2012). *Understanding media industries*. London: Oxford University Press.
- Hayward, P., & Wollen, T. (1993). *Future visions: New technologies of the screen*. London: British Film Institute Press.
- Heath, S. (1980). The Cinematic Apparatus: Technology as Historical and Cultural Form. En Lauretis, T. & Heath, S. (1980), *The Cinematic Apparatus*, pp. 1-13.
- Heller, D. (Ed.). (2007). *Makeover television: Realities remodelled*. Ney York: IB Tauris Publishers.
- Herrero, M. (2000). *Mercado de la televisión de pago en España: Canal Plus (1999-2000)*. Navarra: Ulzama Ediciones.

- Herrscher, R. (2009, noviembre). En directo: pantallas para el bel canto. *La Vanguardia*, pp. A24-25.
- Hesmondhalgh, D (2008) Cultural and Creative Industries. In, Bennet, T. & Frow, J. (Eds). *The SAGE handbook of cultural analysis*. London: Sage Publications Ltd.
- Heyer, P. (2008). Live from the Met: Digital Broadcast Cinema, Medium Theory, and Opera for the Masses. *Canadian Journal of Communication*, 33, pp. 591-604.
- Hicketier, K. (2010). Mediatisierung und Medialisierung der Kultur. En Hartmann, M., & Hepp, A. (Ed), *Die Mediatisierung der Allgswelt*, pp. 85-96.
- Higgins, D. (1984). *Horizons, the Poetics and Theory of the Intermedia*. United States of America: Southern Illinois University Press.
- Hjarvard, S. (2004). From Bricks to Bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry. In I. Bondebjerg & Pe. Golding (eds). *Bristol European Culture and the Media*, UK: Intellect Books
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, 29, pp. 105–134.
- Hoffmann, B. (2011). Medien und Biografie: ‘Sie sind ein Stück von Deinem Leben. En, Hölzle, C. & Jansen, I. *Ressourcenorientierte Biografiearbeit. Grundlagen - Zielgruppen - Kreative Methoden*. Wiesbaden: VS Verlag, pp. 273-278.
- Holland, J. (n.d). Opera in Video. *Notes*, 68(4), pp. 867-869.
- Horowitz, I. L. (2009). Mass, Class, and Audience: Beyond the Glenn Gould Problem. *Modern Age*, 51(1), pp. 6-14.
- Huang, C., Li, J., & Ross, K. (2007). Can Internet Video on demand be profitable?. *ACM SIGCOMM Computer Communication Review*, 37, p. 4.
- Huertas, F. (2002). El futuro digital del cine. *Telos* (Vol. 51). Recuperado de <http://diegolevis.com.ar/audiovisual/cinedigital.htm>
- Huntemann, N., & Aslinger, B. (2013). *Gaming Globally. Production, play and place*. United States of America: Palgrave Macmillan.
- Hutcheon, L. (2000). *Bodily charm: Living opera*. United States of America: University of Nebraska Press.
- Husak, W. (2004). Economic and other considerations for Digital Cinema. *Signal Processing: Image Communication*, 19(9), pp. 921-936.

- Hutcheon, L. (2006). *A theory of adaptation*. New York: Routledge.
- Igarza, R. (2008). *Nuevos medios: estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía ediciones.
- Ishaghpour, Y. (1995). *Opéra et théâtre dans le cinéma d'aujourd'hui*. París: La Différence.
- Islas, O. (2008). *La televisión en Internet desde el imaginario de la sociedad de la ubicuidad*. México: Razón y palabra.
- Izquierdo, J. (2009). El impacto de la tecnología en la exhibición cinematográfica: el lento camino a la sala digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, (Vol. 64). Recuperado de http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/04_803_08_cine/Jessica_Izquierdo_Castillo.html
- Jackson, P. (1992). *Saturday afternoons at the old Met: The Metropolitan Opera broadcasts 1931-1950*. United States of America: Amadeus Press.
- Jacob, E. (2006). Cineplex Entertainment Lifts the Curtains on the 'Metropolitan Opera: Live in HD' at Select Canadian Theatres. *CCNMatthews Newswire*. Recuperado de <http://www.highbeam.com/doc/1P2-13745362.html>
- Tan, G., & Jarvis, S. A. (2006, August). Inter-overlay cooperation in high-bandwidth overlay multicast. In *Parallel Processing, 2006. ICPP 2006. International Conference on*, pp. 417-424.
- Jenkins, H. (2004). Game design as narrative architecture. *Computer*, 44, s3, pp. 118- 130.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jensen, K. B. (2010). *Media convergence: The three degrees of network, mass and interpersonal communication*. New York: Routledge.
- Jeongwon, J. (1998). *Opera on Film, Film in Opera: Postmodern Implications of the Cinematic Influence on Opera*. United States of America: Northwestern University.
- Joe, J., & Theresa, R. (Eds.). (2002). *Between opera and cinema* (Vol. 4). New York: Psychology Press.
- Joan Matabosch: “Una transición sin rupturas”. (2013). Pro opera. Recuperado de http://www.proopera.org.mx/entrevistas/entrevjoan_jul.pdf
- Johnson, L. (2008, diciembre). HD at the Opera. Musical America. En Johnson, V., Fulcher, J. F., & Ertman, T. (Eds.) (2007), *Opera and society in Italy and France from Monteverdi to Bourdieu*, p. 406. Cambridge: Cambridge University Press.

- Johnson, V., Fulcher, J. F., & Ertman, T. (2007). *Opera and Society in Italy and France from Monteverdi to Bourdieu*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jukes, I. (2008, julio). Understanding Digital Kids (DKs). Teaching & Learning in the New Digital Landscape. *The InfoSavvy Group and Ted MacCain, Cystar*. Recuperado de http://www.educationthatworks.net/uploads/7/8/3/0/7830610/understanding_digital_kids.pdf
- Jones, C. (2001). Co-evolution of entrepreneurial careers, institutional rules and competitive dynamics in American film, 1895-1920. *Organization Studies*, 22(6), pp. 911-944.
- Jullier, L. (2002). *¿Qué es una Buena película?*. Madrid: Paídos Ibérica.
- Jung, J. F. (1990). *Le relachément narratif dans le système de la captation. Opera e Televisione 2: Seminario Internazionale*. Roma: IRTEM.
- Kackman, M., Binfield, M., Payne, M. T., Perlman, A., & Sebok, B. (Eds.) (2010). *Flow TV: Television in the age of media convergence*. London: Routledge.
- Kahler, E. (1969). Las formas de la forma. *La desintegración de la forma en las artes*, pp. 9-19. Madrid: Siglo XXI Editores.
- Kaplan, E. A. (1983). *Regarding television: critical approaches - an anthology* (Vol. 2). United States of America: University Publications of America.
- Katz, M. (2004). *Capturing sound: how technology has changed music* (Vol. 2). United States of America: University of California Press.
- Katz, M. L. (2004b). Industry Structure and Competition Absent Distribution Bottlenecks. En Noam, E. M., Groebel, J., & Gerbarg, D. (Eds.). *Internet televisión*, pp. 31-60. United States of America: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Kauffmann, S. (2001). The Abduction from the theater: Mozart opera on film. *Regarding film: Criticism and comment*, pp. 175-87.
- Kennedy, M., & Bourne, J. (1996). 'Leitmotiv.' *The Concise Oxford Dictionary of Music*. Recuperado de <http://www.encyclopedia.com>
- Kennicott, P. (2005, enero). Opera and Film: Can This Union Be Saved?. *Washington Post*, p. N01.
- Kerman, J. (1988). *Opera as drama*. United States of America: University of California Press.
- Kern, S. (1983). *The culture of time and space, 1880-1918: with a new preface*. London: Wiedenfeld & Nicolson

- Kessler, F. (2006). The cinema of attractions as dispositif. En Strauven, W., *The cinema of attractions reloaded*, pp. 57-69. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Kinépolis Annual Report. (2010). *Kinepolis*. Recuperado de <http://investors.kinepolis.com/index.cfm?PageID=15879>
- King, G. (2005). *The Spectacle of the Real. From Hollywood to Reality TV and Beyond*. Bristol: Intellect Books.
- Klein, A. (2010). *Das Kulturpublikum*. Wiesbaden: VS
- Kolb, B. M. (2005). *Marketing for cultural organisations: new strategies for attracting audiences to classical music, dance, museums, theatre & opera*, pp. 91- 112. Cork: Thomson Learning.
- Krotz, F. (2007). *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation Author*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Krotz, F. (2007b). The meta-process of “mediatization” as a conceptual frame. *Global Media and Communication*, 3, 3, pp. 256–260.
- Kühnel, J. (1998). ‘Oper im Fernsehen’. En Lernke, L., & Nuy, S. (Ed.) *Theaterbühne-Fernsehbilder: Sprech-, Musik- und Tanztheater im und für das Fernsehen, Anif-Salzburg*, pp. 159-188.
- Kühnel, J. (1999). Mimesis und diegesis-szenische Darstellung und filmische Erzählung. Zur Ästhetik der Oper in Film und Fernsehen. Das Musiktheater in den audiovisuellen Medien... Ersichtlich gewordene Taten der Musik. *Vorträge und Gespräche des Salzburger Symposions*, pp. 60-79.
- La obsesión por la audiencia acabará matando el arte. (2009, agosto). *El País*. Recuperado de http://elpais.com/diario/2009/08/08/babelia/1249686370_850215.html
http://elpais.com/diario/2009/08/08/babelia/1249686370_850215.html
- La ópera del siglo XXI se abre a Europa. (2010, junio). *El País*. Recuperado de http://elpais.com/diario/2010/06/17/tendencias/1276725601_850215.html
http://elpais.com/diario/2010/06/17/tendencias/1276725601_850215.html
- Lacasa, I., & Villanueva, I. (2011). La digitalización audiovisual de la ópera: nuevos medios, nuevos usos, nuevos públicos. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (88), pp. 65-74.
- Lacasa, I., & Villanueva, I. (2012). Actualización de la ópera y sus nuevos modelos de comunicación digital. *El profesional de la información*, 21(4), pp. 413-418.
- Lacasa, I., & Villanueva, I. (2013). Retos comunicativos y educativos de las artes en los nuevos medios: el caso de la ópera. *Arte, Individuo y Sociedad*, 25(2).Pp. 219- 232

- Lack, R. (1999). La filmación de la interpretación musical. En *La música en el cine*, pp. 307-335. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Laenen, A. (2003). *Why Opera Education?: a RESEO research report*. Antwerp: RESEO.
- Large, B., & Milnes, R. (2005). Let's film an opera-Brian Large talks to Rodney Milnes. *Opera Magazine*, 56, pp. 153- 158.
- Lavandier, Y. (2003). *La dramaturgia: los mecanismos del relato, cine, teatro, ópera, radio, televisión, cómic*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Leibowitz, R. (1957). *Historie de l'opéra*. Paris: Buchet-Chastel.
- León, B., & García-Avilés, J. A. (2000). La información audiovisual interactiva en el entorno de convergencia digital: desarrollo y rasgos distintivos. *Comunicación y Sociedad*, 13(2), pp. 141- 179.
- Levin, D. J. (1997). Reading a staging/Staging a reading. *Cambridge Opera Journal*, 9, pp. 47-71.
- Levin, D. J. (1998). Response to James Treadwell. *Cambridge Opera Journal*, 10, pp. 307-312.
- Levin, D. J. (2008). *Unsettling Opera: Staging Mozart, Verdi, Wagner, and Zemlinsky*. United States of America: University of Chicago Press.
- Levin, D. J. (2011). The Mise-en-scène of Mediation: Wagner's *Götterdämmerung* (Stuttgart Opera, Peter Konwitschny, 2000–2005). *The Opera Quarterly*, 27(2-3), 219-234.
- Lévy-Garboua, L. & Montmarquette, C. (2011). 'Demand'. En Towse, R. (Ed.), *A handbook of cultural economics*, pp. 177- 189. United States of America: Edward Elgar Publishing.
- Lew, M. (2004, junio). Live Cinema: designing an instrument for cinema editing as a live performance. *Proceedings of the 2004 conference on New interfaces for musical expression*, pp. 144-149. Singapore: National University of Singapore.
- Licoppe, C. (2004). 'Connected' presence: the emergence of a new repertoire for managing social relationships in a changing communication technoscape. *Environment And Planning D-Society & Space*, 22(1), pp. 135-156.
- Lindenberger, H. (2010). *Situating opera*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lipovetsky, G. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- Livingstone, S. (2009). *Children and the Internet*. Cambridge: Polity.

- Lo que cuesta una ópera es obscuro. (2013, junio). *ABC*. Recuperado de <http://www.abc.es/cultura/musica/20130627/abci-nucci-rigoletto-entrevista-201306262113.html>
- London, J. (2000). Leitmotifs and Musical Reference in the Classical Film Score. *Music and Cinema*, pp. 85-96.
- London, E., Justice, D., & Van Vliet, C. (1988). *The Death of Lincoln: A Documentary Opera*. United States of America: Cleveland State University.
- Lorenci, M. (2011). El Real abre palco digital. *Ideal*. Recuperado de <http://www.ideal.es/granada/rc/20111103/cultura/teatro-real-palco-digital-201111031724.html>
- Lu, F. (2012). Medium, mediation and meaning: museum architecture as spatial storytelling: a case study of the Ionic frieze in two Parthenon galleries. Nottingham: University of Nottingham.
- Lubín Pigouche, P., Maciá Antón, M. A., & Rubio de Lemus, P. (2000). *Psicología matemática II*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Lule, J. (2012). *Globalization & Media. Global Village of Babel*. United States of America: University of Hawai'i-Manoa.
- Lundby, K. (ed.) (2009a). Introduction: 'Mediatization' as a Key. En Lundby, K. (ed.), *Mediatization: concept, changes, consequences*, pp. 1-20. Nueva York: Peter Lang.
- Lundby, K. (ed.) (2009b). Conclusion: Consensus and Conflict. En Lundby, K. (ed.), *Mediatization: concept, changes, consequences*, pp. 293-304. Nueva York: Peter Lang.
- Macpherson, B. (2012). Embodying the virtual: Digital opera as a new Gesamtkunstwerk?. *International Journal of Performance Arts & Digital Media*, 8(1), pp. 49-60.
- Mayring, P. (2000). Combination and integration of qualitative and quantitative. En *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum Qualitative Social Research*, 2(1).
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. London: Mit Press.
- Marcos Ramos, M. (). *Cómo realizar una educación mediática audiovisual: claves y consejos para que los padres realicen en los hogares*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Marontate, J. (2010). Public or Private? Sharing Audio-Visual Documentation of the Arts-in-action. *ESA Research Network Sociology of Culture Midterm Conference: Culture and the Making of World*, 7.
- Marriot, S. (2007). *Live television: time, space and the broadcast event*. London: Sage.

- Martel, F. (2011). *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid: Taurus Pensamiento.
- Marten, P. (2010, mayo). Designing opera online: opera by you. Recuerdo de <http://finland.fi/Public/default.aspx?contentid=191945>
- Martí Fernández, M. D., & Ortega Castejón, J. F. (). *Las TIC como recurso para el aula de música: una propuesta a través de la ópera*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Martín-Barbero, J. (1993). *Communication, culture and hegemony: From the media to mediations*. London: Sage.
- Martín-Barbero, J. (2003). The Perception of the Media and the Mediation of its Images. *Television new media*, 4(1), pp. 85-106.
- Matellanes, J. C. (2006, febrero). La ópera, un espectáculo apto para todos los públicos. *Eusko News*. Recuperado de <http://www.euskonews.com/0334zbnk/gaia33404es.html>
- Martorella, R. (1977). The Relationship Between Box Office and Repertoire: a Case Study of Opera*. *The Sociological Quarterly*, 18(3), pp. 354-366.
- Mazzarella, W. (2004). Culture, globalization, mediation. *Annual Review of Anthropology*, pp. 345-367.
- Mazzoleni, G. (2008). Mediatization of Society. En Donsbach, W. (ed.), *The International Encyclopedia of Communication*, VII, pp. 3047-3051. United States of America: Blackwell.
- McAulay, L. (2007). Unintended consequences of computer-mediated communications. *Behaviour & Information Technology*, 26(5), pp. 385-398.
- McAuley, G. (1994). The Video Documentation of Theatrical Performance. *New Theatre Quarterly*, 10(38), pp. 183-94.
- McIlvenny, P. (2011). Video interventions in “everyday life”: semiotical and spatial practices of embedded video as a therapeutic tool in reality TV parenting programmes. *Social Semiotics*, 21(2), pp. 259-288.
- Mckee, R. (2002). *Parte 2: los elementos de las historias*. Barcelona: Alba Editorial.
- Mclean, F. (1994). Services marketing: the case of museums. *The Service Industries Journal*, 14(2), pp.190-203.
- McLuhan, H. M. (1951). Technology and political change. *International Journal*, 7, pp. 189-195.

- McMahan, D. T., & Chesebro, J. W. (2003). Media and political transformations: Revolutionary changes of the world's cultures. *Communication Quarterly*, 51(2), pp. 126-153.
- McPherson, K. (2006). *Making video dance: a step-by-step guide to creating dance for the screen*. London: Taylor & Francis.
- McQuail, D. (2000). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE.
- Mecken, J. (2005). Técnicas intermediales, hipermediales y transmediales de la vanguardia (el caso de Jardiel Poncela). *Vanguardia española e intermedialidad: artes escénicas, cine y radio*, pp. 585-604.
- Merkle, G., & Young, S. (2012). *Media convergence: Networked digital media in everyday life*. New York: Palgrave Macmillan.
- Merten, K. (1995). Konstruktivismus als Theorie für die Kommunikationswissenschaft. Eine Einführung. *Medien Journal*, 4, pp. 3-19.
- Merten, K. (1999). *Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Bd. 1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft*. Berlin: Lit Verlag
- Melzer, A. (1995). Best Betrayal: The Documentation of Performance on Video and Film, Part 1. *New Theatre Quarterly*, 11(43), pp. 259-276.
- Melzer, A. (1995). Best Betrayal: The Documentation of Performance on Video and Film, Part 1. *New Theatre Quarterly*, 11(42), pp. 147- 157.
- Merkling, F. (1957, febrero). Opera Becomes Theater Via NBC-TV. *Musical America*, p. 175.
- Metz, C. (1977). *Le signifiant imaginaire: psychanalyse et cinéma* (Vol. 1134). París: Union générale d'éditions.
- Meyer, B. (Ed.). (2009). *Aesthetic formations: Media, religion, and the senses*. New York: Palgrave Macmillan.
- Meyer, B. (2011). Mediation and immediacy: sensational forms, semiotic ideologies and the question of the medium. *Social Anthropology*, 19(1), pp. 23-39.
- Meyer, S. C. (2009). Parsifal's Aura. *19th-century Music*, 33(2), pp. 151-172.
- Meyrowitz, J. (1986). Television and interpersonal behavior: Codes of perception and response. En G. Gumpert & R. Cathcart (Eds.), *Inter/media: Interpersonal communication in a media world* (3rd. ed., pp. 253–272). New York: Oxford University Press.
- Miège, B. (2006). La concentración de las industrias culturales y mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos. *CIC Cuadernos de Información y comunicación*, 11, pp. 155-166.

- Millerson, G., & Owens, J. (2012). *Television Production*. United States of America: CRC Press.
- Minsky, M. (1980). Telepresence. *Omni*, 2(9), pp. 45-51.
- Missika, J. L. (2006). *La fin de la télévision*. París: Seuil.
- Mitoma, J., et Al. (Ed.) (2002). *Envisioning dance on film and video*. London: Routledge.
- Monaco, J. (2000). *How to read a film: the world of movies, media, multimedia: language, history, theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Montgomery, M. (1986). DJ talk. *Media, Culture & Society*, 8(4), pp. 421-440.
- Monzoncillo, J. M. Á., & Villanueva, J. L. (2006). *La situación de la industria cinematográfica española: políticas públicas ante los mercados digitales*. España: Fundación Alternativas.
- Moran, J. (2001). Una historia oral con J. Moran/Entrevistador: Development staff of Chicago Symphony Orchestra. Chicago.
- Mordden, E. (1985). *El espléndido arte de la Ópera*. Buenos Aires: Javier Vergara Editor.
- Moreno Cámara, A., & Prieto Gutiérrez, J. J. (2012). Instituciones culturales en un click. *Razón y Palabra*. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/varia/N78/2a%20parte/25_MorenoPrieto_V78.pdf
http://www.razonypalabra.org.mx/varia/N78/2a parte/25_MorenoPrieto_V78.pdf
- Moreno-Cámara, A., & Prieto-Gutiérrez, J. J. (2011). Instituciones Culturales en un Click. *Razón y Palabra*, n° 78.
- Morley, D., & Silverstone, R. (1990). Domestic communication - technologies and meanings. *Media, culture & society*, 12(1), pp. 31-55.
- Morris, C. (2010). Digital diva: opera on video. *The Opera Quarterly*, 26(1), pp. 96-119.
- Moten, F. (2004). The Phonographic mise-en-scène. *Cambridge Opera Journal*, 16(3), pp. 269-281.
- Moya, M., & Vázquez, J. (2010). De la cultura a la Cibercultura: la mediatización tecnológica en la construcción de conocimiento y en las nuevas formas de sociabilidad. *Cuadernos de antropología social*, 31, pp. 75-96.
- Müller, J. E. (2002). Visions of a new history of television-or perspectives of a network history of television and of audiovisual media. La cultura mediàtica. *Models de representació i estratègies discursives*, 1, pp. 199-210.

- Münch, R., & Schmidt, J. (2005). Medien und sozialer Wandel. *Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder*, pp. 201-218.
- Muñiz de las Cuevas, M. (2007, febrero). Modernidad y nuevos públicos. *El País*. Recuperado de http://elpais.com/diario/2007/02/18/opinion/1171753214_850215.html
- Murdock, G., Wieten, J., & Dahlgren, P. (Eds.). (2000). *Television across Europe: A comparative introduction*. Sage.
- Muro, R. (2006). Pecados y virtudes de la comunicación en las artes escénicas en España. En Gómez-de-la-Iglesia, R., *La Comunicación en la Gestión Cultural*, pp. 155-164.
- Mortier, G. (2010) La ópera de nuestro tiempo. Entre una mirada actual a los clásicos y la búsqueda de nuevas formas de expresión. En Vela del Campo, J. A. (ed). *El Humanismo en la ópera*. Madrid: Consorcio Círculo de Bellas Artes. Pp. 16- 32
- Murphy, D. (2013). *Twitter. Social Communication un the Twitter Age*. London: Polity Press.
- Murphy, S. C. (2011). *How Television Invented New Media*. United States of America: Rutgers University Press.
- Murray, J. H. (1997). *Hamlet en la Holocubieta: el futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Murray, J. H. (2001). When stories come alive: Janet H. Murray sees an exciting future for electronic creativity. *The Women's Review of Books*, 18(5), pp. 11-12.
- Nattiez, J. J. (1990). Can One Speak of Narrativity in Music?. *Journal of the Royal Musical Association*, 115(2), pp. 240-257.
- Neumann-Braun, K., & Müller-Doohm, S. (Eds.). (2000). *Medien-und Kommunikationssoziologie: eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien*. Beltz Juventa.
- Nichols, B. (1981). *Ideology and the image: Social representation in the cinema and other media*. Bloomington: Indiana University Press.
- Nielsen, J. (2000). *Diseños de sitios web*. Madrid, Petrinice Hall.
- Nieto, J. (2010). Una historia oral con J. Nieto/Entrevistador: autora y compositor en el Postgrado de composición de música aplicada 2009-2010 en el Conservatorio Superior de Música Liceo. Barcelona.
- Noam, E. M., Groebel, J., & Gerbarg, D. (Eds.). (2004). *Internet televisión*. United States of America: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

- Nousiainen, J. (2012). Reframing opera in mobile media. *International Journal of Performance Arts & Digital Media*, 8(1), pp. 93-107.
- O'Connor, J. J. (1971, diciembre). TV: Tales of Hoffmann. *New York Times*, p. 90.
- O'Connor, J. E. (1990). *Image as artifact: The historical analysis of film and television*. Malabar: Robert E. Krieger.
- Oliver, R. W. (1992). The Mystique of Opera. *Performing Arts Journal*, 14(2), pp. 32-42.
- Opera and Film: can this unión be saved?. (2005). *The Washington Post*. Recuperado de <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A56556-2005Jan7.html>
<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A56556-2005Jan7.html>
- Ópera en la era TWITTER. (2010). *La Vanguardia*. Recuperado de <http://hemerotecadigital.institutdelteatre.cat/jspui/bitstream/65324/26218/1/Article%20diari.pdf>
<http://hemerotecadigital.institutdelteatre.cat/jspui/bitstream/65324/26218/1/Article diari.pdf>
- Orero, P., & Matamala, A. (2007). Accesible Opera: Overcoming Linguistic and Sensorial Barriers. *Perspectives*, 15, pp. 262-277.
- Orihuela, J. L. (2002). Internet: Nuevos paradigmas de la comunicación. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, p. 77.
- Other feature articles. (2009). *Musical America WorldWide*. Recuperado de <http://www.musicalamerica.com/features/?fid=153&fyear=2009>
- Packer, R., & Jordan, K. (2001). *Multimedia: From Wagner to Virtual Reality*. New York: Norton and Company Ltd.
- Pagannone, G. (2004). Come si segmenta il testo operistico. *Radames: prototipo d'un repertorio e archivio digitale per il melodrama*, XI, pp. 363- 394.
- Pahlen, K. (1963). ¿Qué es la ópera?. United States of America: Editorial Columba.
- Palazón, A. (1998). *Lenguaje Audiovisual*. Madrid: Acento Editorial.
- Palmer, J., & Riley, M. (1993). *The Films of Joseph Losey*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Paradiso, J. A. (1999). The Brain Opera Technology: New Instruments and Gestual Sensors for Musical Interactions and Performance. *Journal of New Music Research*, 28(2), pp. 130-149.
- Parikka, J. (2012). *What is Media Archaeology?* Cambridge: Polity.

- Parker, R. (1998). *Historia ilustrada de la ópera*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Parkhurst Ferguson, P. (1999). *On television*. United States of America: The New Press.
- Paulin, S. D., Buhler, J., Flinn, C., & Neumeyer, D. (2000). Richard Wagner and the fantasy of cinematic unity: the idea of the Gesamtkunstwerk in the history and theory of film music. *Music and Cinema*, pp. 58-84.
- Pereira-Domínguez, C., & Urpí-Guercia, C. (2005). Cine y Juventud: una propuesta educativa integral. *Revista de estudios de juventud*, 68, pp.73-89.
- Pérez, H. J. (2012). Introduction. En Pérez, H. J., *Opera and video. Technology and Spectatorship* (pp. 7-12). Berlin: Peter Lang.
- Pérez Ornia, J. R. (1991). *El arte del vídeo. Introducción a la historia del vídeo experimental*. Barcelona: RTVE Serbal.
- Pérez Ornia, J. R. (2011). *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos: Aplicaciones con SPSS*. Incluye CD (1st ed.). Pearson Educación de México -75.
- Perkins, V. F. (1997). *El lenguaje del cine* (Vol. 74). Madrid: Editorial Fundamentos.
- Pescatore, G. (2001). *La voce e il corpo: l'opera lirica al cinema* (Vol. 8). Bologna: Campanotto.
- Peters, J. D. (1997). Seeing Bifocally: Media, Place, Culture. En Gupta A., & Ferguson J., *Culture, Power, Place: Explorations in Critical Anthropology*, pp. 72-92. United States of America: Duke University Press.
- Peterson, R. A., & Berger, D. G. (1971). Entrepreneurship in organizations: Evidence from the popular music industry. *Administrative Science Quarterly*, pp. 97-106.
- Peterson, R. A. (1990). Why 1955? Explaining the advent of rock music. *Popular Music*, 9(1), pp. 97-116.
- Peterson, R. A., & Anand, N. (2004). The production of culture perspective. *Annual review of sociology*, pp. 311-334.
- Phelan, P. (2004). *Unmarked: The politics of performance*. London: Routledge.
- Phillips, J. (2008). *Cinematic Thinking. Philosophical Approaches to the New Cinema*. Standfor: Standfor University Press.
- Picard, R. (1989). *Media Economics*. London: Sage.
- Picon-Vallin, B. (2001). Passages, Interferences, Hybridations: Le Film de theatre. *Theatre Research International*, 26(02), pp. 190-198.

- Pierson, M. (2005). A production Designer's Cinema: Historical Authenticity in Popular Films Set in the Past. En King, G., *The Spectacle of the Real: From Hollywood to Reality Tv and Beyond*. Bristol: Intellect Books.
- Pitts, S. (2005). What makes an audience? Investigating the roles and experiences of listeners at a chamber music festival. *Music and letters*, 86 (2), pp. 257-269.
- Pleasants, H. (1989). *Opera in crisis: Tradition, present, future*. New York: Thames and Hudson.
- Powrie, P., et Al. (2007). *On Film: A Cultural History*. United States of America: Indiana University Press.
- Press, A. & Livingstone, S. (2006). Taking Audience Research into the Age of New Media: Old Problems and New Challenges. En White, M., & Schwock, J., *Questions of Method in Cultural Studies*, pp. 175-200. United States of America: Blackwell.
- Purse, L. (2005). The New Spatial Dynamics of the Bullet-Time Effect. En King, G., *The Spectacle of the Real: From Hollywood to Reality Tv and Beyond*. Bristol: Intellect Books.
- Puttnam, D., & Watson, N. (1997). *The undeclared war: The struggle for control of the world's film industry*. España: Harper Collins.
- Puttnam, D. (2000, enero). Cine y Sociedad. *Nuestro Tiempo*, pp. 104-110.
- Radigales, J. (1999). *L'Òpera. Música, teatre i espectacle*. Barcelona: Enciclopedia Catalana.
- Radigales, J. (2005). La ópera y el cine: afinidades electivas. En Olarte, M. (ed.) *La música en los medios audiovisuales*, pp. 59-84. Salamanca: Universitaria.
- Radigales, J., & Fraile Prieto, T. (2006). La música en los estudios de Comunicación Audiovisual. Prospecciones y estado de la cuestión. *Trípodos. com: revista digital de comunicació*, (19).Pp. 100- 112.
- Radigales, J. (2007). El eròtic i la música: el Don Giovanni de Mozart. En Malé, J. *Del mite als mites*. Santa Coloma de Queralt: Obrador Edènum. Pp. 79- 102
- Radigales, J. (2009). Lo cinematográfico en Puccini. Lo pucciniano en el cine. En Olarte, M. (ed.) *Reflexiones en torno a la música y la imagen desde la musicología española*, pp. 197-215. Salamanca: Plaza Universitat Ediciones.
- Radigales, J. (2013). Media literacy and new entertainment venues: The case of opera in movie theatres. *Communication&Society/Comunicación y Sociedad*, 26(3), pp. 160-170.
- Radigales, J., & Villanueva, I. (2011, septiembre). La ópera y cine en España: la ópera como producto audiovisual. Retos para el siglo XXI. *Comunicación presentada en el Simposio Internacional de Música y Cine*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.

- Rajewsky, I. O. (2005). Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality, *Intermédialité - Histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques*, 6, pp. 43-64
- Ramírez Soley, J. (2011). Una historia oral con J. Ramírez Soley/Entrevistador: autora en el Espai Liceu de Barcelona al Young Delegate del grupo jòven de Ópera Europa. Barcelona.
- Reason, M. (2004). Theatre Audiences and Perceptions of “Liveness” in Performance. *Participations*, 1(2).
- Reay, P. (2004). *Music in film: Soundtracks and Synergy*. United States of America: Wallflower Press.
- Rémy, P. J. (1979). *Don Giovanni, Mozart, Losey*. Paris: Albin Michel.
- Renckstorf, K., McQuail, D., & Jankowski, N. (1996). *Media use as social action: a European approach to audience studies*. London: John Libbey and Co. Ltd.
- Rhurmann, G. (2005). Aktualität und Publizität revisited: Nachrichtenfaktoren und Beachtungsgrad von TV-Meldungen amb Beispiel des Themas ‘Migranten’. En Wienand, E., Westerbarkey, J. & Scholl. *Kommunikation über Kommunikation: Theorien, Methoden und Praxis. Festschrift für Klaus Merten*. Wiesbaden: VS Verlag, pp. 67-82.
- Richardson, J. (2012). *An Eye for Music: Popular Music and the Audiovisual Surreal*. Oxford: Oxford University Press.
- Riley, B. (1990). Camera Angles. *Opera News*, 54, pp. 12-15.
- Rizzo, M. (2005). *The Art Direction Handbook for Film*. United States of America: Focal Press.
- Roberts, L. G. (2004). *The cinematic theatre: interpreting video director's opera*. Oxford: University of Oxford.
- Robinson, P. A. (1986). *Opera and Ideas: From Mozart to Strauss*. United States of America: Cornell University Press.
- Rockwell, J. (1981, enero). The Impact of TV on Opera. *New York Times*, section II, p. 1.
- Rohan, M. S. (Ed.). (1994). *The classical video guide*. London: Gollancz.
- Román, A. (2008). *El lenguaje musivisual: semiótica y estética de la música cinematográfica*. Madrid: Editorial version libros.
- Rombes, N. (2009). *Cinema in the Digital Age*. New York: Wallflower Press.

- Rose, B. G. (1986). *Television and the performing arts: A handbook and reference guide to American culture programming*. United States of America: Greenwood Publishing Group.
- Roselli, J. (1998). La ópera como acontecimiento social. En Parker, R. (ed.) *Historia ilustrada de la ópera*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Rosmarin, R. (1999). *When Literature Becomes Opera: Study of a Transformational Process* (Vol. 8). Atlanta: Rodopi.
- Ross, K. (2008). *May'68 and its Afterlives*. Chicago: University of Chicago Press.
- Rössel, J. (2011). Cultural capital and the variety of modes of cultural consumption in the opera audience. *The Sociological Quarterly*, 52(1), pp. 83-103.
- Rosser, M. (2013). Opera tops “event cinema” in Europe. *Screendaily*. Recuperado de <http://www.screendaily.com/news/opera-tops-event-cinema-in-europe/5053905.article>
- Rückriem, G. (2010). Digital technology and Mediation - a Challenge to Activity Theory. *Cultural-Historical Psychology*, (4), pp. 30-38.
- Ruiz, R. (2005). *Poeties in Cinema*. París: Editions Dis Voir.
- Rügenapp, P. (1997). Hans von Wolzogen und Gottlieb Federlein. Zwei Leitmotivexegeten des ‘Ring des Nibelungen’. *Acta Musicologica*, 69(2), pp. 120-133.
- Rushton, J. (Ed.). (1981). *W.A. Mozart: Don Giovanni*. New York: Cambridge University Press.
- Saavedra, M. (2013). La Ópera de la ciudad de Nueva York al borde del cierre. *El Confidencial*. Recuperado de http://www.elconfidencial.com/cultura/2013-09-12/la-opera-de-la-ciudad-de-nueva-york-al-borde-del-cierre_27405/
- Sabaneev, L., & Pring, S. W. (1940). Opera and the Cinema. *Musical Times*, 81, pp. 9-11.
- Sadie, S. (ed.). (1980). *The New Grove Dictionary of Opera*. London: Macmillan Publishers Limited.
- Sadie, S. (ed.). (1980). *The New Grove Dictionary of Music and Musicians*. London: Macmillan Publishers Limited.
- Salaverría, R., García Avilés, A., & Masip, P. (2010). Concepto de convergencia periodística. En X. López García y X. Pereira (Ed.), *Convergencia Digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico
- Sanchez, S. (2008). La ópera en pantalla grande. Entrevista a José Batlle. *Opera Actual*, 116, pp. 36-37.

- Sánchez Solís, A. (2013, abril). Los teatros europeos de opera buscan la forma de abrirse a nuevos públicos. *El Comercio*. Recuperado de <http://www.elcomercio.es/v/20130405/cultura/teatros-europeos-opera-buscan-20130405.html>
- Satgé, A., & Lavelli, J. (1979). *Opéra et mise a mort*. París: Librairie Arthème.
- Scannell, P. (1996). *Radio, television and modern life: A phenomenological approach*. London: Blackwell.
- Scemama, P. & Russel, S. (2007). *L'Opéra au XX siècle*. París: Les Éditions Textuel.
- Scheff, J., & Kotler, P. (1996). Crisis in the arts: the marketing response. *California Management Review*, 39(1), pp. 28-52.
- Schevers, H., Mitchell, J., Akhurst, P., Marchant, D., Bull, S., McDonald, K., ... & Linning, C. (2007). Towards digital facility modelling for Sydney opera house using IFC and semantic web technology. *ITcon*, 12, pp. 347-362.
- Schroeder, D. (2002). *Cinema's Illusions, Opera's Allure*. New York: The Continuum International Publishing Group.
- Schröter, J. (2008). Das ur-intermediale Netzwerk und die (Neu-) Erfindung des Mediums im (digitalen) Modernismus. Intermedialität analog/digital. *Theorien–Methoden–Analysen*, pp. 579-601.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, 19, pp. 87–101.
- Schwartz, LL. (1983, enero). Opera on Television. *Atlantic*, p. 86.
- Schweiger, W. (2007). *Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer DE.
- Schrott, A. (2009). Dimensions: Catch-All Label or Technical Term. In K. Lundby (ed.), *Mediatization. Concepts, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang.
- Scott, J., García-Noblejas, J. J., & Leahy, E. B. (1979). *El cine: un arte compartido*. Navarra: Universidad de Navarra.
- Sebok, B. R. (2007). *Convergent Hollywood, DVD, and the Transformation of the Home Entertainment Industries (PbD)*. United States of America: University of Texas.
- Seiter, E., Borchers, H., Kreutzner, G., & Warth, E. M. (1989). *Remote control: Television, audiences and cultural power*.

- Selig, R. L. (2000). The Endless Reading of Fiction: Stuart Moulthrop's Hypertext Novel Victory Garden. *Contemporary Literature*, 41(4), pp. 642-59.
- Senici, E. (2009). Il video d'opera 'dal vivo': testualizzazione e liveness nell'era digitale. *Il Saggiatore Musicale*, 16(2), pp. 273-312.
- Senici, E. (2010). Porn style? Space and time in live opera videos. *The Opera Quarterly*, 26(1), pp. 63-80.
- Senici, E. (2012). Oper and Italian Television: The First Thirty Years, 1954-1984. En Pérez, H. J., *Opera and Video. Technology and Spectatorship* (pp. 45-70). Berlin: Peter Lang.
- Serra, A. (2011). Cultural Ring Latinoamerica-Europe, TEIN3 and other live experiences. *Network Performing Arts Production Workshop*.
- Sgae. (2010). Anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales. *Dossier de prensa*. Recuperado de http://www.sgae.es/recursos/documentacion/anuario2010_dossierprensa.pdf
- Shaw, D. A. (2008). *Technoculture: The key concepts*. New York: Berg Sheil.
- Sheil, A. (2012). The Opera Director's Voice: DVD "Extras" and the Question of Authority. En Pérez, H. J., *Opera and Video. Technology and Spectatorship* (pp. 129-152). Berlin: Peter Lang.
- Sheppard, A. W. (2007). Review of the Metropolitan Opera's new HD movie theater broadcasts. *American Music*, 25(3), pp. 383-387.
- Siepmann, C. A. (1950). *Radio, television and society*. Oxford: Oxford University Press.
- Sight and sound: most valuable player. (2009). *Opera News*. Recuperado de http://www.operanews.com/Opera_News_Magazine/2009/12/Departments/Sight_and_Sound_Most_Valuable_Player.html
http://www.operanews.com/Opera_News_Magazine/2009/12/Departments/Sight_and_Sound_Most_Valuable_Player.html
- Silverman, K. (1996). *The Threshold of the Visible World*. New York: Routledge.
- Silverstone, R. (1994). *Television and Everyday Life*. New York: Routledge.
- Silverstone, R. (1999). *Why study the media?*. London: Sage.
- Simpson, A. (1990). *Opera on Film: A Study of the History and Aesthetic Principles of a Hybrid Genre*. United States of America: University of Kentucky.
- Singleton, K. (2002). *Opera on stage*. United States of America: University of Chicago Press.
- Small, H. F. (1918). On Opera. *The Musical Quarterly*, 4(1), 37-49.

- Small, C. (1998). *Musicking: The meanings of performing and listening*. Hanover and London: University Press of New England/Wesleyan University Press
- Smith, J. (1993). Opera as an Interdisciplinary Art. *Music Educators Journal*, 79, pp. 21-61.
- Smith, J. (2008). *Vocal tracks: performance and sound media*. Unites States of America: University of California Press.
- Snowman, D. (2009). *The Gilded Stage: A Social History of Opera*. London: Atlantic Books.
- Sobchack, V. (1990). Surge and Splendor: A Phenomenology of the Hollywood Historical Epic. *Representations*, 29, pp. 24-49.
- Speed, B. (2012). *Opera Enormous: Arias in the Cinema*. United States of America: University of Maine.
- Starkey, R. (2000). Environmental management tools: Some options for small and medium-sized enterprises. *Small and medium-sized enterprises and the environment: Business imperatives*, 1(80), pp. 95-105.
- Steichen, J. (2009). The Metropolitan Opera Goes Public: Peter Gelb and the Institutional Dramaturgy of The Met: Live in HD. *Music and the Moving Image*, 2(2), pp. 24-30.
- Steichen, J. (2011). HD Opera: A Love/Hate Story. *The Opera Quarterly*, 27(4), pp. 443-459.
- Steichen, J. (2012). Recordings in review. *The Yale Review*, 100(3), pp. 204-209.
- Steömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), pp. 228–246.
- Steuer, J. (1992). Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. *Journal of communication*, 42(4), pp. 73-93.
- Michael Strangelove. (2010). *Watching YouTube: Extraordinary videos by ordinary people*. Toronto: University of Toronto Press.
- Strohm, R. (1997). *Dramma per musica: Italian opera seria of the eighteenth century*. United States of America: Yale University Press.
- Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *International Journal of Press/Politics* 13, pp. 228–46.
- Strömbäck, J. (2011). Mediatization and Perceptions of the Media's Political Influence. *Journalism Studies*, 12(4), pp. 423-439.
- Sutcliffe, T. (1996). *Believing in opera*. United States of America: Princeton University Press.

- Swanson, S. R., Davis, J. C., & Zhao, Y. (2008). Art for art's sake? An examination of motives for arts performance attendance. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 37(2), pp. 300-323.
- Tambling, J. (1987). *Opera, Ideology and Film*. New York: St. Martin's Press.
- Tambling, J. (1994). *A night at the Opera: Media Representations of Opera*. London: John Libbey and Co.
- Tambling, J. (1994). Introduction: Opera in the Distraction Culture. *A Night in at the Opera: Media Representations of Opera*, pp. 3-5.
- Taneja, H., & Mamoria, U. (2012). Measuring media use across platforms: Evolving audience information systems. *International Journal on Media Management*, 14(2), pp. 121-140.
- Tannenbaum, P. H. (1956). Music background in the judgment of stage and television drama. *Audiovisual communication review*, 4(2), pp. 92-101.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital* (Vol. 302). New York: McGraw-Hill.
- Tatarkiewicz, W. (1996). *Historia de Seis Ideas*. Madrid: Ediciones Tecnos.
- Taubman, H. (1953, febrero). Bohème Telecast Rewarding Work. *New York Times*, p. 20.
- Terrón, J. M. A., & Martínez, I. J. M. (2008). La cuarta pantalla: industrias culturales y contenido móvil. *Sociedad móvil: tecnología, identidad y cultura*, pp. 187-220. Madrid: Biblioteca Nueva.
- The Metropolitan Opera. (2010). Annual Reports; 2007- 2008 and 2008-2009. Recuperado http://www.metoperafamily.org/uploadedFiles/MetOpera/about_the_met/annual_report/ANNUALreport.pdf
- The Metropolitan Opera. (2012). Annual Reports; 2010-2011. Recuperado http://www.metoperafamily.org/uploadedFiles/MetOpera/about_the_met/annual_report/ANNUALreport.pdf
- Theberge, P. (1997). *Any Sound You Can Imagine: Making Music/Consuming Technology*. United States of America: Wesleyan University Press.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. United States of America: Stanford University Press.
- Throsby, D. (1994). The production and consumption of the arts: a view of cultural economics. *Journal of economic literature*, 32(1), pp. 1-29.

- Thussu, D. K. (2008). *News as entertainment: The rise of global infotainment*. London: Sage.
- Till, N. (2012). *The Cambridge Companion to Opera Studies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tomlinson, G. (2001). *Canto Metafísico: un ensayo sobre la Ópera*. Barcelona: Idea Books.
- Treadwell, J. (1998). Reading and staging again. *Cambridge Opera Journal*, 10(02), pp. 205-220.
- Tubella, I., Tabernero, C., & Dwyer, V. (2008). *Internet i televisió: La guerra de les pantalles*. Barcelona: Ariel.
- Turim, M. (1980). The Place of Visual Illusions. En Lauretis, T., & Heath, S. (1980), *The Cinematic Apparatus*, pp. 143- 150.
- Turnock, R. (2007). *Television and consumer culture*. London: I. B. Tauris & Co. Ltd.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen*. New York: Touchstone.
- Turow, J. (1992). The organizational underpinnings of contemporary media conglomerates. *Communication Research*, 19(6), pp. 682-704.
- UE, 2006. An innovation-friendly, modern Europe. COM (2006) 589 final (Bruselas, 12-10-06)
- Ulmer, G. (1989). *Teletheory: Grammatology in the Age of Video*. London: Routledge.
- Utterson, A. (Ed.). (2005). *Technology and Culture: The Film Reader*. London: Routledge.
<http://www.ryerson.ca/~c5davis/publications/Vladica-Davis - value propositions of live cinema - 1 May 2013.pdf>
- Van der Lek, R. A. J. (1991). *Diegetic Music in Opera and Film: A Similarity Between Two Genres of Drama Analysed in Works by Erich Wolfgang Korngold (1897-1957) (with a Summary in Dutch)*. Atlanta: Rodopi.
- Vanderbeeken, R. (2011). The screen as an in-between. *Foundations of Science*, 16(2-3), pp. 245-257.
- Varney, D., & Fensham, R. (2000). More-and-less-Than: Liveness, Video Recording and the Future of Performance- Live and Mediatized Performance, and the Need for a Theory of “Videocy”. *New Theatre Quarterly*, 16(61), pp. 88-96.
- Varon, G. (2012). Overtures on Screen. En Pérez, H. J., *Opera and Video. Technology and Spectatorship* (pp. 91-114). Berlin: Peter Lang.

- Veilleux, M. (2004). L'opéra dal teatro allo schermo televisivo. En Nattiez, J. (2004). *Enciclopedia della Musica*, IV, pp. 849- 870.
- Verdú, D., & Ruiz Mantilla, J. (2012, enero). Los desafíos de la ópera para sobrevivir en un mundo en crisis. *El País*. Recuperado de <http://blogs.elpais.com/el-concertino/2012/01/desafios-opera-mundo-crisis.html>
- Verdú, D. (2013). Ramon Gener, el hombre que iba a la ópera en vaqueros. *El País*. Recuperado de <http://blogs.elpais.com/el-concertino/2013/05/operatexans.html>
- Verhoeff, N. (2012). *Mobile Screens. The Visual Regime of Navigation*. Europe: OAPEN.
- Viale Ferrero, M., (2002). Stage and Set. In, Bianconi, L., Pestelli, G., & Singleton, K. (Eds.). *Opera on stage* (Vol. 5). Chicago: University of Chicago Press.
- Vincent, D. (2012). “Temps Spatialisé”: Opera Relays and the Sense of Temporality. En Pérez, H. J., *Opera and Video. Technology and Spectatorship* (pp. 71-90). Berlin: Peter Lang.
- Viveros Fuentes, S. (2010). *Manual de Publicaciones de American Psychological Association*. Méjico: Editorial Manual Moderno.
- Vladica, F., & Davis, C. H. (2013). *Value propositions of opera and theater live in cinema*. Dubai: Canadian University of Dubai. Pp. 1- 31. Recuperado de <http://www.ryerson.ca/~c5davis/publications/Vladica-Davis%20-%20value%20propositions%20of%20live%20cinema%20-%201%20May%202013.pdf><http://www.ryerson.ca/~c5davis/publications/Vladica-Davis-value-propositions-of-live-cinema-1-May-2013.pdf>
- Volbach, W. R. (1967). *Problems of Opera Production*. United States of America: Archon Books.
- Wagner, R. (1995). Oper und Drama. En Melendres, J. (Ed.), *Escrits Teòrics*. Valencia: Libera Graf.
- Wagner, R. (2007). *La obra de arte del futuro. Colección Estética & Crítica*. Valencia: Universitat de Valencia.
- Wajcman, J. (2008). Life in the fast lane? Towards a sociology of technology and time. *The British journal of sociology*, 59(1), pp. 59-77.
- Wakin, D. J. (2010, noviembre). Orchestras on Big Screens: Chase Scene Needed?. *New York Times*.
- Walter, M. (2006). *Framing and Deframing the Opera. Framing borders in literature and other media*, 1, p. 429.
- Wasserman, A. (2009, diciembre). *Sight and Sound: Most Valuable Player. Opera News*, 74(6).

- Webster, J. G. (2008). Structuring a marketplace of attention. En Turow, J., & Tsui, L. (Eds.), *The hyperlinked society: Questioning connections in the digital age*, pp. 23-38.
- Weiner, M. (2002). Why Does Hollywood like Opera?. In, Joe, J., & Theresa, R. (Eds.). *Between opera and cinema* (Vol. 4). New York: Psychology Press.
- White, M. (2004). The Attractions of Television: Reconsidering Liveness. En Couldry, N., & McCarthy, A., *Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age*, pp. 75- 92.
- Wiebe, H. (2009). A Note from the Guest Editor. *The Opera Quarterly*, 25(1-2), pp. 3-5.
- Will, R. (2011). Zooming In, Gazing Back: Don Giovanni on Television. *The Opera Quarterly*, 27(1), pp. 32-65.
- Williams, L. (1995). *Viewing positions: Ways of seeing film*. United States of America: Rutgers University Press.
- Wilson, A. (2007). Killing time: Contemporary representations of opera in British culture. *Cambridge Opera Journal*, 19(3), p. 249.
- Wing Chan, T., & Goldthorpe, J. H. (2005). *Cultural Trends: The social stratification of theatre, dance and cinema attendance*. London: Routledge.
- Winter, M. H. (1941). The Function of Music in Sound Film. *The Music Quarterly*, 27(2), pp. 146-164.
- Wlaschin, K. (1997/2004). *Opera on Screen. A Guide to 100 Years of Films and Videos*. Los Angeles: Beachwood Press.
- Wolf, M. (1999). *The Entertainment Economy*. London: Penguin Books.
- Worthen, W. B. (2007). Performing Shakespeare in digital culture. *The Cambridge Companion to Shakespeare and Popular Culture*, pp. 227-247.
- Wright, K. A. (1957). Television and Opera. *Tempo*, New Series, 45, pp. 8-14.
- Yorke, D. A., & Jones, R. R. (1984). Marketing and museums. *European Journal of Marketing*, 18(2), pp. 90-99.
- Zallo, R. (2011). Paradojas de la Cultura Digital. *Telos* (Vol.88). Recuperado de http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011072809010001&activo=6.do
- Zanger, A. (2006). *Film remakes as ritual and disguise: from Carmen to Ripley*. Amsterdam: Leiden University Press.

- Zavala, L. (2005, agosto). Cine clásico, Moderno y Posmoderno. Del cine clásico al moderno. *Razón y palabra*. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n46/lzavala.html>
- Zizek, S., & Dolar, M. (2002). *Opera's second death*. New York: Psychology Press.
- Zomerdijk, L. G., & Voss, C. A. (2011). NSD Processes and Practices in Experiential Services. *Journal of Product Innovation Management*, 28(1), pp. 63-80.
- Zoppelli, L. (1994). *L'opera come racconto*. Venezia: Marsilio.

6. 2. Filmografía

- Abbado, C. (conductor), & Lesowsky, W. (television director). (1990). Don Giovanni. Austria: Theater an der Wien.
- Bonyng, R. (conductor), & Browning, K. (television director). (1978). Don Giovanni. United States: Metropolitan Opera House, New York.
- Czinner, P. (conductor), & Graf, H. (television director). (1954). Don Giovanni. Austria: Salzburg Festival.
- Conlon, J. (conductor), & Montes-Baquer, J. (television director). (1991). Don Giovanni. Germany: Cologne City Opera.
- Davis, C. (conductor), & Wood, P. (television director). (1988). Don Giovanni. United Kingdom: Royal Opera House, London.
- De Billy, B. (conductor), & Bargalló, T. (television director). (2002). Don Giovanni. Spain: Gran Teatre del Liceu, Barcelona.
- De Billy, B. (conductor), & Large, B. (television director). (2008). Don Giovanni. Austria: Salzburg Festival.
- Divall, R. (conductor), & Jones, S. (television director). (1986). Don Giovanni. Australia: The Victoria State Opera, Melbourne.
- Fricisay, F. (conductor), & Unkel, R. (television director). (1961). Don Giovanni. Germany: Deutsche Oper Berlin.
- Harding, D. (conductor), & Brook, P. (television director). (1998). Don Giovanni. France: Aix en Provence.
- Harding, D. (conductor), & Fibich, K. (television director). (2006). Don Giovanni. Austria: Salzburg Festival.

- Harnouncourt, N. (conductor), & Large, B. (television director). (2001). Don Giovanni. Switzerland: Opernhaus Zürich.
- Jacobs, R. (conductor), & Wübboldt, G. (television director). (2008). Don Giovanni. Austria: Innsbruck Festival.
- Jurowski, V. (conductor), & Maniura, P. (television director). (2010). Don Giovanni. United Kingdom: Glyndebourne.
- Karabtchevsky, I. (conductor), & Catani, I. (television director). (1996). Don Giovanni. Italia: Teatro La Fenice di Venecia.
- Leinsdorf, E. (conductor), & Weiker, V. (television director). (1995). Don Giovanni. Austria: Salzburger Marionettentheatre, Salzburg.
- Levine, J. (conductor), & Halvorson, G. (television director). (2000). Don Giovanni. United States: Metropolitan Opera House, New York.
- Levine, J. (conductor), & Large, B. (television director). (1990). Don Giovanni. United States: Metropolitan Opera House, New York.
- Maazel, L. (conductor), & Losey, J. (television director). (1979). Don Giovanni. France: L'ópera de Paris.
- Mackerras, C. (conductor), & Caban, M. (television director). (1991). Don Giovanni. Czech Republic: Estates Theater, Prague.
- Mackerras, C. (conductor), & Lough, R. (television director). (2008). Don Giovanni. United Kingdom: Royal Opera House, London.
- Metzmacher, I. (conductor), & Vermeiren, M. (television director). (2008). Don Giovanni. Netherlands: Netherlands Opera.
- Molinari-Pradelli, F. (conductor), & Vaccari, G. (television and stage director). (1960). Don Giovanni. Italia: Radiotelevisione Italiana, Milan.
- Mortensen, L. U. (conductor), & Holten, K. (television director). (2010). Don Giovanni. Dinamarca: Concerto Copenhagen.
- Muti, R. (conductor), & Pacchetti, A. (television director). (1987). Don Giovanni. Italia: Teatro alla Scala, Milan.
- Pablo Pérez, V. (conductor), & Lough, R. (television director). (2005). Don Giovanni. Spain: Teatro Real, Madrid.
- Rhorer, J. (conductor), & Roussillon, F. (television director). (2013). Don Giovanni. France: Théâtre des Camps-Elysées, Paris.

- Sander, A. (conductor), & Mendizábal, J. L. (television director). (1980). Don Giovanni. Spain: Gran Teatre del Liceu, Barcelona.
- Smith, C. (conductor), & Sellars, P. (stage director). (1990). Don Giovanni. United States: Pepsico Summerfare Festival, SUNY Purchase, New York.
- Von Karajan, H. (conductor), & Viller, C. (television director). (1987). Don Giovanni. Austria: Salzburg Festival.
- Wigglesworth, M. (conductor), & Kirkpatrick, C. (television director). (2011). Don Giovanni. Australia: Sydney Opera House.

ANEXOS:

- 1. FICHAS TÉCNICAS DE LOS CASOS DE ESTUDIO**
- 2. RESUMEN DE RESULTADOS ESTADÍSTICOS**
- 3. TABLAS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDOS**

ANEXO 1

FICHAS TÉCNICAS DE LOS CASOS DE ESTUDIO

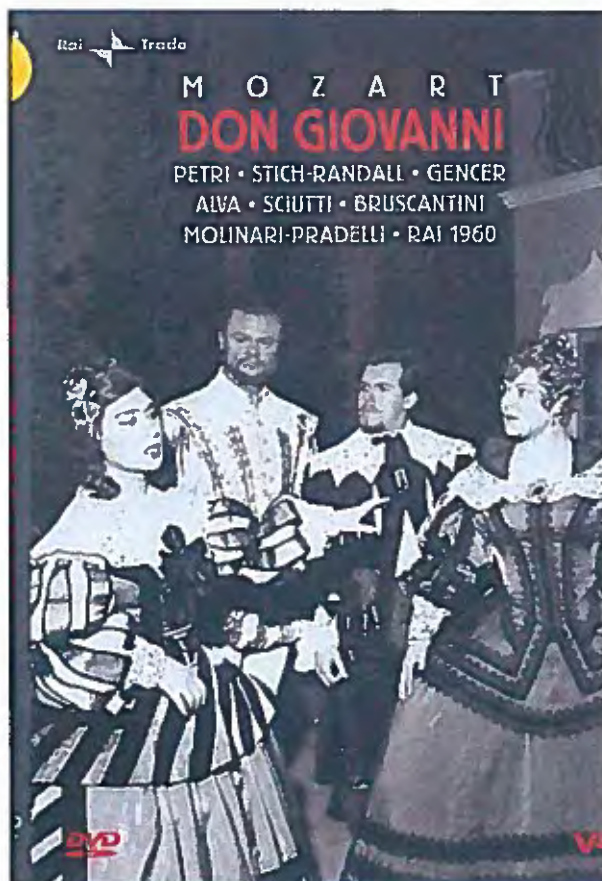


1. Wiener Staatsoper. Salzburg Festival (1954)

Don Giovanni	Cesare Siepi
Donna Elvira	Elisa Della Casa
Il Commendatore	Deszö Ernster
Leporello	Otto Edelmann
Donna Anna	Elisabeth Grümmer
Zerlina	Erna Berger
Don Ottavio	Anton Dermota
Masetto	Walter Berry
Director musical	Paul Czinner
Director audiovisual	Herbert Graf

Wiener Philharmoniker

Deutsche Grammophon, Unitel



2. Radiotelevisione Italiana. Milán (1960)

Don Giovanni	Mario Petri
Donna Elvira	Leyla Gencer
Il Commendatore	Heinz Borst
Leporello	Sesto Bruscantini
Donna Anna	Teresa Stich-Randall
Zerlina	Graziella Sciutti
Don Ottavio	Luigi Alva
Masetto	Renato Cesari
Director musical	Francesco Molinari-Pradelli
Director audiovisual	Giacomo Vaccari

Orchestra and Chorus of Radiotelevisione Italiana
Milano

Video Artists International, Inc., Rai Trade



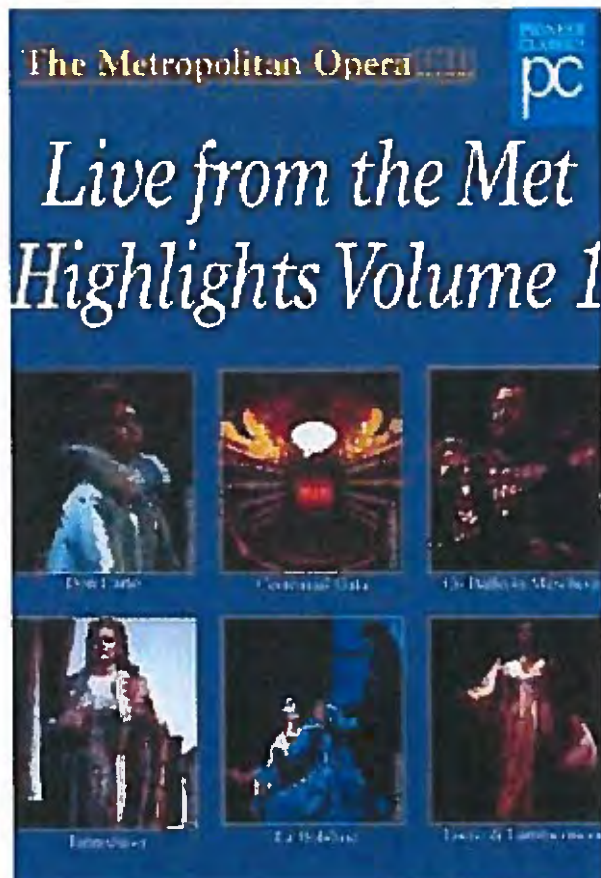
3. Deutsche Oper Berlin (1961)

Don Giovanni	Dietrich Fischer-Dieskau
Donna Elvira	Pilar Lorengar
Il Commendatore	Josef Greindl
Leporello	Walter Berry
Donna Anna	Elisabeth Grümmer
Zerlina	Erika Köth
Don Ottavio	Donald Grobe
Masetto	Ivan Sardi

Director musical	Ferenc Fricsay
Director audiovisual	Rolf Unkel

Chorus and Orchestra of the Deutsche Oper Berlin

ArtHaus Musik



4. Metropolitan Opera House. New York (1978)

Don Giovanni	James Morris
Donna Elvira	Julia Varady
Il Commendatore	John Macurdy
Leporello	Gabriel Bacquier
Donna Anna	Joan Sutherland
Zerlina	Huguette Tourangeau
Don Ottavio	John Brecknock
Masetto	Allan Monk

Director musical	Richard Bonyng
Director audiovisual	Kirk Browning

Metropolitan Opera Orchestra and Chorus

Pioneer Classics



Información obtenida de los archivos del Gran Teatre del Liceu. No se ha encontrado carátula.

5. Don Giovanni. Mozart-Losey (1979)

Don Giovanni	Ruggero Raimondi
Donna Elvira	Kiri Te Kanawa
Il Commendatore	John Macurdy
Leporello	Jose Van Dam
Donna Anna	Edda Moser
Zerlina	Teresa Berganza
Don Ottavio	Kenneth Riegel
Masetto	Malcolm King

Director musical	Lorin Maazel
Director audiovisual	Joseph Losey

L'Opéra de Paris

Gaumont, Camera one, Opera film produzione, Janus film, Antenne 2

6. Gran Teatre del Liceu. Barcelona (1980)

Cast	Luisa Bosabalian
	Adelaida Negri
	Carla Basto
	Nelson Portella
	Raimundo Mettre
	Pedro Liendo
	Antonio Borrás

Director musical	Alexander Sander
Director audiovisual	José Luis Mendizábal

Orquesta y Coro del Gran Teatre del Liceu

Archivo del Gran Teatre del Liceu

No se ha encontrado carátula. Grabación en VHS.

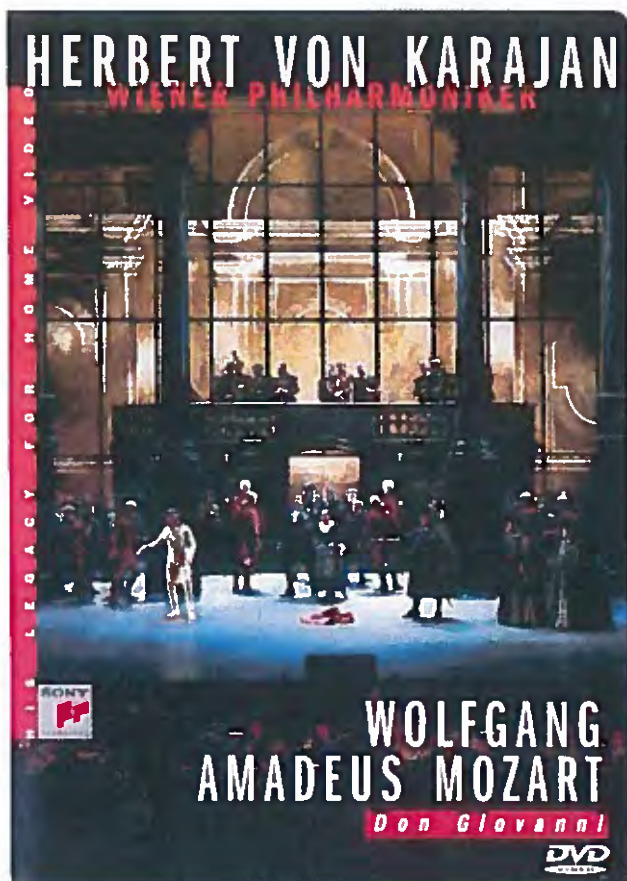
7. The Victoria State Opera. Melbourne (1986)

Don Giovanni	Louis Otey
Donna Elvira	Gillian Sullivan
Il Commendatore	Richard Curtin
Leporello	Roger Howell
Donna Anna	Merlyn Quaife
Zerlina	Suzanne Johnston
Don Ottavio	Anthony Roden
Masetto	Peter Coleman-Wright

Director musical	Richard Dival
Director audiovisual	Stephen Jones

The Victoria State Opera Chorus & The Elizabethan
Melbourne Orchestra

Australian Broadcasting Corporation



8. Wiener Staatsoper. Salzburg Festival (1987)

Don Giovanni	Samuel Ramey
Donna Elvira	Julia Varady
Il Commendatore	Paata Burchuladze
Leporello	Ferruccio Furlanetto
Donna Anna	Anna Tomowa-Sintow
Zerlina	Kathleen Battle
Don Ottavio	Gösta Winbergh
Masetto	Alexander Malta

Director musical	Herbert Von Karajan
Director audiovisual	Claus Viller

Wiener Philharmoniker

Sony Classical



9. Teatro alla Scala. Milán (1987-1988)

Don Giovanni	Thomas Allen
Donna Elvira	Ann Murray
Il Commendatore	Sergej Koptchak
Leporello	Claudio Desderi
Donna Anna	Edita Gruberova
Zerlina	Susanne Mentzer
Don Ottavio	Francisco Araiza
Masetto	Natale De Carolis

Director musical	Riccardo Muti
Director audiovisual	Angelo Pacchetti

Orchestra and Chorus of Teatro alla Scala

Opus Arte

No se ha encontrado carátula. Grabación en VHS.

10. Royal Opera House. Londres (1988)

Don Giovanni	Thomas Allen
Donna Elvira	Kiri Te Kanawa
Il Commendatore	Gwynne Howell
Leporello	Stafford Dean
Donna Anna	Makvala Kasrashvili
Zerlina	Joan Rodgers
Don Ottavio	Stuart Burrows
Masetto	Gordon Sandison

Director musical	Colin Davis
Director audiovisual	Peter Wood

No se ha encontrado carátula. Grabación en VHS.

11. The Metropolitan Opera. New York (1990)

Don Giovanni	Samuel Ramey
Donna Elvira	Karita Mattila
Il Commendatore	Kurt Moll
Leporello	Ferruccio Furlanetto
Donna Anna	Carol Vaness
Zerlina	Dawn Upshaw
Don Ottavio	Jerry Hadley
Masetto	Philip Cokorinos
Director musical	James Levine
Director audiovisual	Brian Large

Metropolitan Opera Orchestra and Chorus

The Metropolitan Opera

No se ha encontrado carátula. Grabación en VHS.

12. Wiener Staatsoper. Viena (1990)

Don Giovanni	Ruggero Raimondi
Donna Elvira	Karita Mattila
Il Commendatore	Anatoli Kotchergá
Leporello	Lucio Gallo
Donna Anna	Cheryl Studer
Zerlina	Marie McLaughlin
Masetto	Carlos Chausson
Director musical	Claudio Abbado

Chor und Orchester der Wiener Staatsoper

Canal 3sat



13. Emil Berliner Studios. Viena (1990)

Don Giovanni	Eugene Perry
Donna Elvira	Lorraine Hunt
Il Commendatore	James Patterson
Leporello	Herbert Perry
Donna Anna	Dominique Labelle
Zerlina	Ai Lan Zhu
Don Ottavio	Carroll Freeman
Masetto	Elmore James

Director musical	Craig Smith
Director audiovisual	Peter Sellars

Wiener Symphoniker

DECCA



14. Cologne City Opera. Colonia (1991)

Don Giovanni	Thomas Allen
Donna Elvira	Carol Vaness
Il Commendatore	Matthias Hölle
Leporello	Ferruccio Furlanetto
Donna Anna	Carolyn James
Zerlina	Andrea Rost
Don Ottavio	Kjell Magnus Sandve
Masetto	Reinhard Dorn

Director musical	James Conlon
Director audiovisual	Michael Hampe & José Montés Baquer

Gürzenich Orchester Cologne

ArtHaus Musik

No se ha encontrado carátula. Grabación en VHS.

17. Teatro La Fenice di Venecia (1996)

Don Giovanni	Michele Pertusi
Donna Elvira	Soile Isokoski
Il Commendatore	Nicolaj Ghiuselev
Leporello	Ildebrando D'Arcangelo
Donna Anna	Francesca Pedaci
Zerlina	Francesca Provvisionato
Don Ottavio	Charles Workman
Masetto	Romano Franceschetto

Director musical	Isaac Karabtchevsky
Director audiovisual	Ilio Catani

Orchestra e Coro del Teatro la Fenice

Canal Raitre



18. Aix en Provence (1998)

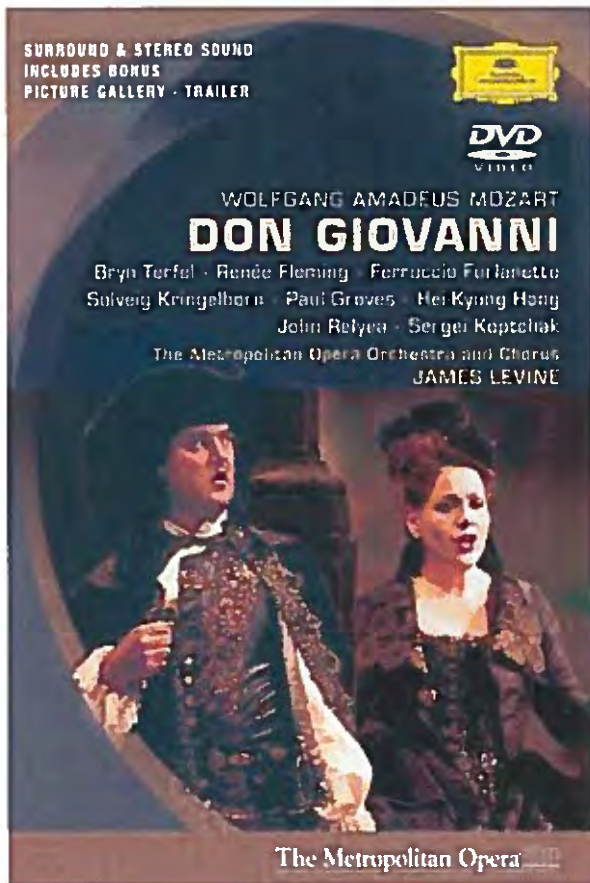
Don Giovanni	Peter Mattei
Donna Elvira	Mireille Delunsch
Il Commendatore	Gudjon Oskarsson
Leporello	Gilles Cachemaille
Donna Anna	Alexandra Dehorties
Zerlina	Lisa Larsson
Don Ottavio	Mark Padmore
Masetto	Nathan Berg

Director musical	Daniel Harding
Director audiovisual	Peter Brook & Vincent Bataillon

Mahler Chamber Orchestra

Bel Air Classiques, Festival Aix en Provence

*El estudio se ha basado en la versión original de 1998.



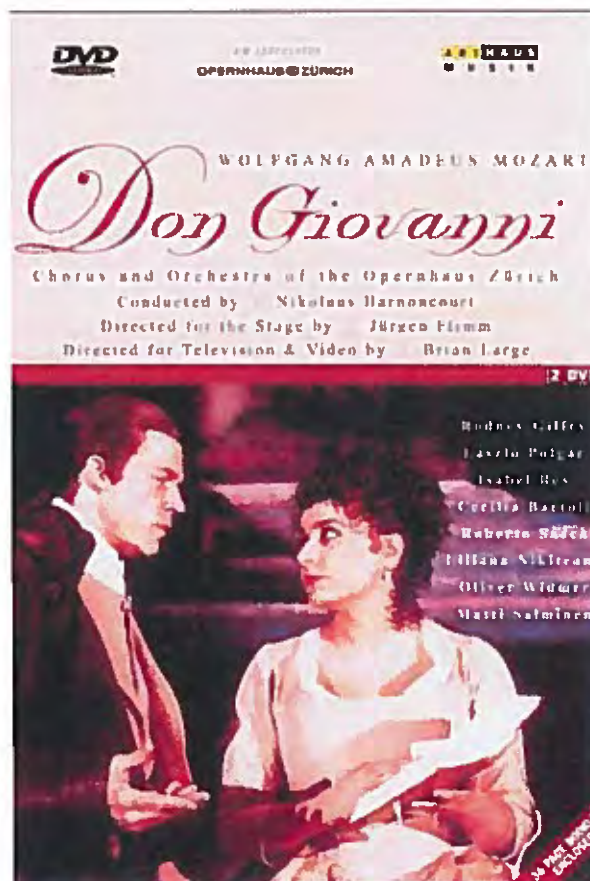
19. The Metropolitan Opera. New York (2000)

Don Giovanni	Bryn Terfel
Donna Elvira	Solveig Kringelborn
Il Commendatore	Sergei Koptchak
Leporello	Ferruccio Furlanetto
Donna Anna	Renée Fleming
Zerlina	Hei-Kyung Hong
Don Ottavio	Paul Groves
Masetto	John Relyea

Director musical	Hames Levine
Director audiovisual	Gary Halvorson

Metropolitan Opera Orchestra and Chorus

Deutsche Grammophon



20. Opernhaus Zürich (2001)

Don Giovanni	Rodney Gilfry
Donna Elvira	Cecilia Bartoli
Il Commendatore	Matti Salminen
Leporello	László Polgár
Donna Anna	Isabel Rey
Zerlina	Liliana Nikiteanu
Don Ottavio	Roberto Sacca
Masetto	Oliver Widmer

Director musical	Nikolaus Harnoncourt
Director audiovisual	Brian Large

Chorus and Orchestra of the Opernhaus Zürich

ArtHaus Musik



21. Gran Teatre del Liceu. Barcelona (2002)

Don Giovanni	Wojtek Drabowicz
Donna Elvira	Véronique Gens
Il Commendatore	Anatoly Kocherga
Leporello	Kwanchul Youn
Donna Anna	Regina Schörg
Zerlina	Marisa Martins
Don Ottavio	Marcel Reijans
Masetto	Felipe Bou

Director musical	Bertrand de Billy
Director audiovisual	Toni Bargalló

Orchestra Academy of the Gran Teatre del Liceu &
Chamber Choir of the Palau de la Música Catalana

Opus Arte, Fundació del Gran Teatre del Liceu



22. Teatro Real. Madrid (2005)

Don Giovanni	Carlos Álvarez
Donna Elvira	Sonia Ganassi
Il Commendatore	Alfred Reiter
Leporello	Lorenzo Regazzo
Donna Anna	María Bayo
Zerlina	María José Moreno
Don Ottavio	José Bros
Masetto	José Antonio López

Director musical	Víctor Pablo Pérez
Director audiovisual	Robin Lough

Madrid Symphony Orchestra and Chorus

Opus Arte



23. Wiener Staatsoper. Viena (2006)

Don Giovanni	Thomas Hampson
Donna Elvira	Melanie Diener
Il Commendatore	Robert Lloyd
Leporello	Ildebrando D'Arcangelo
Donna Anna	Christine Schäfer
Zerlina	Isabel Bayrakdarian
Don Ottavio	Piotr Beczala
Masetto	Luca Pisaroni

Director musical	Daniel Harding
Director audiovisual	Karina Fibich

Konzertvereinigung Wiener Staatsoperchor & Wiener Philharmoniker

DECCA



24. Festspielhaus Baden-Baden (2008)

Don Giovanni	Johannes Weisser
Donna Elvira	Alexandrina
	Pendatchanska
Il Commendatore	Alessandro Guerzoni
Leporello	Marcos Fink
Donna Anna	Malin Byström
Zerlina	Sunhae Im
Don Ottavio	Werner Gura
Masetto	Nikolay Borchev

Director musical	René Jacobs
Director audiovisual	Georg Wübbolt

Freiburger Barockorchester

SWR, Arte Réalisation



25. Het Muziektheater. Amsterdam (2008)

Don Giovanni	Pietro Spagnoli
Donna Elvira	Charlotte Margiono
Il Commendatore	Mario Luperi
Leporello	José Fardilha
Donna Anna	Myrtò Papatanasíu
Zerlina	Cora Burggraaf
Don Ottavio	Marcel Reijans
Masetto	Roberto Accurso

Director musical	Ingo Metzmacher
Director audiovisual	Misjel Vermeiren

Netherlands Chamber Orchestra & Chorus of De Nederlandse Opera

Opus Arte



26. Royal Opera House. Londres (2008)

Don Giovanni	Simon Keenlyside
Donna Elvira	Joyce DiDonato
Il Commendatore	Eric Halfvarson
Leporello	Kyle Ketelsen
Donna Anna	Marina Poplavskaya
Zerlina	Miah Persson
Don Ottavio	Ramón Vargas
Masetto	Robert Gleadow

Director musical	Charles Mackerras
Director audiovisual	Robin Lough

The Royal Opera Chorus & The Orchestra of the Royal Opera House

Opus Arte



27. Wiener Staatsoper. Viena (2008)

Don Giovanni	Christopher Maltman
Donna Elvira	Dorothea Röschmann
Il Commendatore	Anatoli Kotscherga
Leporello	Erwin Schrott
Donna Anna	Annette Dasch
Zerlina	Ekaterina Siurina
Don Ottavio	Matthew Polenzani
Masetto	Alex Esposito

Director musical Bertrand De Billy

Director audiovisual Brian Large

Konzertvereinigung Wiener Staatsoperchor & Wiener Philharmoniker

Euro Arts, Unitei Classica



28. Glyndebourne. Inghilterra (2010)

Don Giovanni	Gerald Finley
Donna Elvira	Kate Royal
Il Commendatore	Brindley Sherratt
Leporello	Luca Pisaroni
Donna Anna	Anna Samuil
Zerlina	Anna Virovlansky
Don Ottavio	William Burden
Masetto	Guido Loconsolo

Director musical Vladimir Jurowski
 Director audiovisual Peter Maniura

The Glyndebourne Chorus & Orchestra of the Age of Enlightenment

EMI Classics

CHRISTOPHER MALTMAN MIKHAIL PETRENKO ELIZABETH FUTRAL MARIA BENGTSSON KATIJA DRAGOJEVIC ERIC HALFVARSON PETER LODAHL LUDVIG LINDSTROM



JUAN

EN FILM AF KASPER HOLTEN

BASERET PÅ WOLFGANG AMADEUS MOZARTS DON GIOVANNI
 L'ESCAUQUANT (C) 2010. ALLE RETTE ER BEHOLDT. FOR YDERLIGT Oplysninger om denne film, se på www.juanfilm.com

29. Juan. La película (2010)

Don Giovanni	Christopher Maltman
Donna Elvira	Elizabeth Futral
Il Commendatore	Eric Halfvarson
Leporello	Mikhail Petrenko
Donna Anna	Maria Bengtsson
Zerlina	Katija Dragojevic
Don Ottavio	Peter Lodahl
Masetto	Ludvig Lindstrom

Director musical	Lars Ulrik Mortensen
Director audiovisual	Kasper Holten

Concerto Copenhagen

Blenkov & Schonnemann Pictures



30. Sydney Opera House (2011)

Don Giovanni	Teddy Tahu Rhodes
Donna Elvira	Jacqueline Dark
Il Commendatore	Daniel Sumegi
Leporello	Conal Coad
Donna Anna	Rachelle Durkin
Zerlina	Taryn Fiebig
Don Ottavio	Henry Choo
Masetto	Andrew Jones

Director musical	Mark Wigglesworth
Director audiovisual	Cameron Kirkpatrick

Opera Australia Chorus & Australian Opera and Ballet Orchestra

Opera Australia

No se ha encontrado carátula. Emisión en directo desde televisión.

31. Théâtre des Champs-Élysées. Paris (2013)

Don Giovanni	Markus Werba
Donna Elvira	Miah Persson
Il Commendatore	Steven Humes
Leporello	Robert Gleadow
Donna Anna	Sophie Marin-Degor
Zerlina	Serena Malfi
Don Ottavio	Daniel Behle
Masetto	Nahuel Di Pierro
Director musical	Jérémie Rhorer
Director audiovisual	François Roussillon

Orchestra Le Cercle de l'Harmonie & Choeur du Théâtre des Champs Élysées

Mezzo, Théâtre des Champs-Élysées, Le Cercle de l'Harmonie, François Roussillon et Associés, France Télévisions, TF1

ANEXO 2

RESUMEN DE RESULTADOS ESTADÍSTICOS

Resúmenes de casos

N
Formato DVD
29

```
SUMMARIZE
/TABLES=VA1 VA2 VA3 VA4 VA5 VA6 VA7 VA8
/FORMAT=NOLIST TOTAL
/TITLE='Resúmenes de casos'
/MISSING=VARIABLE
/CELLS=COUNT.
```

Resumir

```
SUMMARIZE
/TABLES=VA9 VA10 VA11 VA12 VA13 VA14 VA15 VA16 VA17
/FORMAT=NOLIST TOTAL
/TITLE='Resúmenes de casos'
/MISSING=VARIABLE
/CELLS=COUNT.
```

Resumir

Resultados creados		Notas
Comentarios Entrada	04-DEC-2013 08:33:08 /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav Conjunto_de_datos1 <ninguno> <ninguno> <ninguno>	Datos Conjunto de datos activo Filtro Peso Dividir archivo Núm. de filas del archivo de trabajo Definición de los perdidos
Tratamiento de los valores perdidos	29 Los valores perdidos definidos por el usuario para las variables dependientes y de agrupación son considerados como valores perdidos para todas las variables dependientes de la tabla. Los casos utilizados para las tablas no incluyen valores perdidos en ninguna variable independiente y no todas las variables dependientes llenan valores perdidos.	Casos utilizados
Sintaxis	SUMMARIZE /TABLES=VA9 VA10 VA11 VA12 VA13 VA14 VA15 VA16 VA17 /FORMAT=NOLIST TOTAL /TITLE='Resúmenes de casos' /MISSING=VARIABLE /CELLS=COUNT.	
Recursos	00:00:00,01 00:00:00,00	Tiempo de procesador Tiempo transcurrido

[Conjunto_de_datos1] /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav

Resúmenes de casos

Producción original	Grabación desde Teatro	Grabación para TV	Emisión TV directo	Formato VHS	Formato cine	Formato TV
29	29	29	29	29	29	29

[Conjunto_de_datos1] /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav

Resúmenes de casos

Resúmenes de casos						
Cortes slacos	Cortes/seccion as	Cortes/narra tivo	Cortes/lotros	Márgenes con imagen	Márgenes con música	Material extra
20	20	20	20	20	20	20

Notas

Dimensiones solicitadas	2
Casillas disponibles	131029

[Conjunto_de_datos1] /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav

Siglo * Producción original

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Producción original		Total
			No	Si	
	% dentro de Siglo	14	4	18	100,0%
	Recuento	77,8%	22,2%	0	100,0%
	% dentro de Siglo	11	0	11	100,0%
	Recuento	100,0%	0,0%	4	29
	% dentro de Siglo	86,2%	13,8%	4	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,836 ^a	1	,092		
Corrección por continuidad ^b	1,275	1	,258		
Razón de verosimilitudes	4,200	1	,040		
Estadístico exacto de Fisher				,268	,129
Asociación lineal por lineal	2,738	1	,098		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,52.
b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Resúmenes de casos

Resúmenes de casos	
Diseño carátula inmersivo	Diseño carátula televisual
20	20

CROSSTABS
 /TABLES=SIGLO BY VA1 VA2 VA3 VA4 VAS VA6 VA7 VAB
 /FORMAT=AVALUE TABLES
 /STATISTICS=CHISQ CORR
 /CELLS=COUNT ROW
 /COUNT ROUND CELL
 /BARCHART.

Tablas de contingencia

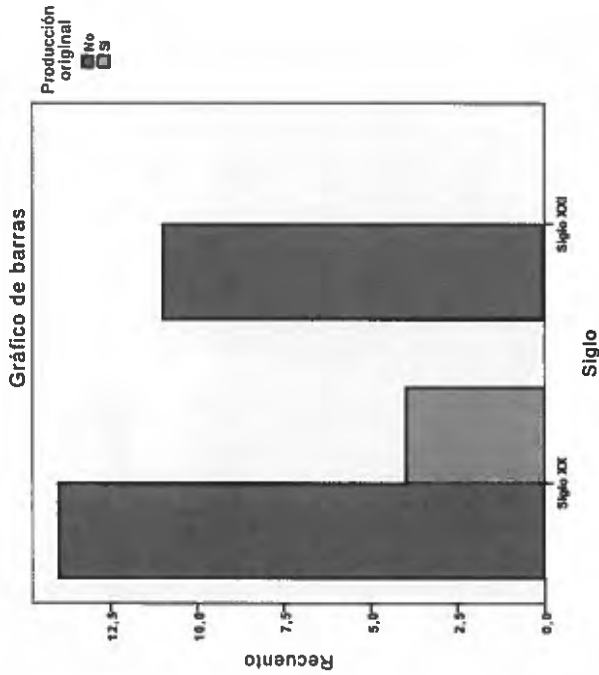
Notas

Resúmenes de casos	
Datos	04-DEC-2013 08:33:08
Comentarios	/Users/kepamari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav
Entrada	Conjunto_de_datos1 <ninguno> <ninguno> <ninguno>
Tratamiento de los valores perdidos	29 Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas.
Sintaxis	CROSSTABS /TABLES=SIGLO BY VA1 VA2 VA3 VA4 VAS VA6 VA7 VAB /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ CORR /CELLS=COUNT ROW /COUNT ROUND CELL /BARCHART.
Recursos	Tiempo de procesador 00:00:00,96 Tiempo transcurrido 00:00:01,00

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,636 ^a	1	,092		
Corrección por continuidad ^b	1,275	1	,259		
Razón de verosimilitudes	4,200	1	,040		
Estadístico exacto de Fisher					
Asociación lineal por lineal	2,736	1	,098	,268	,129
N de casos válidos	29				

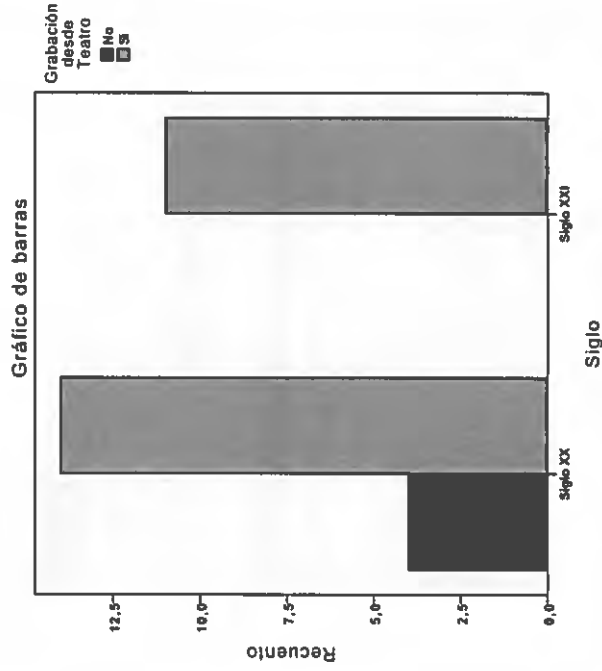
a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,52.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.



Siglo * Grabación desde Teatro

Tabla de contingencia

Siglo	Recuento	Grabación desde Teatro		Total
		No	Si	
Siglo XX	4	14	18	
% dentro de Siglo	22,2%	77,8%	100,0%	
Siglo XXI	0	11	11	
% dentro de Siglo	0,0%	100,0%	100,0%	
Total	4	25	29	
% dentro de Siglo	13,8%	86,2%	100,0%	



Siglo * Grabación para TV

Tabla de contingencia

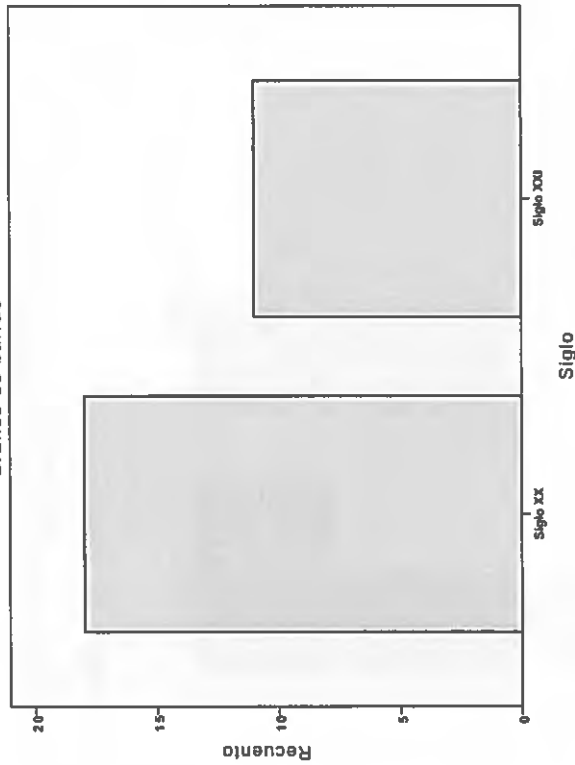
Siglo	Siglo XX	Recuento	Grabación para TV		Total
			Si	No	
		18	18	0	18
		% dentro de Siglo	100,0%	0,0%	100,0%
	Siglo XXI	11	0	11	11
		% dentro de Siglo	0,0%	100,0%	100,0%
Total		29	29	0	29
		% dentro de Siglo	100,0%	0,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	.000
N de casos válidos	29

a. No se calculará ningún estadístico porque Grabación para TV es una constante.

Gráfico de barras



Siglo * Emisión TV directo

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Emisión TV directo		Total
			No	Si	
		17	1	18	18
		% dentro de Siglo	94,4%	5,6%	100,0%
	Siglo XXI	7	4	11	11
		% dentro de Siglo	63,6%	36,4%	100,0%
Total		24	5	29	29
		% dentro de Siglo	82,8%	17,2%	100,0%

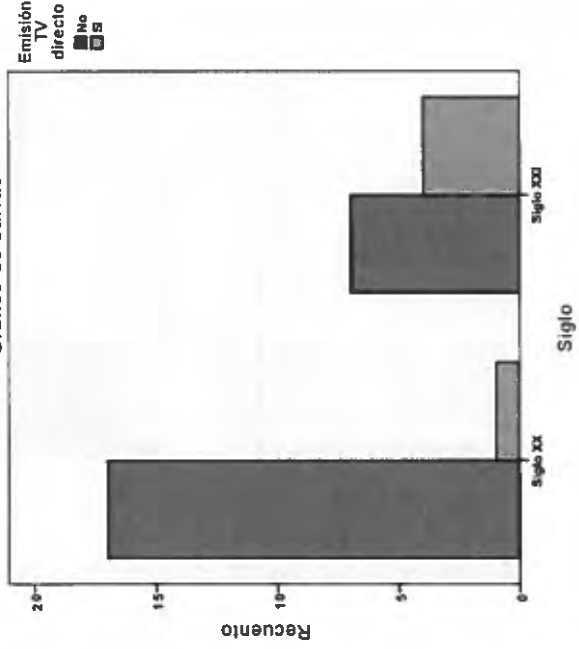
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,542 ^a	1	,033		
Corrección por continuidad ^b	2,639	1	,104		
Razón de verosimilitudes	4,517	1	,034		
Estadístico exacto de Fisher				,054	,054
Asociación lineal por lineal	4,365	1	,036		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,50.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Formato VHS

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Formato VHS		Total
			No	SI	
		6	10	18	
	% dentro de Siglo	44,4%	55,6%	100,0%	
Siglo XXI	Recuento	11	0	11	
	% dentro de Siglo	100,0%	0,0%	100,0%	
Total	Recuento	19	10	29	
	% dentro de Siglo	65,5%	34,5%	100,0%	

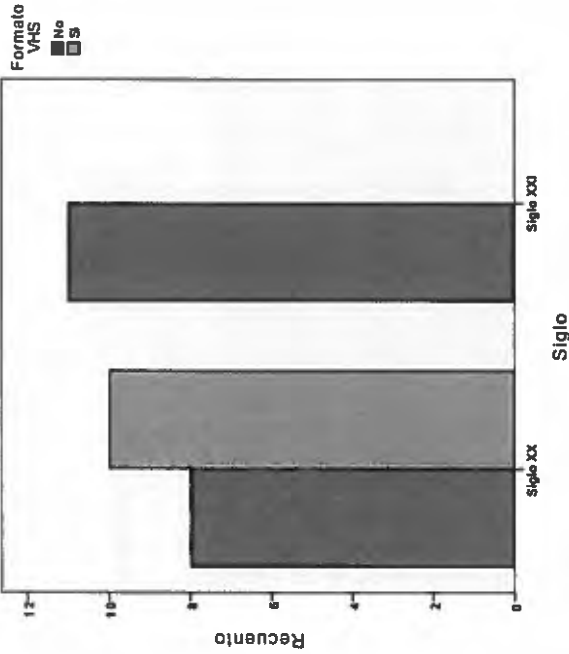
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,327 ^a	1	,002		
Corrección por continuidad ^b	7,030	1	,008		
Razón de verosimilitudes	12,632	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,003	,002
Asociación lineal por lineal	9,006	1	,003		
N de casos válidos	29				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,79.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Formato cine

Tabla de contingencia

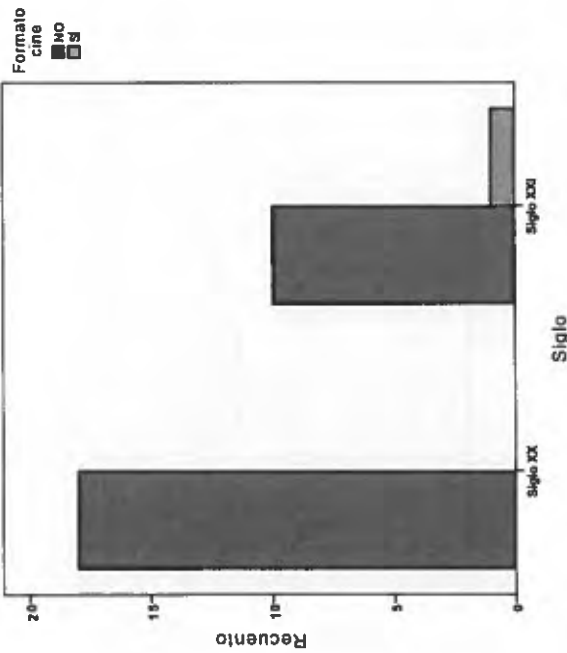
Siglo	Siglo XX	Recuento	Formato cine		Total
			NO	SI	
		18	0	18	
	% dentro de Siglo	100,0%	0,0%	100,0%	
Siglo XXI	Recuento	10	1	11	
	% dentro de Siglo	90,9%	9,1%	100,0%	
Total	Recuento	28	1	29	
	% dentro de Siglo	96,6%	3,4%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,695 ^a	1	,193		
Corrección por continuidad	,064	1	,800		
Razón de verosimilitudes	1,998	1	,158		
Estadístico exacto de Fisher				,379	,379
Asociación lineal por lineal	1,636	1	,201		
N de casos válidos	29				

- a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,35.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Formato TV

Tabla de contingencia

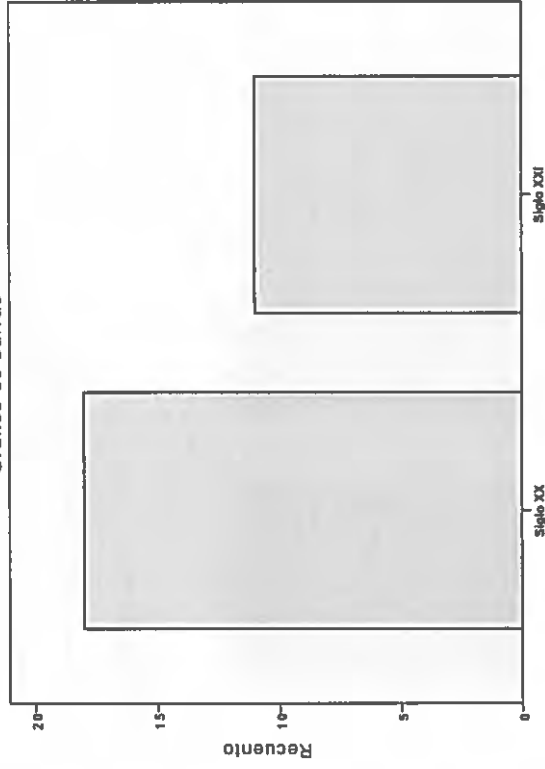
	Formato TV		Total
	NO	SI	
Siglo XX	18	18	18
% dentro de Siglo	100,0%	100,0%	100,0%
Siglo XXI	11	11	11
% dentro de Siglo	100,0%	100,0%	100,0%
Total	29	29	29
% dentro de Siglo	100,0%	100,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	^a
N de casos válidos	29

- a. No se calculará ningún estadístico porque Formato TV es una constante.

Gráfico de barras



Siglo * Formato DVD

Tabla de contingencia

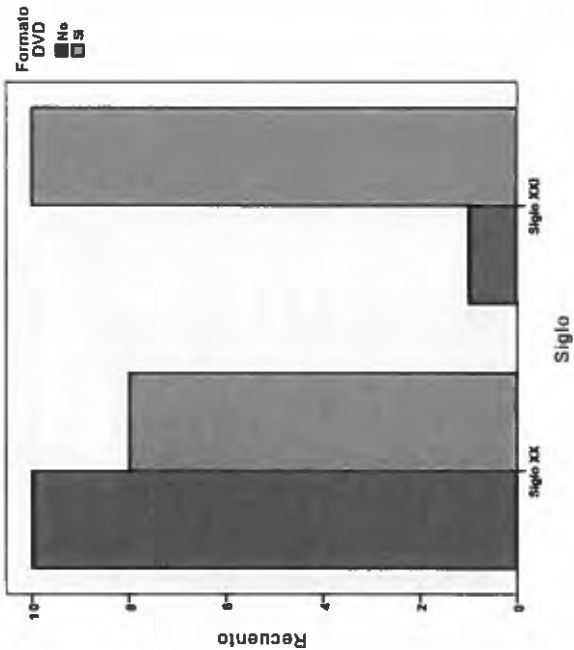
Siglo	Siglo XX	Formato DVD		Total
		No	SI	
	Recuento	10	8	18
	% dentro de Siglo	55,6%	44,4%	100,0%
	Siglo XXI	1	10	11
	% dentro de Siglo	9,1%	90,9%	100,0%
Total	Recuento	11	18	29
	% dentro de Siglo	37,9%	62,1%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,261 ^a	1	,012		
Corrección por continuidad	4,443	1	,035		
Razón de verosimilitudes	7,063	1	,008		
Estadístico exacto de Fisher				,019	,015
Asociación lineal por lineal	6,045	1	,014		
N de casos válidos	29				

- a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,17.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



CROSSTABS
 /TABLES=SIGLO BY VA9 VA10 VA11 VA12 VA13 VA14 VA15 VA16 VA17
 /FORMAT=AVALUE TABLES
 /STATISTICS=CHISQ CORR
 /CELLS=COUNT ROW
 /COUNT ROUND CELL
 /BARCHART.

Tablas de contingencia

Resultados creados	Notas	
Comentarios		04-DEC-2013 08:33:09
Entrada	Datos	/Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav
	Conjunto de datos activo	Conjunto_de_datos1
	Filtro	<ninguno>
	Peso	<ninguno>
	Dividir archivo	<ninguno>
	Num. de filas del archivo de trabajo	29
	Definición de los perdidos	Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos.
	Casos utilizados	Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas.
Sintaxis		CROSSTABS /TABLES=SIGLO BY VA9 VA10 VA11 VA12 VA13 VA14 VA15 VA16 VA17 /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ CORR /CELLS=COUNT ROW /COUNT ROUND CELL /BARCHART.
Recursos	Tiempo de procesador	00:00:01,05
	Tiempo transcurrido	00:00:01,00
	Dimensiones solicitadas	2
	Casillas disponibles	131029

(Conjunto_de_datos1) /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos				Total	
	Válidos		Perdidos			
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Siglo * Cortes s/actos	20	69,0%	9	31,0%	29	100,0%
Siglo * Cortes/escenas	20	69,0%	9	31,0%	29	100,0%
Siglo * Cortes/narrativo	20	69,0%	9	31,0%	29	100,0%
Siglo * Cortes/otros	20	69,0%	9	31,0%	29	100,0%
Siglo * Margenas con Imagen	20	69,0%	9	31,0%	29	100,0%
Siglo * Margenas con música	20	69,0%	9	31,0%	29	100,0%
Siglo * Material extra	20	69,0%	9	31,0%	29	100,0%
Siglo * Diseño carátula Inmersivo	20	69,0%	9	31,0%	29	100,0%
Siglo * Diseño carátula televisual	20	69,0%	9	31,0%	29	100,0%

Siglo * Cortes s/actos

Tabla de contingencia

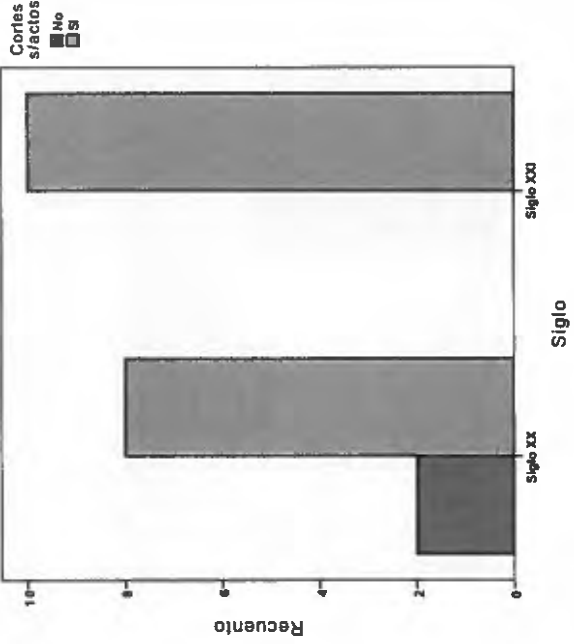
	Cortes s/actos		Total
	No	Si	
Siglo Siglo XX	2	8	10
Recuento	20,0%	80,0%	100,0%
% dentro de Siglo			
Siglo Siglo XXI	0	10	10
Recuento	0,0%	100,0%	100,0%
% dentro de Siglo			
Total	2	18	20
Recuento	10,0%	90,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,222 ^a	1	,136		
Corrección por continuidad	,556	1	,456		
Razón de verosimilitudes	2,995	1	,084		
Estadístico exacto de Fisher				,474	,237
Asociación lineal por lineal	2,111	1	,146		
N de casos válidos	20				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,00.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Cortes/escenas

Tabla de contingencia

	Siglo	Siglo XX	Recuento	Cortes/escenas		Total
				No	Si	
			5	5	10	
		% dentro de Siglo	50,0%	50,0%	100,0%	
	Siglo XXI		4	6	10	
		% dentro de Siglo	40,0%	60,0%	100,0%	
Total		Recuento	9	11	20	
		% dentro de Siglo	45,0%	55,0%	100,0%	

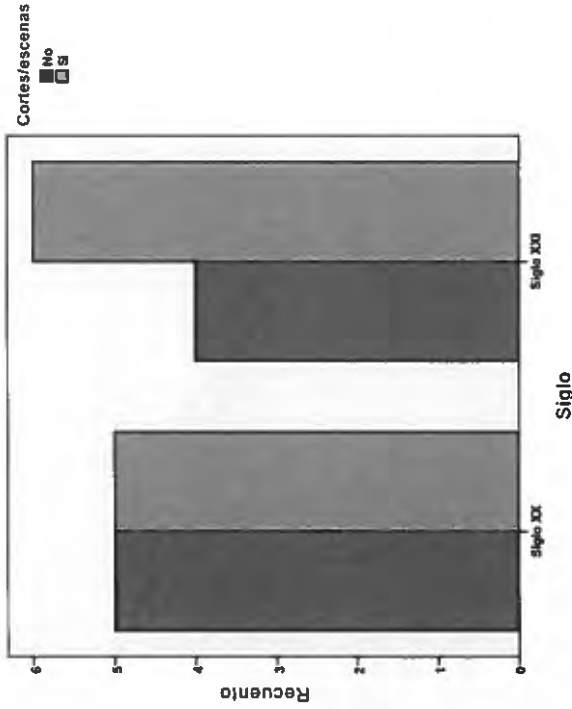
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,202 ^a	1	,653		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,202	1	,653		
Estadístico exacto de Fisher	,192	1	,661	1,000	,500
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	20				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,50.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Cortes/narrativo

Tabla de contingencia

	Siglo XX	Recuento % dentro de Siglo	Cortes/narrativo		Total
			No	Si	
			10	0	10
			100,0%	0,0%	100,0%
	Siglo XXI		6	4	10
			60,0%	40,0%	100,0%
Total			16	4	20
			80,0%	20,0%	100,0%

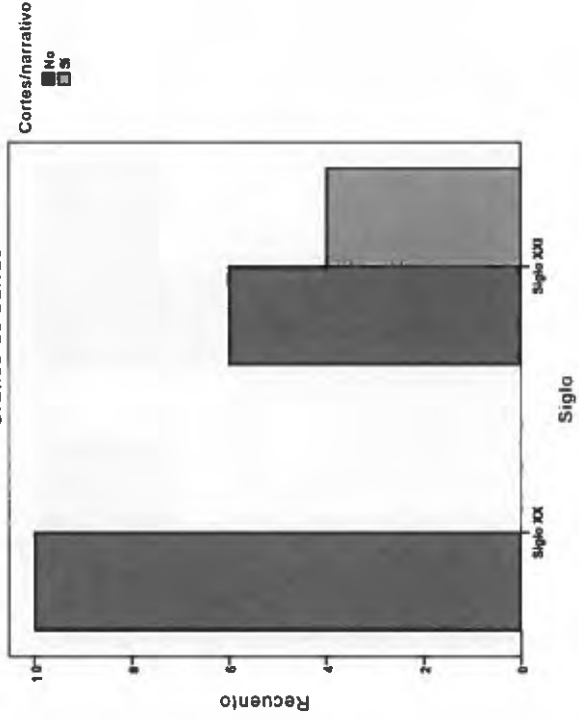
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,000 ^a	1	,025		
Corrección por continuidad ^b	2,813	1	,094		
Razón de verosimilitudes	6,556	1	,010		
Estadístico exacto de Fisher				,087	,043
Asociación lineal por lineal	4,750	1	,029		
N de casos válidos	20				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,00.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Cortes/otros

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Cortes/otros		Total
			No	Si	
		8	2		10
		80,0%	20,0%		100,0%
	% dentro de Siglo				
	Siglo XXI	Recuento	2		2
		80,0%	20,0%		100,0%
	% dentro de Siglo				
Total		Recuento	16	4	20
		80,0%	20,0%		100,0%
	% dentro de Siglo				

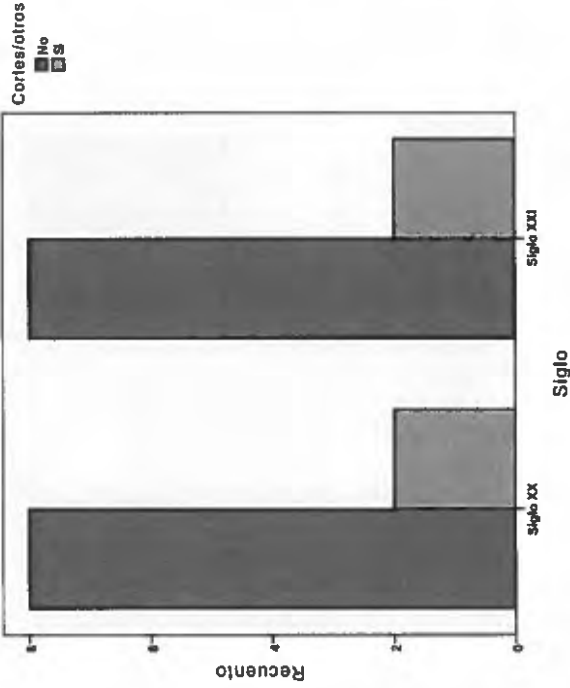
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,000 ^a	1	1,000		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,000	1	1,000		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,768
Asociación lineal por lineal	,000	1	1,000		
N de casos válidos	20				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,00.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Márgenes con imagen

Tabla de contingencia

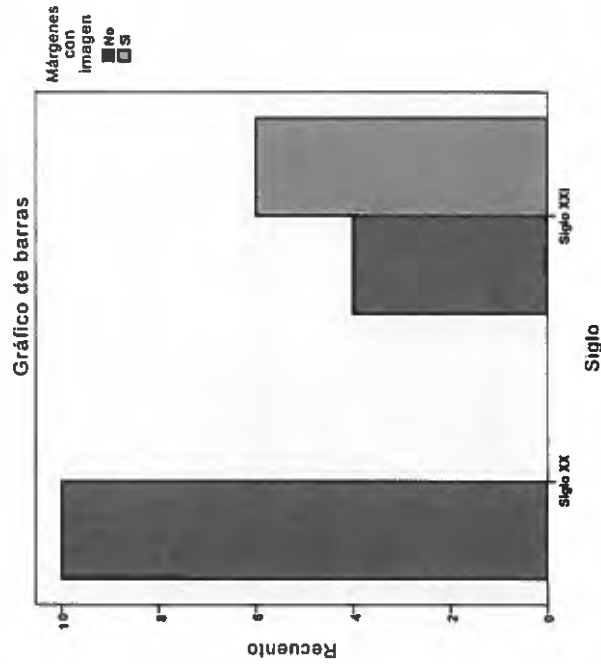
Siglo	Siglo XX	Recuento	Márgenes con imagen		Total
			No	Si	
		10	0		10
		100,0%	0,0%		100,0%
	% dentro de Siglo				
	Siglo XXI	Recuento	4	6	10
		40,0%	60,0%		100,0%
	% dentro de Siglo				
Total		Recuento	14	6	20
		70,0%	30,0%		100,0%
	% dentro de Siglo				

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,571 ^a	1	,003		
Corrección por continuidad ^b	5,952	1	,015		
Razón de verosimilitudes	10,974	1	,001		
Estadístico exacto de Fisher	8,143	1	,004	,011	,005
Asociación lineal por lineal	20				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,00.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.



Siglo * Márgenes con música

Tabla de contingencia

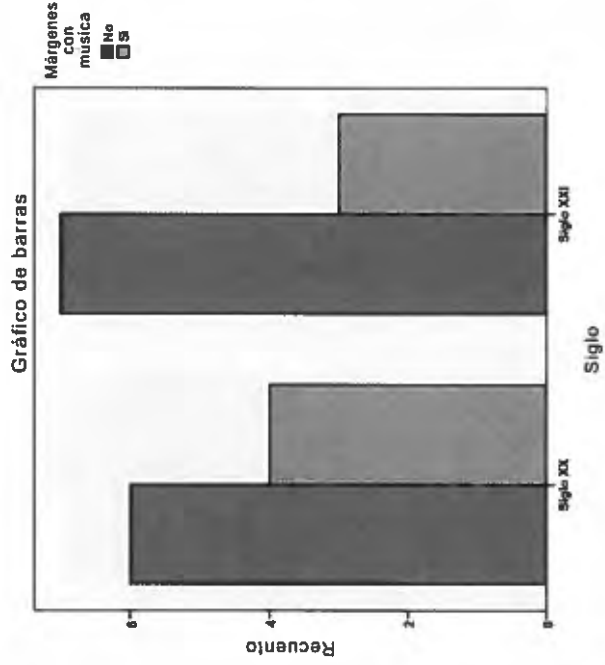
Siglo	Siglo XX	Recuento	Márgenes con música		Total
			No	Sí	
		6	4	10	100,0%
		60,0%	40,0%		
	Siglo XXI	7	3	10	100,0%
		70,0%	30,0%		100,0%
		13	7	20	100,0%
		65,0%	35,0%		100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,220 ^a	1	,639		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,220	1	,639		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,500
Asociación lineal por lineal	,209	1	,648		
N de casos válidos	20				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,50.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.



Siglo * Material extra

Tabla de contingencia

	Siglo	Material extra	Material extra		Total
			No	Si	
Siglo XX	Recuento	4	6	10	
	% dentro de Siglo	40,0%	60,0%	100,0%	
Siglo XXI	Recuento	0	10	10	
	% dentro de Siglo	0,0%	100,0%	100,0%	
Total	Recuento	4	16	20	
	% dentro de Siglo	20,0%	80,0%	100,0%	

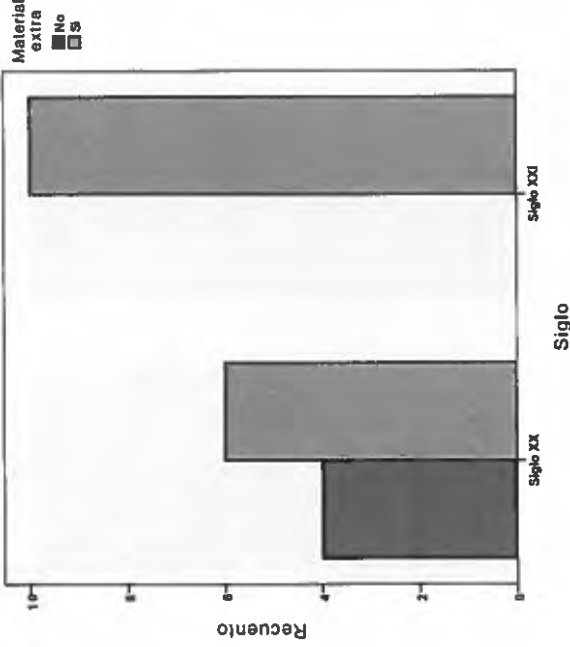
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,000 ^a	1	,025		
Corrección por continuidad	2,813	1	,094		
Razón de verosimilitudes	6,556	1	,010		
Estadístico exacto de Fisher				,087	,043
Asociación lineal por lineal	4,750	1	,029		
N de casos válidos	20				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,00.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Diseño carátula inmersivo

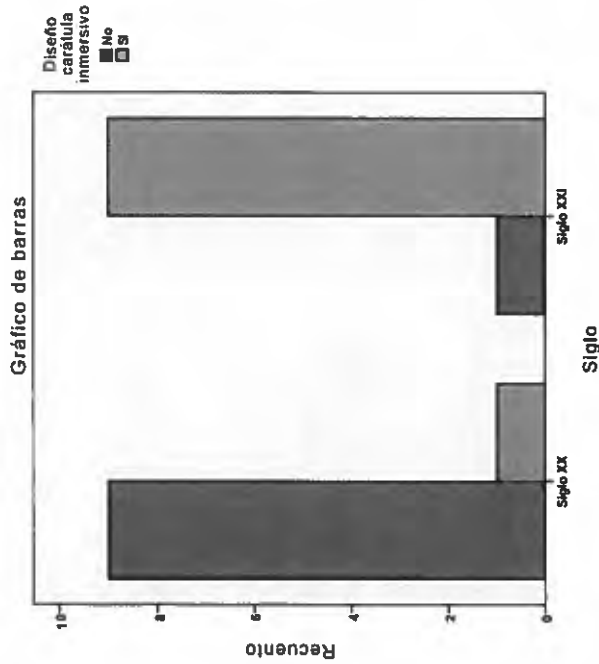
Tabla de contingencia

Siglo	Diseño carátula inmersivo	Diseño carátula inmersivo		Total
		No	Si	
Siglo XX	Recuento	9	1	10
	% dentro de Siglo	90,0%	10,0%	100,0%
Siglo XXI	Recuento	1	9	10
	% dentro de Siglo	10,0%	90,0%	100,0%
Total	Recuento	10	10	20
	% dentro de Siglo	50,0%	50,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,800 ^a	1	,000		
Corrección por continuidad ^b	9,800	1	,002		
Razón de verosimilitudes	14,723	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher	12,160	1	,000	,001	,001
Asociación lineal por lineal	20				

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,00.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.



Siglo * Diseño carátula televisiva

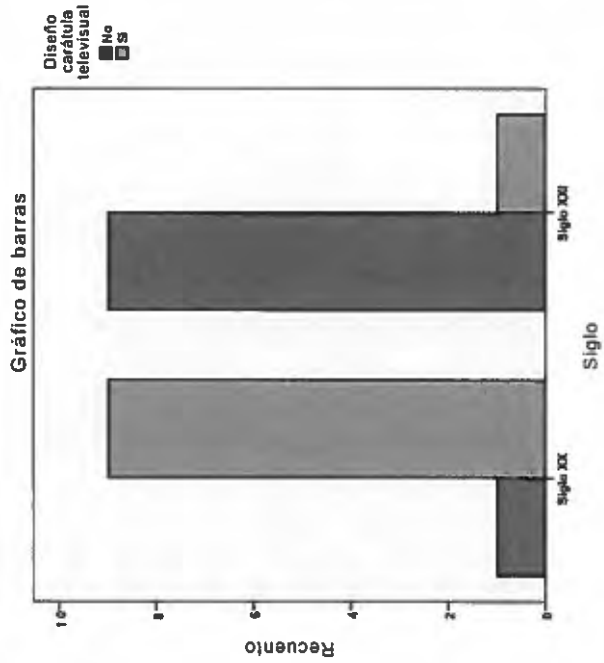
Tabla de contingencia

	Diseño carátula televisiva		Total
	No	S	
Siglo XX	9	1	10
Recuento % dentro de Siglo	90,0%	10,0%	100,0%
Siglo XXI	1	9	10
Recuento % dentro de Siglo	10,0%	90,0%	100,0%
Total	10	10	20
Recuento % dentro de Siglo	50,0%	50,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,800 ^a	1	,000		
Corrección por continuidad ^b	9,800	1	,002		
Razón de verosimilitudes	14,723	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher	12,160	1	,000	,001	,001
Asociación lineal por lineal	20				
N de casos válidos	20				

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,00.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.



Estadísticos de grupo

Producción original	Siglo	N	Media
Producción original	Siglo XX	18	.22
	Siglo XXI	11	.00
Grabación desde Teatro	Siglo XX	18	.78
	Siglo XXI	11	1.00
Grabación para TV	Siglo XX	18	1.00
	Siglo XXI	11	1.00
Emisión TV directo	Siglo XX	18	.06
	Siglo XXI	11	.36
Formato VHS	Siglo XX	18	.56
	Siglo XXI	11	.00
Formato cine	Siglo XX	18	.00
	Siglo XXI	11	.09
Formato TV	Siglo XX	18	.00
	Siglo XXI	11	.00
Formato DVD	Siglo XX	18	.44
	Siglo XXI	11	.91
Cortes s/actos	Siglo XX	10	.80
	Siglo XXI	10	1.00
Cortesescenas	Siglo XX	10	.50
	Siglo XXI	10	.60
Cortes/narrativo	Siglo XX	10	.00
	Siglo XXI	10	.40
Cortes/otros	Siglo XX	10	.20
	Siglo XXI	10	.20
Márgenes con Imagen	Siglo XX	10	.00
	Siglo XXI	10	.60
Márgenes con música	Siglo XX	10	.40
	Siglo XXI	10	.30
Material extra	Siglo XX	10	.60
	Siglo XXI	10	1.00
Diseño carátula Inmersivo	Siglo XX	10	.10
	Siglo XXI	10	.90
Diseño carátula televisual	Siglo XX	10	.90
	Siglo XXI	10	.10

* Imagen y sonido

SUMMARIZE
 /TABLES= VA18 VA19 VA20 VA21 VA22 VA23 VA24 VA25 VA26 VA27 VA28 VA29 VA30 VA31 VA32
 /FORMAT=NOLIST TOTAL
 /TITLE='Resúmenes de casos'
 /MISSING=VARIABLE
 /CELLS=COUNT.

Resumir

DATASET ACTIVATE Conjunto_de_datos1.
 T-TEST GROUPS=SIGLO(0 1)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=VA1 VA2 VA3 VA4 VA5 VA6 VA7 VAB VA8 VA9 VA10 VALL VAI1 VAI2 VAI3 VAI4 VAI5 VAI6 VAI7
 /CRITERIA=CI(.95).

Prueba T

Resultados creados		Notas
Comentarios		04-DEC-2013 08:33:10
Entrada	/Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav	
Datos	Conjunto de datos activo	<ninguno>
Filtro		<ninguno>
Peso		<ninguno>
Núm. de filas del archivo de trabajo		29
Definición de los valores perdidos	Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos.	
Casos utilizados	Los estadísticos de cada análisis se basan en los casos que no tienen datos perdidos ni quedan fuera de rango en cualquiera de las variables del análisis.	
Sintaxis	T-TEST GROUPS=SIGLO(0 1) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=VA1 VA2 VA3 VA4 VA5 VA6 VA7 VA8 VA9 VA10 VAI1 VAI2 VAI3 VAI4 VAI5 VAI6 VAI7 /CRITERIA=CI(.95).	
Recursos	Tiempo de procesador Tiempo transcurrido	00:00:00.02 00:00:00.00

(Conjunto_de_datos1) /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav

Notas

Resultados creados	04-DEC-2013 08:33:10
Comentarios	/Users/kepamari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD
Entrada	<p>Datos</p> <p>Conjunto de datos activo</p> <p>Filtro</p> <p>Peso</p> <p>Dividir archivo</p> <p>Núm. de filas del archivo de trabajo</p> <p>Definición de los valores perdidos</p> <p>29</p> <p>Los valores perdidos definidos por el usuario para las variables dependientes y de agrupación son considerados como valores perdidos para todas las variables dependientes de la tabla.</p> <p>Casos utilizados</p> <p>Los casos utilizados para las tablas no incluyen valores perdidos en ninguna variable independiente y no todas las variables dependientes tienen valores perdidos.</p>
Sintaxis	<pre>SUMMARIZE /tables= VA18 VA19 VA20 VA21 VA22 VA23 VA24 VA25 VA26 VA27 VA28 VA29 VA30 VA31 VA32 /FORMAT=NOLIST TOTAL /TITLE='Resúmenes de casos' /MISSING=VARIABLE /CELLS=COUNT.</pre>
Recursos	<p>Tiempo de procesador 00:00:00.01</p> <p>Tiempo transcurrido 00:00:00.00</p>

[Conjunto_de_datos1] /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos	
	Incluidos	
Multicámara	29	100,0%
Ángulo frontal	29	100,0%
Ángulo lateral izd.	29	100,0%
Ángulo lateral dcho.	29	100,0%
Otro tipo ángulo	29	100,0%
Relat. Plano contraplano	29	100,0%
Planos picados	29	100,0%
Planos contrapicados	29	100,0%
Sentido narrativo	29	100,0%
Justificación ángulos no frontales	29	100,0%
Coherencia tipo planificación	29	100,0%
Sonido directo grabación	29	100,0%
Sonido postproducido	29	100,0%
Sonido doblado	29	100,0%
Sonido respeta grabación	29	100,0%

Resúmenes de casos

	Ángulo frontal	Ángulo lateral izd.	Ángulo lateral dcho.	Otro tipo ángulo	Relat. Plano contraplano	Planos picados
N	29	29	29	29	29	29

Resúmenes de casos

	Planos contrapicados	Sentido narrativo	Justificación ángulos no frontales	Coherencia tipo planificación	Sonido directo grabación	Sonido postproducido	Sonido doblado
N	29	29	29	29	29	29	29

Resúmenes de casos

	Sonido respeta grabación
N	29

CROSSTABS
 /TABLES=SIGLO BY VA18 VA19 VA20 VA21 VA22 VA23 VA24 VA25 VA26 VA27 VA28 VA29 VA30 VA31 VA32
 /FORMAT=VALUE TABLES
 /STATISTICS=CHISQ CORR
 /CELLS=COUNT ROW
 /COUNT ROUND CELL
 /BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

Resultados creados	04-DEC-2013 08:33:10
Comentarios	/User/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav
Entrada	Conjunto_de_datos1 <ninguno> <ninguno> <ninguno>
Datos	29
Conjunto de datos activo	Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos.
Filtro	Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas.
Peso	CROSSTABS /TABLES=SIGLO BY VA18 VA19 VA20 VA21 VA22 VA23 VA24 VA25 VA26 VA27 VA28 VA29 VA30 VA31 VA32 /FORMAT=AVALUE TABLES
Dividir archivo	STATISTICS=CHISQ CORR
Núm. de filas del archivo de trabajo	/CELLS=COUNT ROW /COUNT ROUND CELL /BARCHART.
Definición de los valores perdidos	
Casos utilizados	
Recursos	Tiempo de procesador 00:00:01,94 Tiempo transcurrido 00:00:03,00 Dimensiones solicitadas 2 Casillas disponibles 131029

{Conjunto_de_datos1} /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav

Advertencia

No se calculará ninguna medida de asociación para la tabla de contingencia de Siglo * Multicámara. Al menos una variable de cada tabla de 2 vías sobre las que se calculan las medidas de asociación es una constante.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos	
	Válidos	Total
Siglo * Multicámara	29	100,0%
Siglo * Ángulo frontal	29	100,0%
Siglo * Ángulo lateral lize.	29	100,0%
Siglo * Ángulo lateral dicho.	29	100,0%
Siglo * Otro tipo ángulo	29	100,0%
Siglo * Relat.lateral.Plano contraplano	29	100,0%
Siglo * Planos picados	29	100,0%
Siglo * Planos contrapicados	29	100,0%
Siglo * Sentido narrativo	29	100,0%
Siglo * Justificación ángulos no frontales	29	100,0%
Siglo * Coherencia tipo planificación	29	100,0%
Siglo * Sonido directo grabación	29	100,0%
Siglo * Sonido postproducido	29	100,0%
Siglo * Sonido doblado	29	100,0%
Siglo * Sonido respeta grabación	29	100,0%

Siglo * Multicámara

Tabla de contingencia

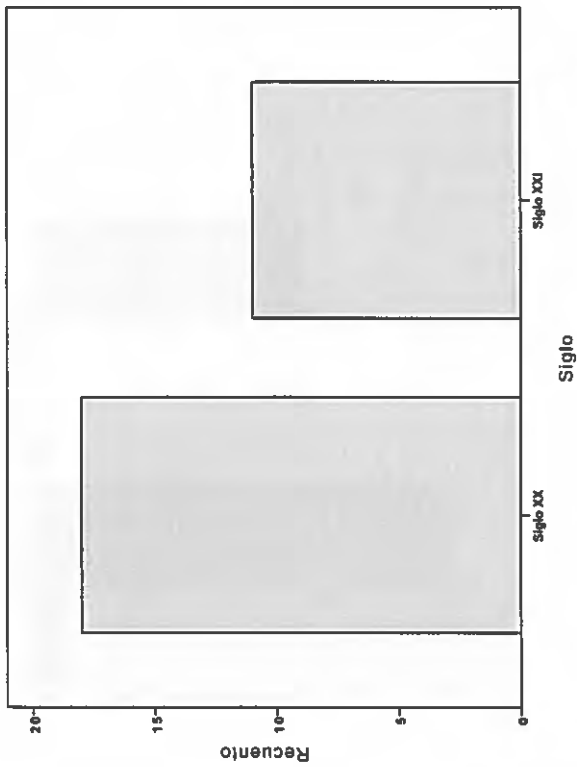
	Multicámara		Total
	Si	No	
Siglo Siglo XX	18	18	18
% dentro de Siglo	100,0%	100,0%	100,0%
Siglo XXI	11	11	11
% dentro de Siglo	100,0%	100,0%	100,0%
Total	29	29	29
% dentro de Siglo	100,0%	100,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df
Chi-cuadrado de Pearson	a	29
N de casos válidos	29	

a. No se calculará ningún estadístico porque Multicámara es una constante.

Gráfico de barras



Siglo * Ángulo frontal

Tabla de contingencia

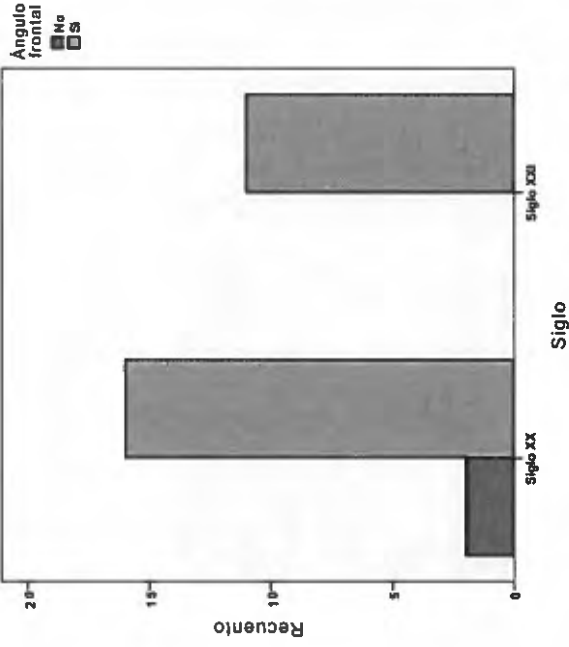
Siglo	Recuento	Ángulo frontal		Total
		No	Si	
Siglo XX	18	2	16	18
% dentro de Siglo	11,1%	0	86,9%	100,0%
Siglo XXI	11	0	11	11
% dentro de Siglo	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Total	29	2	27	29
% dentro de Siglo	6,9%	6,9%	93,1%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,313 ^a	1	,252		
Corrección por continuidad ^b	,153	1	,696		
Razón de verosimilitudes	1,997	1	,158		
Estadístico exacto de Fisher				,512	
Asociación lineal por lineal	1,267	1	,260		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,76.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Ángulo lateral izd.

Siglo * Ángulo lateral dcho.

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Ángulo lateral dcho.		Total
			No	Si	
		1	17	18	
		5,6%	94,4%	100,0%	
	Siglo XXI	0	11	11	
		0,0%	100,0%	100,0%	
Total		1	28	29	
		3,4%	96,6%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,633 ^a	1	,426		
Corrección por continuidada ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,976	1	,323		
Estadístico exacto de Fisher	,611	1	1,000		,621
Asociación lineal por lineal	29		,434		
N de casos válidos					

- a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,38.
- b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Ángulo lateral izd.		Total
			No	Si	
		1	17	18	
		5,6%	94,4%	100,0%	
	Siglo XXI	0	11	11	
		0,0%	100,0%	100,0%	
Total		1	28	29	
		3,4%	96,6%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,633 ^a	1	,426		
Corrección por continuidada ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,976	1	,323		
Estadístico exacto de Fisher	,611	1	1,000		,621
Asociación lineal por lineal	29		,434		
N de casos válidos					

- a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,38.
- b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras

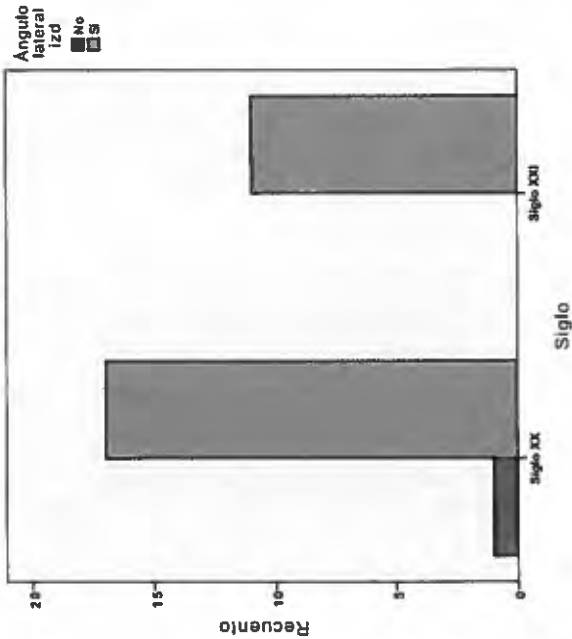
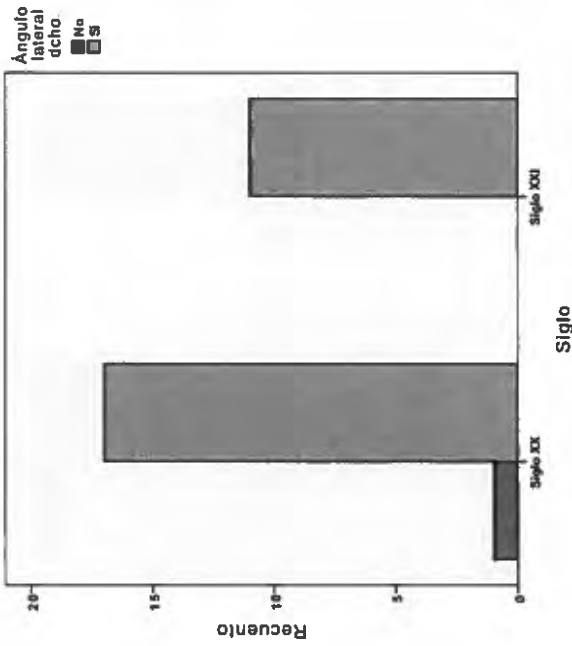


Gráfico de barras



Siglo * Otro tipo ángulo

Tabla de contingencia

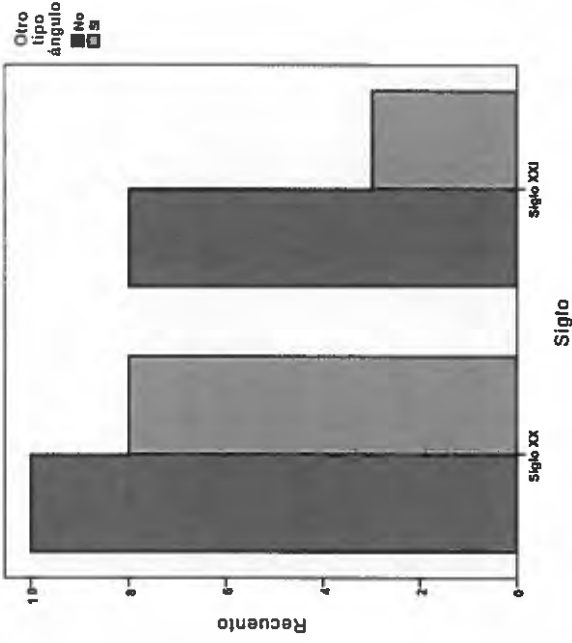
Siglo	Recuento	Otro tipo ángulo		Total
		No	Si	
Siglo XX	18	10	8	18
% dentro de Siglo		55,6%	44,4%	100,0%
Siglo XXI	11	8	3	11
% dentro de Siglo		72,7%	27,3%	100,0%
Total	29	18	11	29
% dentro de Siglo		62,1%	37,9%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,855 ^a	1	,355		
Corrección por continuidad ^b	,281	1	,596		
Relación de verosimilitudes	,875	1	,350		
Estadístico exacto de Fisher	,826	1	,364	,449	,301
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,17.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Rela.lat.Piano contraplano

Tabla de contingencia

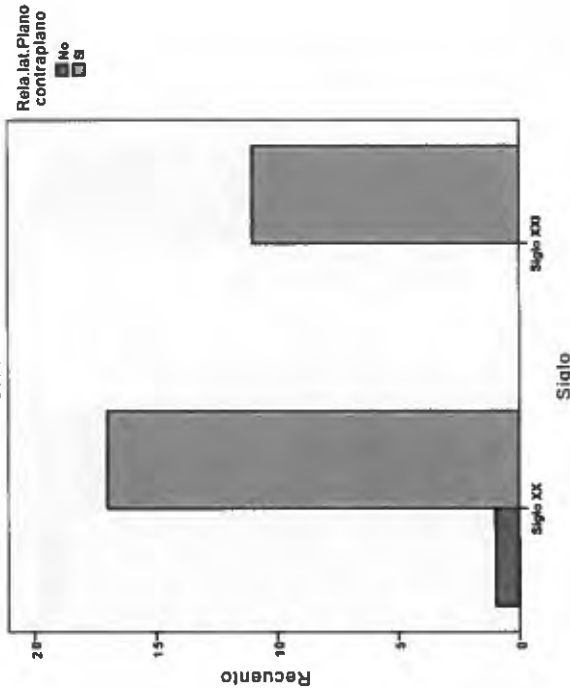
Siglo	Siglo XX	Recuento	Relat.lat.Piano contraplano		Total
			No	Si	
			1	17	18
		% dentro de Siglo	5,6%	94,4%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	0	11	11
		% dentro de Siglo	0,0%	100,0%	100,0%
Total		Recuento	1	28	29
		% dentro de Siglo	3,4%	96,6%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,633 ^a	1	,426		
Corrección por continuidad	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,976	1	,323		
Estadístico exacto de Fisher	,611	1	,434	1,000	,621
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,38.
b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Planos picados

Tabla de contingencia

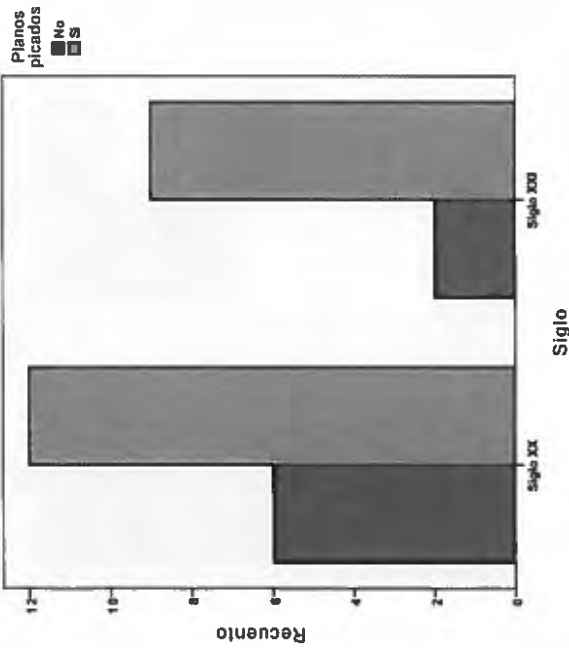
Siglo	Siglo XX	Recuento	Planos picados		Total
			No	Si	
			6	12	18
		% dentro de Siglo	33,3%	66,7%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	2	9	11
		% dentro de Siglo	18,2%	81,8%	100,0%
Total		Recuento	8	21	29
		% dentro de Siglo	27,6%	72,4%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,785 ^a	1	,376		
Corrección por continuidad	,209	1	,647		
Razón de verosimilitudes	,817	1	,366		
Estadístico exacto de Fisher	,758	1	,384	,671	,330
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,03.
b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Planos contrapicados

Tabla de contingencia

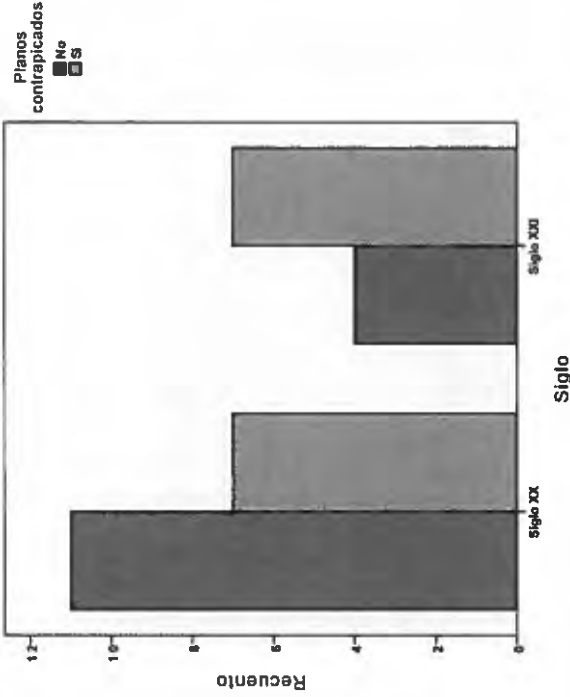
Siglo	Planos contrapicados	Planos contrapicados		Total
		No	S	
Siglo XX	Recuento	11	7	18
	% dentro de Siglo	61,1%	38,9%	100,0%
Siglo XXI	Recuento	4	7	11
	% dentro de Siglo	36,4%	63,6%	100,0%
Total	Recuento	15	14	29
Total	% dentro de Siglo	51,7%	48,3%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,675 ^a	1	,196		
Corrección por continuidad ^b	,830	1	,362		
Razón de verosimilitudes	1,681	1	,194		
Estadístico exacto de Fisher				,264	,181
Asociación lineal por lineal	1,617	1	,204		
N de casos válidos	29				

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,31.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Sentido narrativo

Siglo * Justificación ángulos no frontales

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Sentido narrativo		Total
			No	Si	
		% dentro de Siglo	17	1	18
			94,4%	5,6%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	8	3	11
		% dentro de Siglo	72,7%	27,3%	100,0%
Total		Recuento	25	4	29
		% dentro de Siglo	86,2%	13,8%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,708 ^a	1	,100		
Corrección por continuidad ^b	1,190	1	,275		
Razón de verosimilitudes	2,654	1	,103		
Estadístico exacto de Fisher				,139	,139
Asociación lineal por lineal	2,615	1	,106		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,52.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras

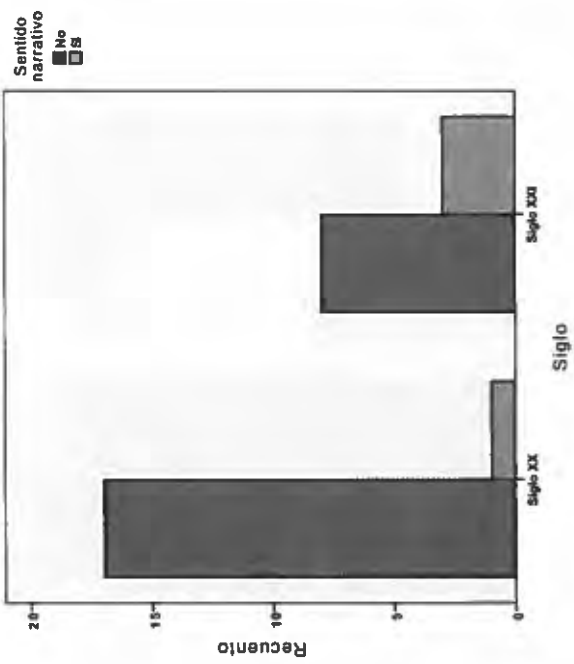


Tabla de contingencia

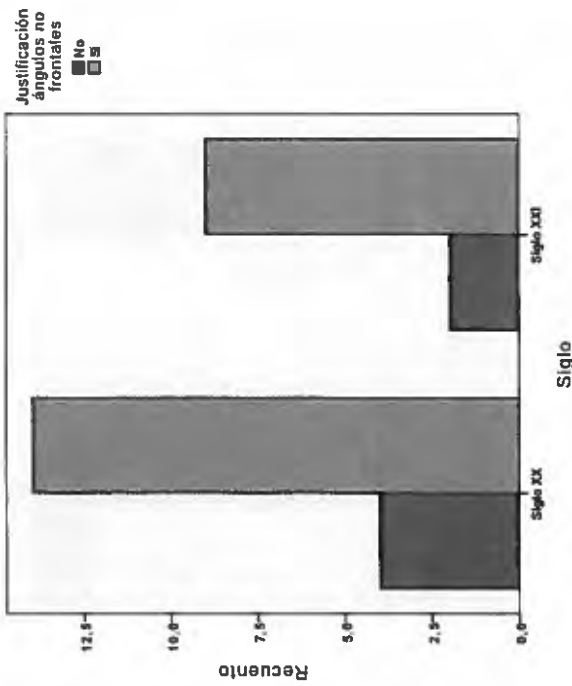
Siglo	Siglo XX	Recuento	Justificación ángulos no frontales		Total
			No	Si	
		% dentro de Siglo	4	14	18
			22,2%	77,8%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	2	9	11
		% dentro de Siglo	18,2%	81,8%	100,0%
Total		Recuento	6	23	29
		% dentro de Siglo	20,7%	79,3%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,068 ^a	1	,794		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,069	1	,793		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,592
Asociación lineal por lineal	,066	1	,798		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,25.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Coherencia tipo planificación

Tabla de contingencia

Siglo	Recuento	Coherencia tipo planificación		Total
		No	Si	
Siglo XX	10	8	2	10
% dentro de Siglo		44,4%	55,6%	100,0%
Siglo XXI	9	2	7	9
% dentro de Siglo		18,2%	81,8%	100,0%
Total	19	10	9	19
% dentro de Siglo		34,5%	65,5%	100,0%

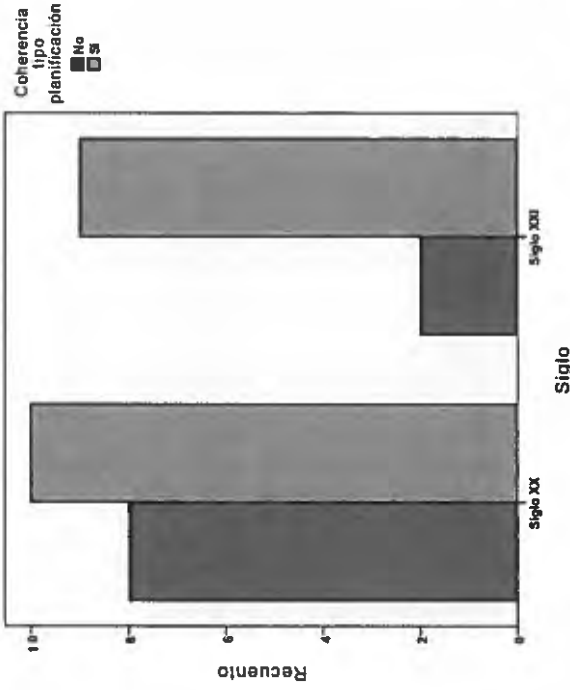
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,004 ^a	1	,149		
Corrección por continuidad ^b	1,004	1	,298		
Razón de verosimilitudes	2,201	1	,138		
Estadístico exacto de Fisher	2,013	1	,156	,234	,149
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,79.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Sonido directo grabación

Tabla de contingencia

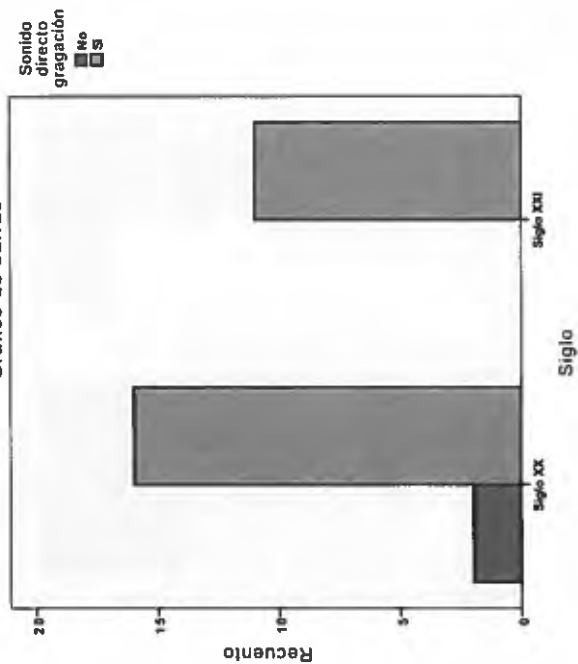
Siglo	Siglo XX	Recuento	Sonido directo grabación		Total
			No	Si	
			2	16	18
		% dentro de Siglo	11,1%	88,9%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	0	11	11
		% dentro de Siglo	0,0%	100,0%	100,0%
Total		Recuento	2	27	29
		% dentro de Siglo	6,9%	93,1%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,313 ^a	1	,252		
Corrección por continuidad ^b	,153	1	,696		
Razón de verosimilitudes	1,997	1	,158		
Estadístico exacto de Fisher				,512	,377
Asociación lineal por lineal	1,267	1	,260		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,76.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Sonido postproducido

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Sonido postproducido		Total
			No	Si	
			13	5	18
		% dentro de Siglo	72,2%	27,8%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	11	0	11
		% dentro de Siglo	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Recuento	24	5	29
		% dentro de Siglo	82,8%	17,2%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,652 ^a	1	,055		
Corrección por continuidad ^b	2,002	1	,157		
Razón de verosimilitudes	5,392	1	,020		
Estadístico exacto de Fisher				,126	,072
Asociación lineal por lineal	3,565	1	,059		
N de casos válidos	29				

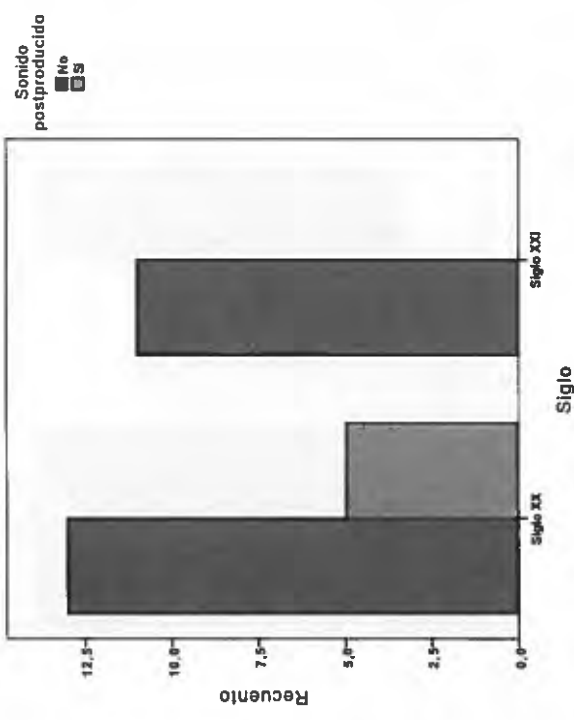
a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,90.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,313 ^a	1	,252		
Corrección por continuidad	,153	1	,696		
Razón de verosimilitudes	1,997	1	,158		
Estadístico exacto de Fisher				,512	,377
Asociación lineal por lineal	1,267	1	,260		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,76.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras

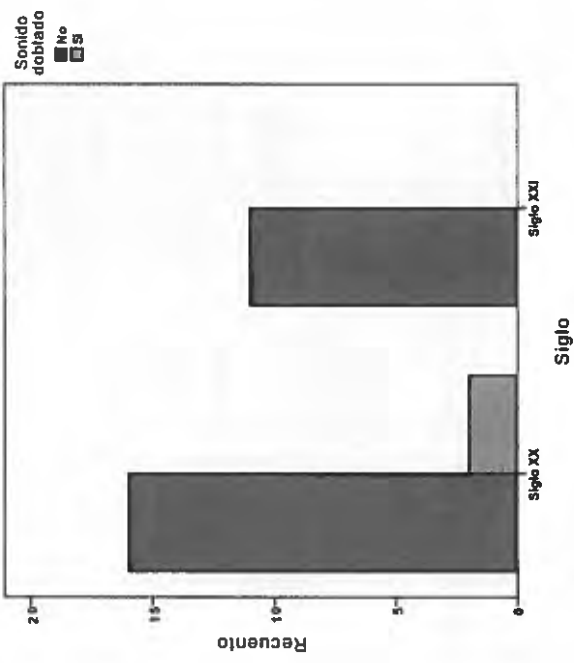


Siglo * Sonido doblado

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo	Recuento	Sonido doblado		Total
			No	Sí	
Siglo XX	Recuento	16	2	18	
	% dentro de Siglo	88,9%	11,1%	100,0%	
Siglo XXI	Recuento	11	0	11	
	% dentro de Siglo	100,0%	0,0%	100,0%	
Total	Recuento	27	2	29	
	% dentro de Siglo	93,1%	6,9%	100,0%	

Gráfico de barras



Siglo * Sonido respeta grabación

Tabla de contingencia

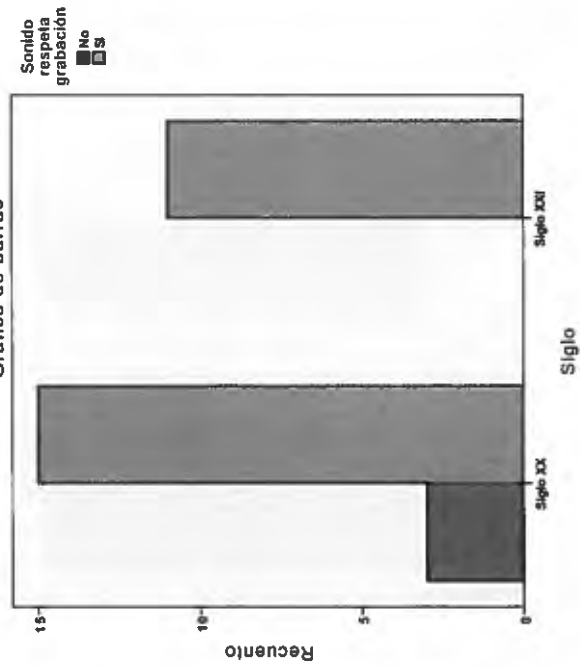
Siglo	Siglo XX	Recuento	Sonido respeta grabación		Total
			No	Si	
			3	15	18
	% dentro de Siglo	16,7%	83,3%	100,0%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	0	11	11
	% dentro de Siglo	0,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total	Recuento	3	26	29	
	% dentro de Siglo	10,3%	89,7%	100,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,045 ^a	1	,153		
Corrección por continuidad	,643	1	,423		
Razón de verosimilitudes	3,070	1	,080		
Estadístico exacto de Fisher	1,974	1	,160	,268	,223
Asociación lineal por lineal	29				
N de casos válidos					

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,14.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



DATASET ACTIVATE Conjunto_de_datos1.
 T-TEST GROUPS=SIGLO (0 1)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=VA18 VA19 VA20 VA21 VA22 VA23 VA24 VA25 VA26 VA27 VA28 VA29 VA30 VA31 VA32
 /CRITERIA=CI(.95).

Prueba T

Notas

Resultados creados	Comentarios	Entrada
Datos	Conjunto de datos activo	04-DEC-2013 08:33:13 /User/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav
Filtro	<ninguno>	Conjunto_de_datos1
Peso	<ninguno>	<ninguno>
Dividir archivo	Num. de filas del archivo de trabajo	<ninguno>
Definición de los valores perdidos	Definición de los valores perdidos	29 Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos.
Casos utilizados	Casos utilizados	Los estadísticos de cada análisis se basan en los casos que no tienen datos perdidos ni quedan fuera de rango en cualquiera de las variables del análisis. T-TEST GROUPS=SIGLO (0 1) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=VA18 VA19 VA20 VA21 VA22 VA23 VA24 VA25 VA26 VA27 VA28 VA29 VA30 VA31 VA32 /CRITERIA=CI(.95).
Recursos	Tiempo de procesador	00:00:00,02
	Tiempo transcurrido	00:00:00,00

[Conjunto_de_datos1] /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav

Estadísticos de grupo

	Siglo	N	Media
Multicámara	Siglo XX	18	1,00
	Siglo XXI	11	1,00
Ángulo frontal	Siglo XX	18	,89
	Siglo XXI	11	1,00
Ángulo lateral Izd.	Siglo XX	18	,94
	Siglo XXI	11	1,00
Ángulo lateral dcho.	Siglo XX	18	,94
	Siglo XXI	11	1,00
Otro tipo ángulo	Siglo XX	18	,44
	Siglo XXI	11	,27
Relat. Plano contraplano	Siglo XX	18	,94
	Siglo XXI	11	1,00
Planes picados	Siglo XX	18	,67
	Siglo XXI	11	,82
Planes contrapicados	Siglo XX	18	,39
	Siglo XXI	11	,64
Sentido narrativo	Siglo XX	18	,06
	Siglo XXI	11	,27
Justificación ángulos no frontales	Siglo XX	18	,78
	Siglo XXI	11	,82
Coherencia tipo planificación	Siglo XX	18	,56
	Siglo XXI	11	,82
Sonido directo grabación	Siglo XX	18	,69
	Siglo XXI	11	1,00
Sonido postproducido	Siglo XX	18	,28
	Siglo XXI	11	,00
Sonido doblado	Siglo XX	18	,11
	Siglo XXI	11	,00
Sonido respecta grabación	Siglo XX	18	,63
	Siglo XXI	11	1,00

- Lenguaje audiovisual

```
SUMMARIZE
/TABLES= VA33 VA34 VA35 VA36 VA37 VA38 VA39 VA40 VA41 VA42 VA43 VA44 VA45 VA46 VA47 VA48 VA
VA52 VA53 VA54 VA55
/FORMAT=NOLIST TOTAL
/TITLE='Resúmenes de casos'
/MISSING=VARIABLE
/CELLS=COUNT.
```

Resumir

Notas

Resultados creados	Comentarios	Entrada	04-DEC-2013 08:33:13
Datos			/Users/kepamari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav
Conjunto de datos activo			Conjunto_de_datos1
Filtro			<ninguno>
Peso			<ninguno>
Dividir archivo			<ninguno>
Núm. de filas del archivo de trabajo			29
Definición de los perdidos			Los valores perdidos definidos por el usuario para las variables dependientes y de agrupación son considerados como valores perdidos para todas las variables dependientes de la tabla.
Tratamiento de los valores perdidos			Los casos utilizados para las tablas no incluyen valores perdidos en ninguna variable independiente y no todas las variables dependientes tienen valores perdidos.
Casos utilizados			SUMMARIZE /TABLES= VA33 VA34 VA35 VA36 VA37 VA38 VA39 VA40 VA41 VA42 VA43 VA44 VA45 VA46 VA47 VA48 VA49 VA50 VA51 VA52 VA53 VA54 VA55 /FORMAT=NOLIST TOTAL /TITLE='Resúmenes de casos' /MISSING=VARIABLE /CELLS=COUNT.
Sintaxis			
Recursos			Tiempo de procesador Tiempo transcurrido 00:00:00,02 00:00:00,00

[Conjunto_de_datos1] /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav

Resúmenes de casos

N		Resúmenes de casos						
Predominio planos fijos		Movimientos de cámara	Movimientos cámara imperfectos	Zooms de detalle a general	Zooms de general a detalle	Barridos verticales	Paneos izquierdo y derecho	
29	29	29	29	29	29	29	29	

Resúmenes de casos

N		Resúmenes de casos	
Travellings o gruas		Atre arriba del plano	
29	29	29	29

* Agrupación visual.DICOTOMIZO VARIABLE *VA33.

RECODE VA33 (MISSING=COPY) (LO THRU 79.8620689655172=0) (LO THRU HI=1) (ELSE=SY5MIS) INTO VA3 VARIABLE LABELS VA33DIC 'Cantidad total planos (agrupado)'.
 FORMATS VA33DIC (F5.0). '<80' 1 '>80'.
 VALUE LABELS VA33DIC 0 '<80' 1 '>80'.
 VARIABLE LEVEL VA33DIC (ORDINAL).
 EXECUTE.

CROSSTABS
 /TABLES=SIGLO BY VA33DIC VA34 VA35 VA36 VA37 VA38 VA39 VA40 VA41 VA42 VA43 VA44 VA45 VA46 VA
 VA52 VA53 VA54 VA55
 /FORMAT=AVALUE TABLES
 /STATISTICS=CHISQ CORR
 /CELLS=COUNT ROW
 /COUNT ROUND CELL
 /BARCHART.

Tablas de contingencia

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos	
	Incluidos	Excluidos
Cantidad total planos	29	100,0%
Planificación mov.interno	29	100,0%
Planificación narrativa	29	100,0%
Planificación musical	29	100,0%
Predominio planos generales	29	100,0%
Predominio planos enterios y medios	29	100,0%
Incluye primeros planos	29	100,0%
Primeros planos de personaje	29	100,0%
Primeros planos inserto-extras	29	100,0%
Comienzo gran plano general	29	100,0%
Final gran plano general	29	100,0%
Final escena cierre f. negro	29	100,0%
Final escena cierre encadenado	29	100,0%
Predominio planos movimiento	29	100,0%
Predominio planos fijos	29	100,0%
Movimientos de cámara	29	100,0%
Movimientos cámara imperfectos	29	100,0%
Zooms de detalle a general	29	100,0%
Zooms de general a detalle	29	100,0%
Barridos verticales	29	100,0%
Paneos izquierdo y derecho	29	100,0%
Travellings o gruas	29	100,0%
Atre arriba del plano	29	100,0%

Resúmenes de casos

N		Resúmenes de casos						
Cantidad total planos	Planificación mov.interno	Planificación narrativa	Planificación musical	Predominio planos generales	Predominio planos enterios y medios	Incluye primeros planos		
29	29	29	29	29	29	29		

Resúmenes de casos

N		Resúmenes de casos						
Primeros planos de personaje	Primeros planos inserto-extras	Comienzo gran plano general	Final gran plano general	Final escena cierre f. negro	Final escena cierre encadenado	Predominio planos movimiento		
29	29	29	29	29	29	29		

Notas

Resultados creados	04-DEC-2013 08:33:13
Comentarios	/Users/kepamar1/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav
Entrada	<p>Datos</p> <p>Conjunto de datos activo</p> <p>Filtro</p> <p>Peso</p> <p>Dividir archivo</p> <p>Núm. de filas del archivo de trabajo</p> <p>Definición de los valores perdidos</p> <p>Casos utilizados</p>
	<p><ninguno></p> <p><ninguno></p> <p><ninguno></p> <p>29</p> <p>Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos.</p> <p>Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas.</p> <p>CROSSTABS</p> <p>/TABLES=SIGLO BY</p> <p>/TABLES=VA34 VA35</p> <p>VA36 VA37 VA38 VA39</p> <p>VA40 VA41 VA42 VA43</p> <p>VA44 VA45 VA46 VA47</p> <p>VA48 VA49 VA50 VA51</p> <p>VA52 VA53 VA54</p> <p>VA55</p> <p>/FORMAT=AVALUE</p> <p>TABLES</p> <p>/STATISTICS=CHISQ</p> <p>CORR</p> <p>/CELLS=COUNT ROW</p> <p>/COUNT ROUND CELL</p> <p>/BARCHART.</p>
Recursos	<p>Tiempo de procesador 00:00:02,87</p> <p>Tiempo transcurrido 00:00:04,00</p> <p>Dimensiones solicitadas 2</p> <p>Casillas disponibles 131029</p>

[Conjunto_de_datos1] /Users/kepamar1/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos	
	Válidos	
Siglo * Cantidad total planos (agrupado)	29	100,0%
Siglo * Planificación mov.interno	29	100,0%
Siglo * Planificación narrativa	29	100,0%
Siglo * Planificación musical	29	100,0%
Siglo * Predominio planos generales	29	100,0%
Siglo * Predominio planos enteros y medios	29	100,0%
Siglo * Incluye primeros planos	29	100,0%
Siglo * Primeros planos de personaje	29	100,0%
Siglo * Primeros planos inserto-extras	29	100,0%
Siglo * Comienzo gran plano general	29	100,0%
Siglo * Final gran plano general	29	100,0%
Siglo * Final escena cierre Negro	29	100,0%
Siglo * Final escena cierre encadenado	29	100,0%
Siglo * Predominio planos movimiento	29	100,0%
Siglo * Predominio planos fijos	29	100,0%
Siglo * Movimientos de cámara	29	100,0%
Siglo * Movimientos cámara imperfectos	29	100,0%
Siglo * Zooms de detalle a general	29	100,0%
Siglo * Zooms de general a detalle	29	100,0%
Siglo * Barridos verticales	29	100,0%
Siglo * Paneos izquierdo y derecho	29	100,0%
Siglo * Travellings o gruas	29	100,0%
Siglo * Aire arriba del plano	29	100,0%

Siglo * Cantidad total planos (agrupado)

Siglo * Planificación mov.interno

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Planificación mov.interno		Total
			No	Si	
			12	6	18
		% dentro de Siglo	66,7%	33,3%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	4	7	11
		% dentro de Siglo	36,4%	63,6%	100,0%
		Recuento	16	13	29
		% dentro de Siglo	55,2%	44,8%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,535 ^a	1	,111		
Corrección por continuidad ^b	1,458	1	,227		
Razón de verosimilitudes	2,557	1	,110		
Estadístico exacto de Fisher				,143	,114
Asociación lineal por lineal	2,448	1	,118		
N de casos válidos	29				

- a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,93.
b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Tabla de contingencia

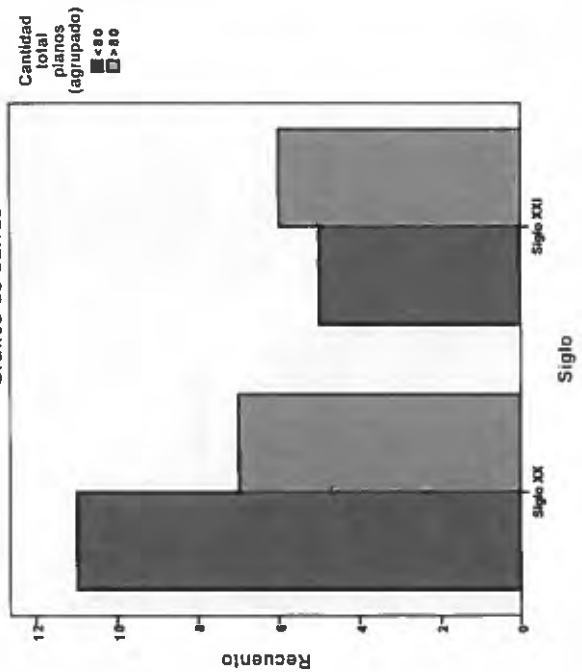
Siglo	Siglo XX	Recuento	Cantidad total planos (agrupado)		Total
			<80	>80	
			11	7	18
		% dentro de Siglo	61,1%	38,9%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	5	6	11
		% dentro de Siglo	45,5%	54,5%	100,0%
		Recuento	16	13	29
		% dentro de Siglo	55,2%	44,8%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,677 ^a	1	,411		
Corrección por continuidad ^b	,192	1	,661		
Razón de verosimilitudes	,676	1	,411		
Estadístico exacto de Fisher				,466	,330
Asociación lineal por lineal	,653	1	,419		
N de casos válidos	29				

- a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,93.
b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

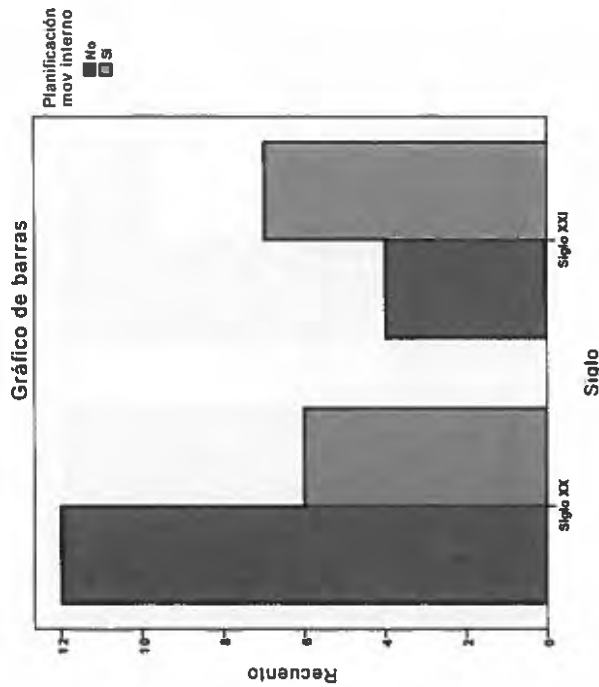
Gráfico de barras



Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,121 ^a	1	,728		
Corrección por continuidad	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,121	1	,728		
Estadístico exacto de Fisher	,117	1	,732		
Asociación lineal por lineal				1,000	,514
N de casos válidos	29				

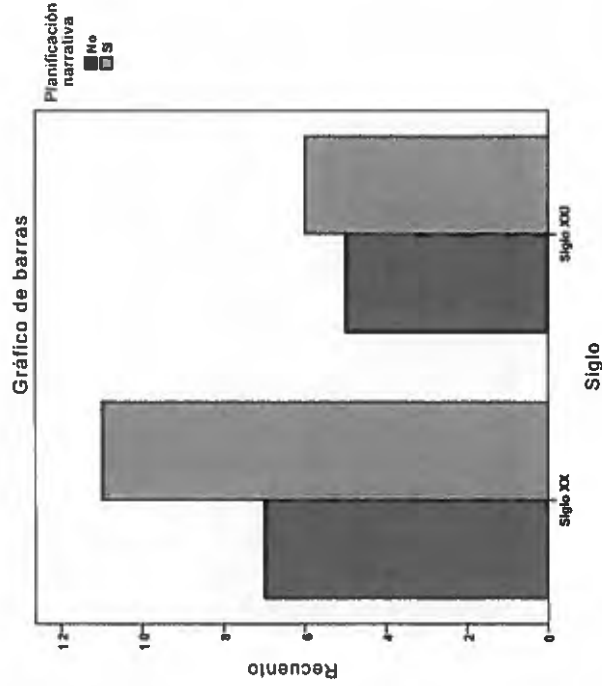
- a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,55.
- b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.



Siglo * Planificación narrativa

Tabla de contingencia

Siglo	Recuento	Planificación narrativa		Total
		No	Sí	
Siglo XX	7	11	18	
	% dentro de Siglo	38,9%	61,1%	100,0%
Siglo XXI	5	6	11	
	% dentro de Siglo	45,5%	54,5%	100,0%
Total	12	17	29	
	% dentro de Siglo	41,4%	58,6%	100,0%



Siglo * Planificación musical

Siglo * Predominio planos generares

Tabla de contingencia

	Predominio planos generares		Total
	No	Si	
Siglo XX	3	15	18
% dentro de Siglo	16,7%	83,3%	100,0%
Siglo XXI	6	5	11
% dentro de Siglo	54,5%	45,5%	100,0%
Total	9	20	29
% dentro de Siglo	31,0%	69,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,577 ^a	1	,032		
Corrección por continuidad ^b	2,976	1	,084		
Razón de verosimilitudes	4,545	1	,033		
Estadístico exacto de Fisher				,048	,043
Asociación lineal por lineal	4,419	1	,036		
N de casos válidos	29				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,41.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Tabla de contingencia

	Planificación musical		Total
	No	Si	
Siglo XX	6	12	18
% dentro de Siglo	33,3%	66,7%	100,0%
Siglo XXI	9	2	11
% dentro de Siglo	81,8%	18,2%	100,0%
Total	15	14	29
% dentro de Siglo	51,7%	48,3%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,428 ^a	1	,011		
Corrección por continuidad ^b	4,633	1	,031		
Razón de verosimilitudes	6,822	1	,009		
Estadístico exacto de Fisher				,021	,014
Asociación lineal por lineal	6,206	1	,013		
N de casos válidos	29				

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,31.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras

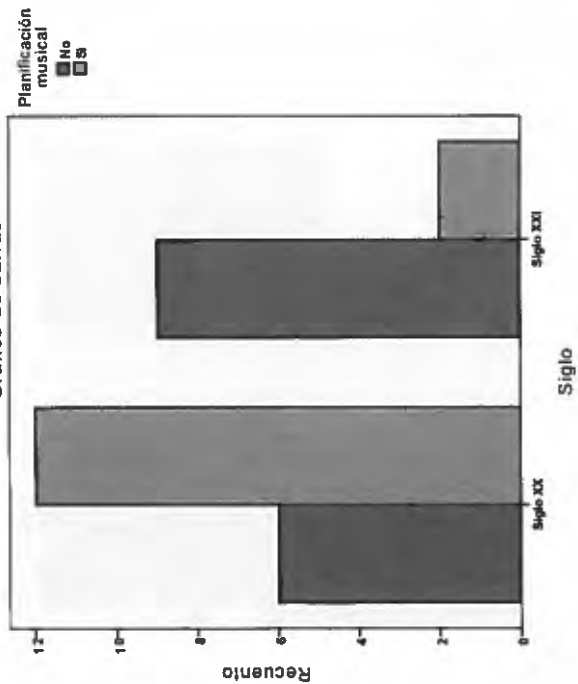
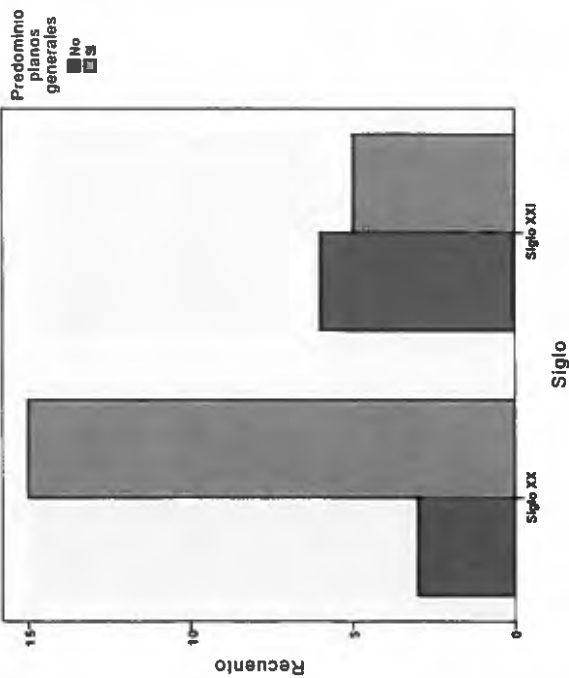


Gráfico de barras



Siglo * Predominio planos enterios y medios

Tabla de contingencia

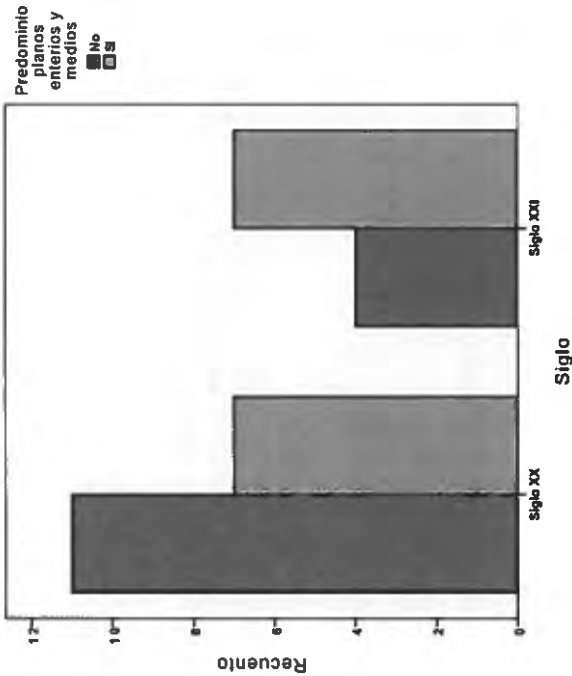
Siglo	Predominio planos enterios y medios	Predominio planos enterios y medios		Total
		No	SI	
Siglo XX	Recuento	11	7	18
	% dentro de Siglo	61,1%	38,9%	100,0%
Siglo XXI	Recuento	4	7	11
	% dentro de Siglo	36,4%	63,6%	100,0%
Total	Recuento	15	14	29
	% dentro de Siglo	51,7%	48,3%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,875 ^a	1	,196		
Corrección por continuidad	,830	1	,362		
Razón de verosimilitudes	1,691	1	,194		
Estadístico exacto de Fisher				,264	,181
Asociación lineal por lineal	1,617	1	,204		
N de casos válidos	29				

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,31.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Incluye primeros planos

Tabla de contingencia

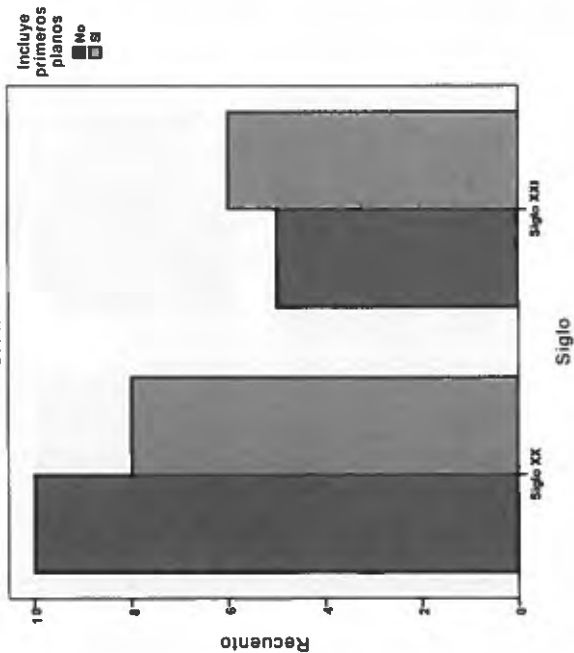
Siglo	Siglo XX	Recuento % dentro de Siglo	Incluye primeros planos		Total
			No	Si	
			10	8	18
			55,6%	44,4%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento % dentro de Siglo	5	6	11
			45,5%	54,5%	100,0%
Total		Recuento % dentro de Siglo	15	14	29
			51,7%	48,3%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asimétrica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,279 ^a	1	,597		
Corrección por continuidad	,021	1	,865		
Razón de verosimilitudes	,279	1	,597		
Estadístico exacto de Fisher				,710	,442
Asociación lineal por lineal	,269	1	,604		
N de casos válidos	29				

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,31.
b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Primeros planos de personaje

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento % dentro de Siglo	Primeros planos de personaje		Total
			No	Si	
			11	7	18
			61,1%	38,9%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento % dentro de Siglo	6	5	11
			54,5%	45,5%	100,0%
Total		Recuento % dentro de Siglo	17	12	29
			58,6%	41,4%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

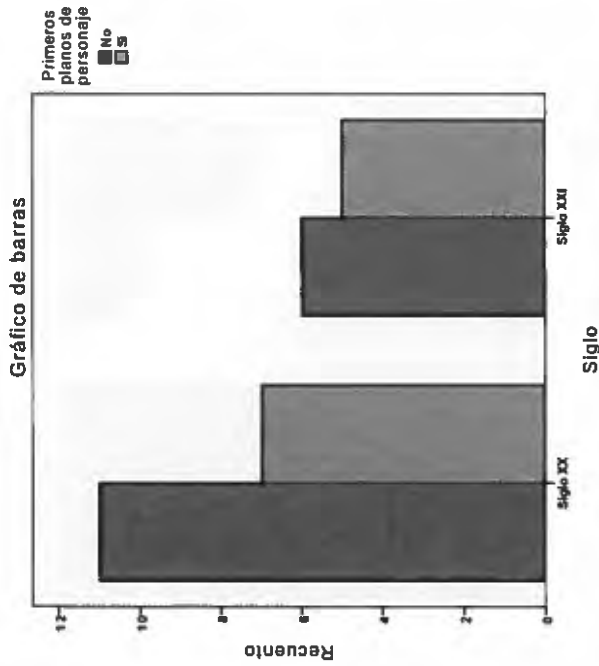
	Valor	gl	Sig. asimétrica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,121 ^a	1	,728		
Corrección por continuidad	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,121	1	,728		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,514
Asociación lineal por lineal	,117	1	,732		
N de casos válidos	29				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,55.
b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,765 ^a	1	,376		
Corrección por continuidad ^b	,209	1	,647		
Razón de verosimilitudes	,817	1	,366		
Estadístico exacto de Fisher	,758	1	,384	,671	,330
N de casos válidos	29				

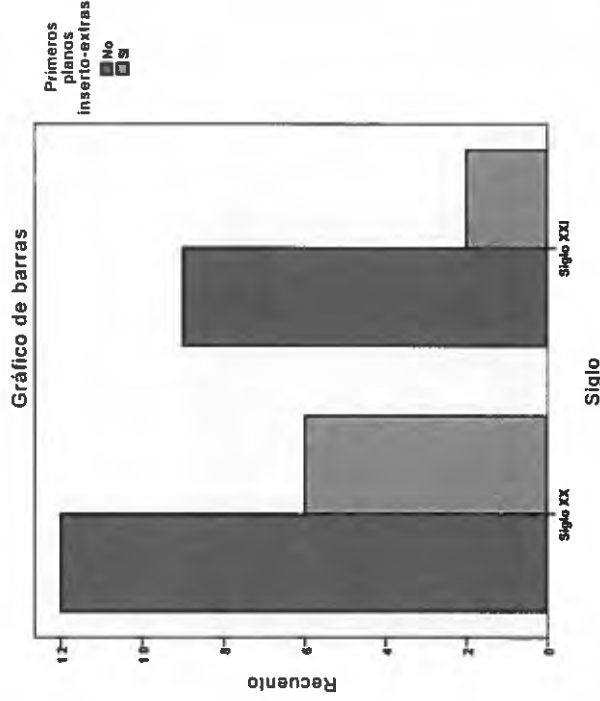
a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,03.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.



Siglo * Primeros planos inserto-extras

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento % dentro de Siglo	Primeros planos inserto-extras		Total
			No	Si	
		12 66,7%	6 33,3%	18	100,0%
	Siglo XXI	9 81,5%	2 18,2%	11	100,0%
Total		21 72,4%	8 27,6%	29	100,0%



Siglo * Comienzo gran plano general

Siglo * Final gran plano general

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento % dentro de Siglo	Final gran plano general		Total
			No	Si	
			1	17	18
		5,6%		94,4%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento % dentro de Siglo	0	11	11
		0,0%		100,0%	100,0%
Total		Recuento % dentro de Siglo	1	28	29
		3,4%		96,6%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,633 ^a	1	,426		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,976	1	,323		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,621
Asociación lineal por lineal	,611	1	,434		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,38.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento % dentro de Siglo	Comienzo gran plano general		Total
			No	Si	
			2	16	18
		11,1%		88,9%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento % dentro de Siglo	3	8	11
		27,3%		72,7%	100,0%
Total		Recuento % dentro de Siglo	5	24	29
		17,2%		82,8%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,250 ^a	1	,264		
Corrección por continuidad ^b	,374	1	,541		
Razón de verosimilitudes	1,213	1	,271		
Estadístico exacto de Fisher				,339	,266
Asociación lineal por lineal	1,207	1	,272		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,90.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras

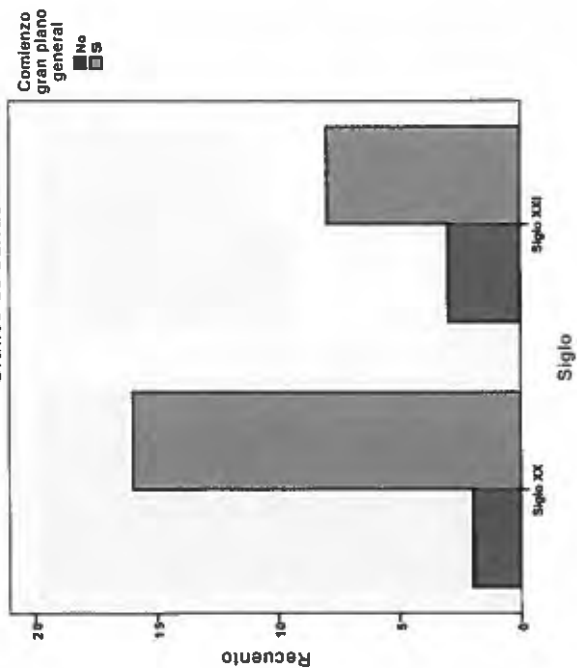
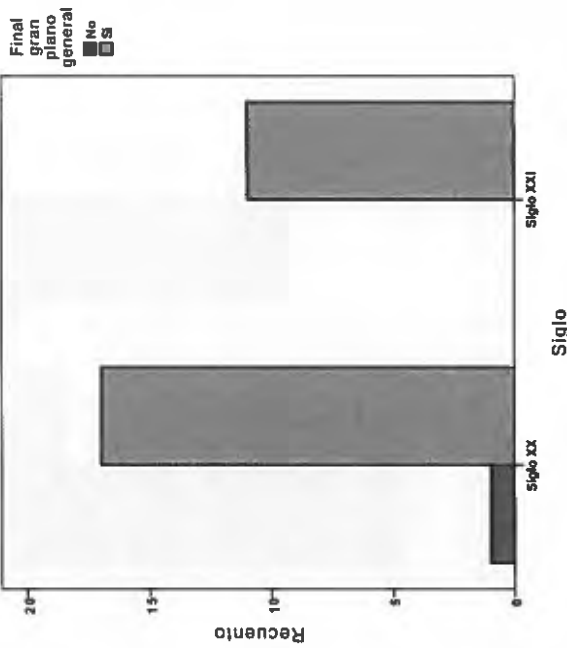


Gráfico de barras



Siglo * Final escena cierre f.negro

Tabla de contingencia

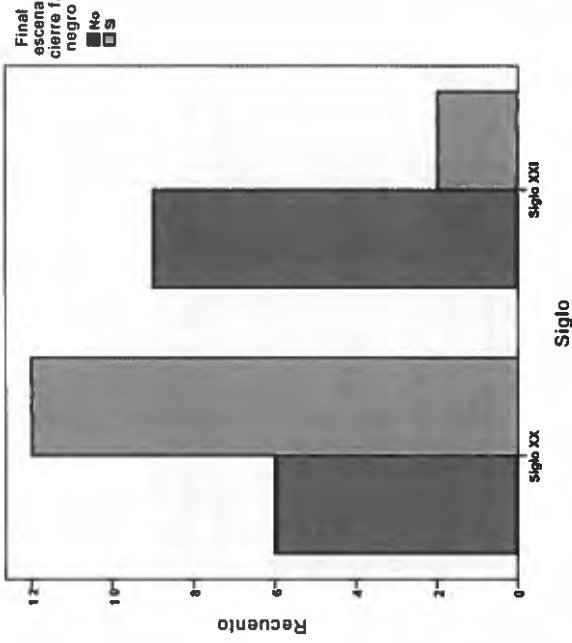
Siglo	Final escena cierre f.negro	Total	
		No	Si
Siglo XX	Recuento	6	12
	% dentro de Siglo	33,3%	66,7%
Siglo XXI	Recuento	9	2
	% dentro de Siglo	81,8%	18,2%
Total	Recuento	15	14
	% dentro de Siglo	51,7%	48,3%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,428 ^a	1	,011		
Corrección por continuidad ^b	4,633	1	,031		
Razón de verosimilitudes	6,822	1	,009		
Estadístico exacto de Fisher				,021	,014
Asociación lineal por lineal	6,206	1	,013		
N de casos válidos	29				

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,31.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Final escena cierre encadenado

Siglo * Predominio planos movimiento

Tabla de contingencia

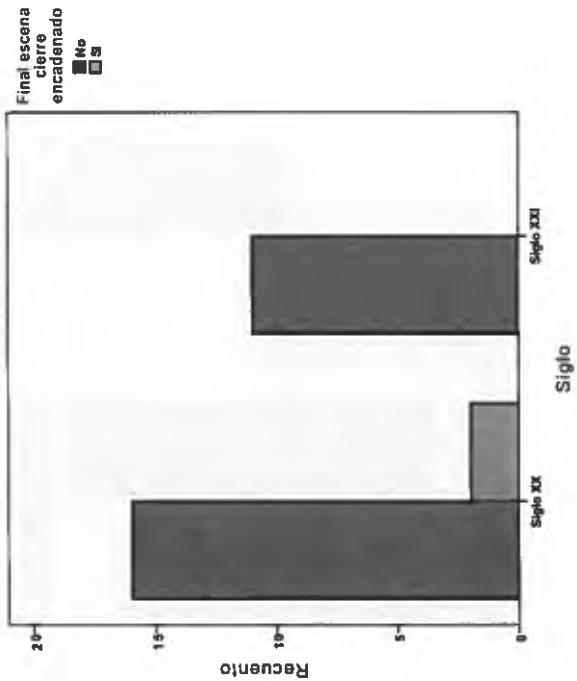
	Final escena cierre encadenado		Total
	No	SI	
Siglo XX	16	2	18
% dentro de Siglo	88,9%	11,1%	100,0%
Siglo XXI	11	0	11
% dentro de Siglo	100,0%	0,0%	100,0%
Total	27	2	29
% dentro de Siglo	93,1%	6,9%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,313 ^a	1	,252		
Corrección por continuidad ^b	,153	1	,696		
Razón de verosimilitudes	1,997	1	,158		
Estadístico exacto de Fisher				,512	,377
Asociación lineal por lineal	1,267	1	,260		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,76.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,66.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

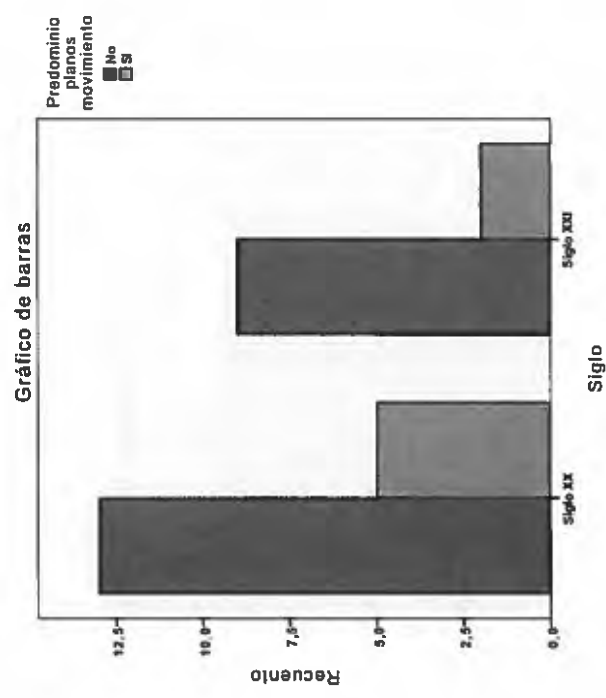
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,343 ^a	1	,558		
Corrección por continuidad ^b	,019	1	,890		
Razón de verosimilitudes	,353	1	,552		
Estadístico exacto de Fisher				,677	,453
Asociación lineal por lineal	,331	1	,565		
N de casos válidos	29				

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.001 ^a	1	.976		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	.001	1	.976		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	.659
Asociación lineal por lineal	.001	1	.977		
N de casos válidos	29				

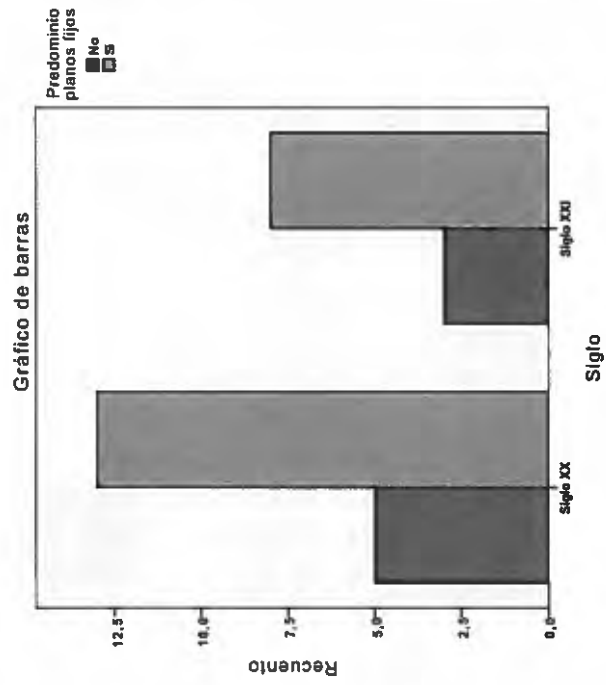
a. 2 casillas (60,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,03.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.



Siglo * Predominio planos fijos

Tabla de contingencia

Siglo	Recuento	Predominio planos fijos		Total
		No	Si	
Siglo XX	18	5	13	18
% dentro de Siglo	100,0%	27,8%	72,2%	100,0%
Siglo XXI	11	3	8	11
% dentro de Siglo	100,0%	27,3%	72,7%	100,0%
Total	29	8	21	29
% dentro de Siglo	100,0%	27,6%	72,4%	100,0%



Siglo * Movimientos de cámara

Tabla de contingencia

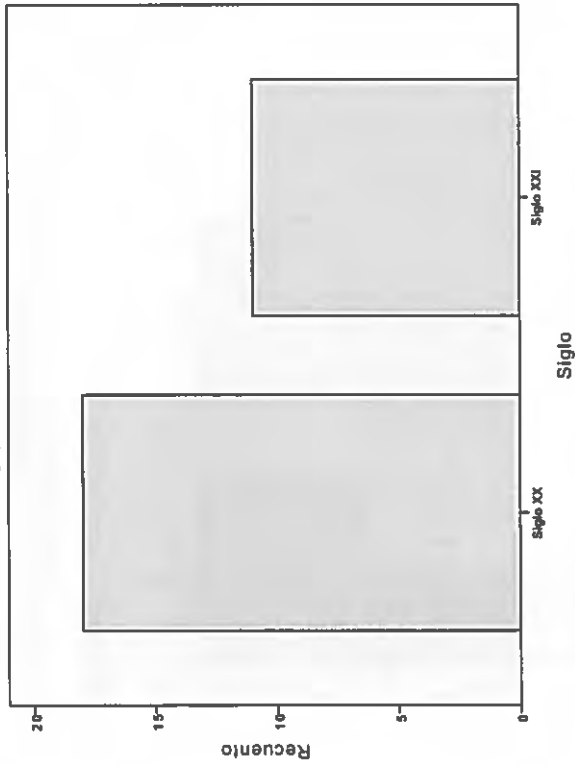
	Siglo	Siglo XX	Movimientos de cámara		Total
			SI	No	
		Recuento	18	18	18
		% dentro de Siglo	100,0%	100,0%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	11	11	11
		% dentro de Siglo	100,0%	100,0%	100,0%
Total		Recuento	29	29	29
		% dentro de Siglo	100,0%	100,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	.4
N de casos válidos	29

a. No se calculará ningún estadístico porque Movimientos de cámara es una constante.

Gráfico de barras



Siglo * Movimientos cámara imperfectos

Tabla de contingencia

	Siglo	Siglo XX	Movimientos cámara imperfectos		Total
			No	SI	
		Recuento	14	4	18
		% dentro de Siglo	77,8%	22,2%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	9	2	11
		% dentro de Siglo	81,8%	18,2%	100,0%
Total		Recuento	23	6	29
		% dentro de Siglo	79,3%	20,7%	100,0%

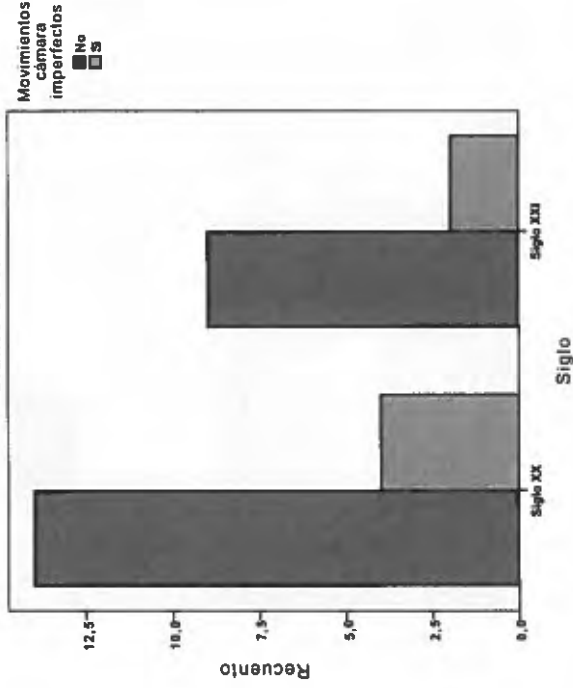
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,066 ^a	1	,794		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,069	1	,793		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,592
Asociación lineal por lineal	,066	1	,798		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,28.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Zooms de detalle a general

Tabla de contingencia

Siglo	Zooms de detalle a general	Zooms de detalle a general		Total
		No	Si	
Siglo XX	Recuento	5	13	18
	% dentro de Siglo	27,8%	72,2%	100,0%
Siglo XXI	Recuento	4	7	11
	% dentro de Siglo	36,4%	63,6%	100,0%
Total	Recuento	9	20	29
	% dentro de Siglo	31,0%	69,0%	100,0%

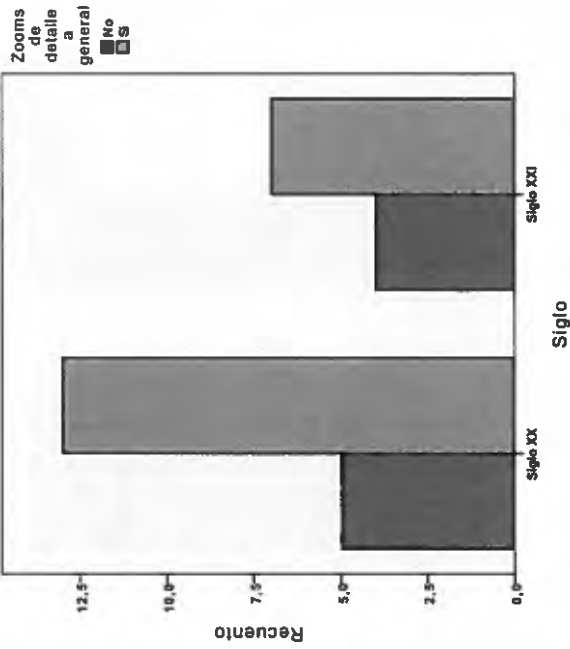
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,235 ^a	1	,628		
Corrección por continuidad	,005	1	,943		
Razón de verosimilitudes	,233	1	,629		
Estadístico exacto de Fisher				,684	,466
Asociación lineal por lineal	,227	1	,634		
N de casos válidos	29				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,41.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Zooms de general a detalle

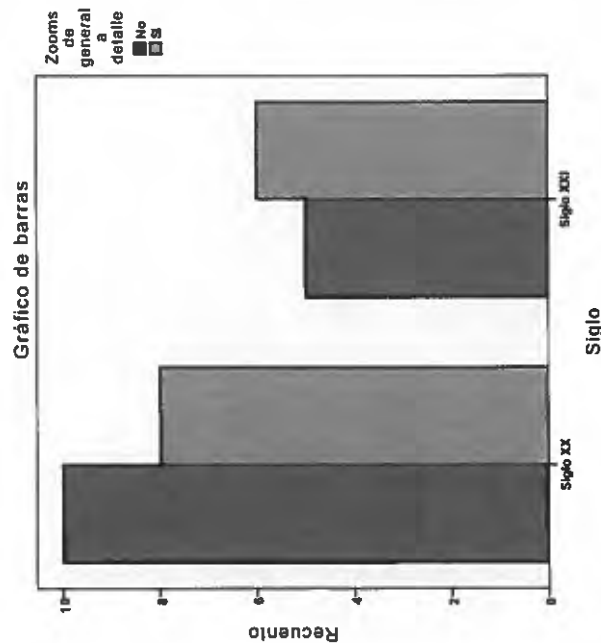
Tabla de contingencia

Siglo	Zooms de general a detalle	Zooms de general a detalle		Total
		No	Si	
Siglo XX	Recuento	10	8	18
	% dentro de Siglo	55,6%	44,4%	100,0%
Siglo XXI	Recuento	5	6	11
	% dentro de Siglo	45,5%	54,5%	100,0%
Total	Recuento	15	14	29
	% dentro de Siglo	51,7%	48,3%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,279 ^a	1	,597		
Corrección por continuidad ^b	,021	1	,885		
Razón de verosimilitudes	,279	1	,597		
Estadístico exacto de Fisher				,710	,442
Asociación lineal por lineal	,269	1	,604		
N de casos válidos	29				

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,31.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.



Siglo * Barridos verticales

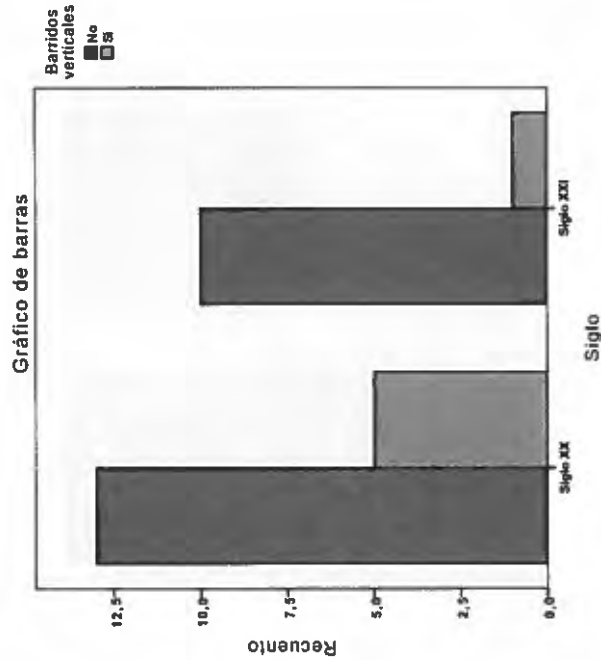
Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Barridos verticales		Total
			No	Sí	
		13	5	18	
		% dentro de Siglo	72,2%	27,8%	100,0%
	Siglo XXI	10	1	11	
		% dentro de Siglo	90,9%	9,1%	100,0%
		Recuento	23	6	29
		% dentro de Siglo	79,3%	20,7%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,453 ^a	1	,228		
Corrección por continuidad ^b	,537	1	,464		
Razón de verosimilitudes	1,597	1	,206		
Estadístico exacto de Fisher				,362	,237
Asociación lineal por lineal	1,403	1	,236		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,25.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.



Siglo * Paneos izquierdo y derecho

Tabla de contingencia

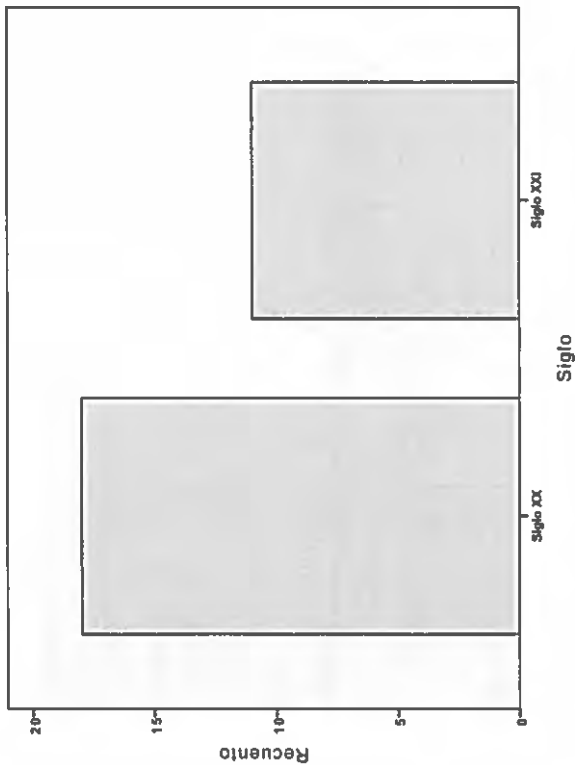
Siglo	Siglo XX	Recuento	Paneos izquierdo y derecho		Total
			Si	No	
		16	16	0	16
		% dentro de Siglo	100,0%	0,0%	100,0%
	Siglo XXI	11	0	11	11
		% dentro de Siglo	0,0%	100,0%	100,0%
Total		29	16	13	29
		% dentro de Siglo	55,2%	44,8%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	2,762 ^a
N de casos válidos	29

a. No se calculará ningún estadístico porque Paneos izquierdo y derecho es una constante.

Gráfico de barras



Siglo * Travellings o gruas

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Travellings o gruas		Total
			No	Si	
		16	15	1	16
		% dentro de Siglo	93,8%	6,2%	100,0%
	Siglo XXI	11	11	0	11
		% dentro de Siglo	100,0%	0,0%	100,0%
Total		27	26	1	27
		% dentro de Siglo	96,3%	3,7%	100,0%

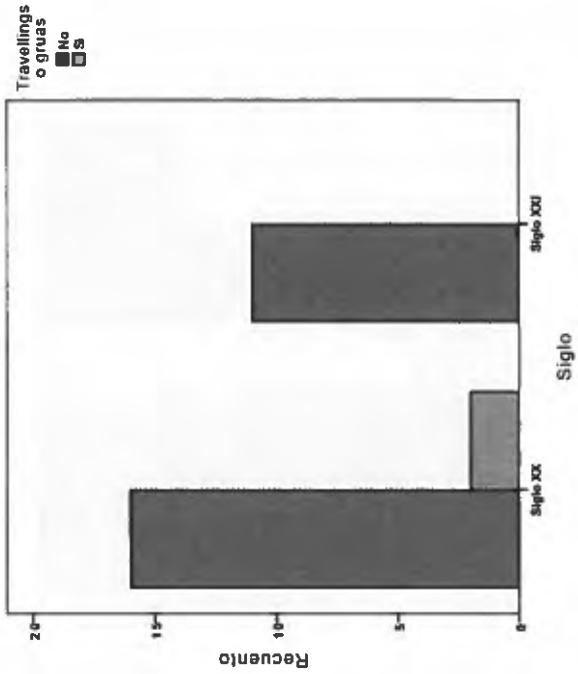
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,313 ^a	1	,252		
Corrección por continuidad	,153	1	,696		
Razón de verosimilitudes	1,997	1	,158		
Estadístico exacto de Fisher				,512	,377
Asociación lineal por lineal	1,287	1	,260		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,76.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Gráfico de barras



Siglo * Aire arriba del plano

Tabla de contingencia

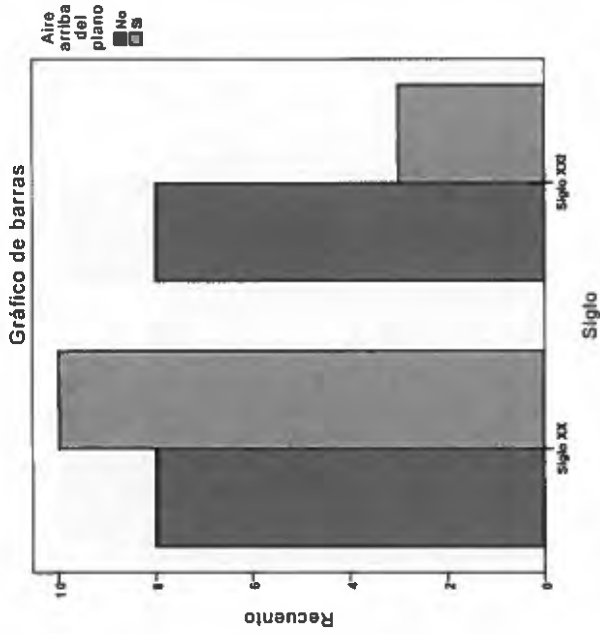
Siglo	Aire arriba del plano	Total	
		No	SI
Siglo XX	Recuento	8	10
	% dentro de Siglo	44,4%	55,6%
Siglo XXI	Recuento	3	11
	% dentro de Siglo	27,3%	100,0%
Total	Recuento	16	29
	% dentro de Siglo	55,2%	44,8%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,208 ^a	1	,137		
Corrección por continuidad ^b	1,213	1	,271		
Razón de verosimilitudes	2,270	1	,132		
Estadístico exacto de Fisher				,249	
Asociación lineal por lineal	2,132	1	,144		,135
N de casos válidos	29				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,93.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.



DATASET ACTIVATE Conjunto de datos1.
T TEST GROUPS=SICLO (0 1)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=VA33DIC VA34 VA35 VA36 VA37 VA38 VA39 VA40 VA41 VA42 VA43 VA44 VA45 VA46 VA47 VA4
/CRITERIA=CI (.95).

Prueba T

Notas

Resultados creados	04-DEC-2013 08:33:17
Comentarios	/Users/kepamari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav
Entrada	Conjunto_de_datos1 <ninguno> <ninguno> <ninguno>
Datos	
Conjunto de datos activo	
Filtro	
Peso	
Dividir archivo	
Núm. de filas del archivo de trabajo	29
Definición de los perdidos	Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos.
Casos utilizados	Los estadísticos de cada análisis se basan en los casos que no llenen datos perdidos ni quedan fuera de rango en cualquiera de las variables del análisis.
Sintaxis	T-TEST GROUPS=SIGLO (0 1) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=VA33DIC VA34 VA35 VA36 VA37 VA38 VA39 VA40 VA41 VA42 VA43 VA44 VA45 VA46 VA47 VA48 VA49 VA50 VA51 /CRITERIA=C(1.95).
Recursos	00:00:00.02 00:00:00.00

[Conjunto_de_datos1] /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav

Estadísticos de grupo

	Siglo	N	Media
Cantidad total planos (agrupado)	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.39 .55
Planificación mov.Interno	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.33 .64
Planificación narrativa	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.61 .55
Planificación musical	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.67 .18
Predominio planos generales	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.83 .45
Predominio planos enteros y medios	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.39 .64
Incluye primeros planos	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.44 .55
Primeros planos de personaje	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.39 .45
Primeros planos inserto-extras	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.33 .18
Comienzo gran plano general	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.89 .73
Final gran plano general	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.94 1.00
Final escena cierre f. negro	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.67 .18
Final escena cierre encadenado	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.11 .00
Predominio planos movimiento	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.28 .18
Predominio planos fijos	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.72 .73
Movimientos de cámara	Siglo XX Siglo XXI	18 11	1.00 1.00
Movimientos cámara imperfectos	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.22 .18
Zooms de detalle a general	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.72 .64
Zooms de general a detalle	Siglo XX Siglo XXI	18 11	.44 .55

Resumen del procesamiento de los casos

	Incluidos				Excluidos				Total	
	Porcentaje		N		Porcentaje		N		Porcentaje	
Condensación de música	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Duración < 150 minutos	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Duración > 170 minutos	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Duración sobre 160 minutos	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Cambios planif. /criterios narrativos	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Dinámico/cambios de plano	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Dinámico/contraste mov.cámara	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Estático/cantidad cambios de plano	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Cambio de plano por corte clásico	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Otras técnicas para continuidad narrativa	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Técnicas fundido para continuidad narrativa	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Incorporación ef. sonido	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Dejar filtrar sonidos no ilegítimos del teatro	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Incorporación efectos audiovisuales	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Empiezo planos ilegítimos	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Empiezo composición con prof.campo	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Actuaciones cinematográficas	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Actuaciones teatrales	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Ambientación tradicional	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Ambientación moderna	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Ambientación escélica sobre concepción audiovisual	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Fotografía e iluminación apropiadas	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Planificación asociada a uso narrativo	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%

Resúmenes de casos

N	Duración < 150 minutos		Duración > 170 minutos		Duración sobre 160 minutos		Cambios planif. /criterios narrativos		Dinámica cambios de plano		Dinámico mov. cámara	
	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
Condensación de música	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29

* Universo narrativo

```
SUMMARIZE
/TABLES= VA56 VA57 VA58 VA59 VA60 VA61 VA62 VA63 VA64 VA65 VA66 VA67 VA68 VA69 VA70 VA71 V.
VA75 VA76 VA77 VA78
/FORMAT=NOLIST TOTAL
/TITLE='Resúmenes de casos'
/MISSING=VARIABLE
/CELLS=COUNT.
```

Resumir

Resultados creados	Comentarios	Entrada	Notas
Datos	Conjunto de datos activo	Filtro	05-DEC-2013 15:17:10
Peso	Dividir archivo	Núm. de filas del archivo de trabajo	
Definición de los valores perdidos			29
Tratamiento de los valores perdidos			Los valores perdidos definidos por el usuario para las variables dependientes, y de agregación son considerados como valores perdidos para todas las variables dependientes de la tabla.
Sintaxis	Casos utilizados		Los casos utilizados para las tablas no incluyen valores perdidos en ninguna variable independiente y no todas las variables dependientes tienen valores perdidos.
Recursos	Tiempo de procesador	00:00:00,01	
	Tiempo transcurrido	00:00:00,00	

[Conjunto.de_datos] /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav

Resúmenes de casos

N	29	29	29	29	29	29
Estadísticas de cambios de plano	Cambio de plano por corte clásico	Otras técnicas para continuidad narrativa	Técnicas fundido para continuidad narrativa	Incorporación en el sonido	Dejar filtrar sonidos no deseados del teatro	Incorporación en efectos audiovisuales

Resúmenes de casos

N	29	29	29	29	29	29
Empleo planos digitales	Empleo composición con prof. campo	Actuaciones cinematográficas	Actuaciones teatrales	Ambientación tradicional	Ambientación moderna	Ambientación escéptica sobre concepción audiovisual

Resúmenes de casos

N	29	29
Fotografía e iluminación apropiadas	Planificación asociada a uso narrativo	

```

CROSSTABS
  /TABLES=SIGLO BY VA56 VA57 VA58 VA60 VA61 VA62 VA63 VA64 VA65 VA66 VA67 VA68 VA69 VA70
  VA75 VA76 VA77 VA78
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /STATISTICS=CHISQ CORR
  /CELLS=COUNT ROW
  /COUNT ROUND CELL
  /BARCHART.
  
```

Tablas de contingencia

Notas

Resultados creados	05-DEC-2013 15:17:10
Comentarios	/Users/kepamari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav
Entrada	Conjunto_de_datos1
Datos	<ninguno>
Conjunto de datos activo	<ninguno>
Filtro	<ninguno>
Peso	<ninguno>
Dividir archivo	29
Núm. de filas del archivo de trabajo	Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos.
Definición de los perdidos	Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas.
Casos utilizados	CROSSTABS /TABLES=SIGLO BY VA56 VA57 VA58 VA59 VA60 VA61 VA62 VA63 VA64 VA65 VA66 VA67 VA68 VA69 VA70 VA71 VA72 VA73 VA74 VA75 VA76 VA77 VA78 /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ CORR /CELLS=COUNT ROW /COUNT ROUND CELL /BARCHART.
Sintaxis	
Recursos	Tiempo de procesador 00:00:03,84 Tiempo transcurrido 00:00:04,00 Dimensiones solicitadas 2 Casillas disponibles 131029

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos				Total	
	Válidos		Perdidos			
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Siglo * Condensación de música	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Duración < 150 minutos	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Duración > 170 minutos	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Duración sobre 160 minutos	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Cambios planif. /critérios narrativos	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Dinámico/cambios de plano	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Dinámico/contraste mov.cámara	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Estático/cantidad ...	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Cambio de plano por corte clásico	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Otras técnicas para continuidad narrativa	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Técnicas fundido para continuidad narrativa	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Incorporación ef. sonido	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Dejar filtrar sonidos no diestéticos del teatro	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Incorporación efectos audiovisuales diestéticos	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Empleo composición con prof. campo	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Actuaciones cinematográficas teatrales	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Actuaciones tradicionales	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Ambientación moderna	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Ambientación escénica sobre concepción audiovisual	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Fotografía e iluminación apropiadas	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Planificación asociada a uso narrativo	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%

Siglo * Condensación de música

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Condensación de música		Total
		No	Si	
	Recuento	17	1	18
	% dentro de Siglo	94,4%	5,6%	100,0%
	Siglo XXI	11	0	11
	% dentro de Siglo	100,0%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	28	1	29
	% dentro de Siglo	96,6%	3,4%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asimétrica...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,633 ^a	1	,426		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,976	1	,323		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,621
Asociación lineal por lineal	,611	1	,434		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,38.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

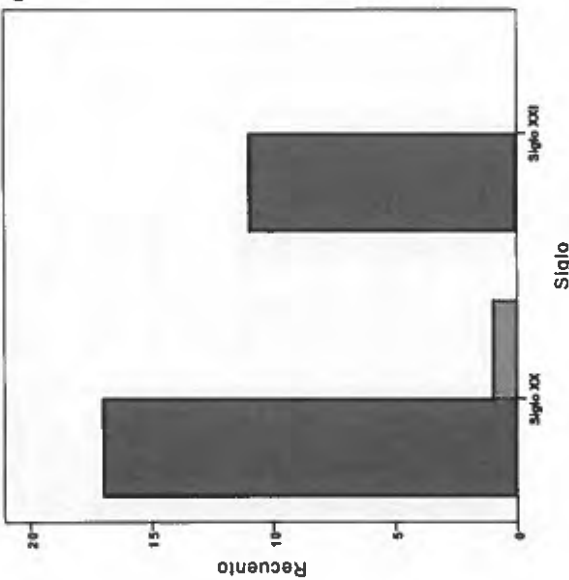
Intervalo por intervalo Ordinal por ordinal	Error tip. asint. ^c		T aproximada ^b	Sig. aproximada
	Valor	Valor		
R de Pearson	-,148	,076	-,776	,444 ^c
Correlación de Spearman	-,148	,076	-,776	,444 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Condensación de música

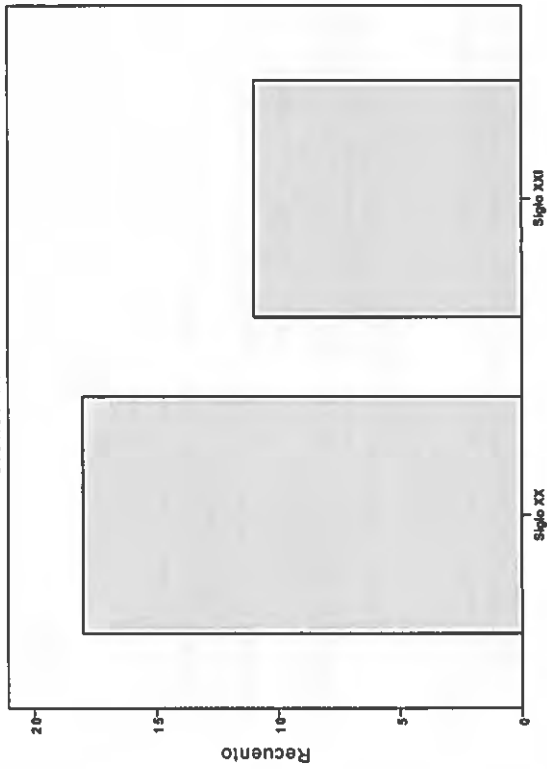
■ No
■ S

Medidas simétricas

Intervalo por intervalo N de casos válidos	R de Pearson	Valor
		a
		29

a. No se calculará ningún estadístico porque Duración < 150 minutos es una constante.

Gráfico de barras



Siglo * Duración < 150 minutos

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Duración < 150 minutos		Total
			No	Sí	
		18	18	100,0%	18
	% dentro de Siglo		100,0%		100,0%
	Siglo XXI	11	11	100,0%	11
	% dentro de Siglo		100,0%		100,0%
Total		29	29	100,0%	29
	% dentro de Siglo		100,0%		100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

Chi-cuadrado de Pearson	Valor
	a
N de casos válidos	29

a. No se calculará ningún estadístico porque Duración < 150 minutos es una constante.

Siglo * Duración > 170 minutos

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Duración > 170 minutos		Total
			No	Sí	
		6	12	18	
	% dentro de Siglo		33,3%	66,7%	100,0%
	Siglo XXI	2	9	11	
	% dentro de Siglo		18,2%	81,8%	100,0%
Total		8	21	29	
	% dentro de Siglo		27,4%	72,4%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asimétrica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,785 ^a	1	,376		
Corrección por continuidad ^c	,209	1	,647		
Razón de verosimilitudes	,817	1	,366		
Estadístico exacto de Fisher	,758	1	,384	,671	,330
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,03.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

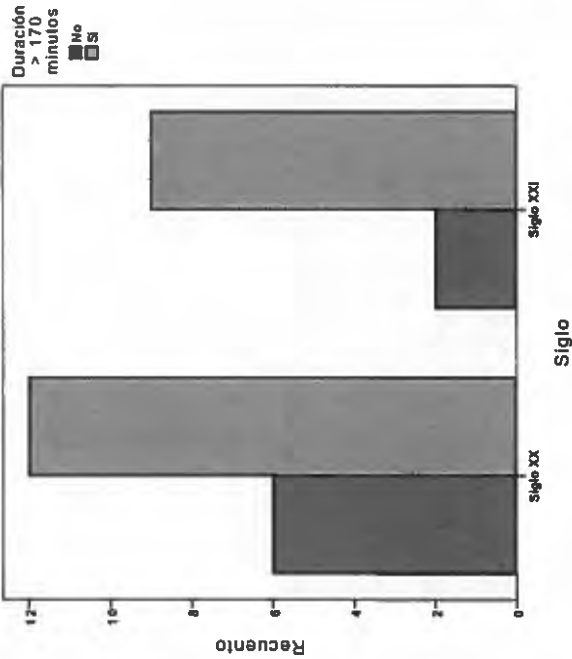
	Valor	Error tip. asimtl. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	,184	,173	,867	,394 ^c
R de Pearson	,164	,173	,867	,394 ^c
Ordinal por ordinal				
Correlación de Spearman				
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Duración sobre 160 minutos

Tabla de contingencia

Siglo	Recuento	Duración sobre 160 minutos		Total
		No	Si	
Siglo XX	18	12	6	18
	% dentro de Siglo	66,7%	33,3%	100,0%
Siglo XXI	11	9	2	11
	% dentro de Siglo	81,8%	18,2%	100,0%
Total	29	21	8	29
	% dentro de Siglo	72,4%	27,6%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,785 ^a	1	,376		
Corrección por continuidad ^b	,209	1	,647		
Razón de verosimilitudes	,817	1	,366		
Estadístico exacto de Fisher	,758	1	,384	,671	,330
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,03.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

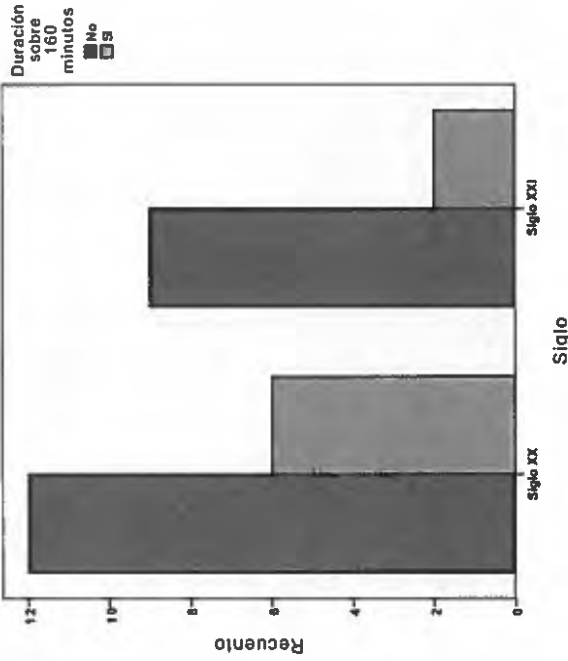
	Valor	Error típ. asint. ^b	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo				
R de Pearson	-,164	,173	-,867	,394 ^c
Ordinal por ordinal				
Correlación de Spearman	-,164	,173	-,867	,394 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Cambios planif./criterios narrativos

Tabla de contingencia

	Siglo	Recuento	Cambios planif./criterios narrativos		Total
			No	Si	
	Siglo XX	18	12	6	18
	% dentro de Siglo	66,7%	33,3%	100,0%	
	Siglo XXI	17	10	7	17
	% dentro de Siglo	90,9%	9,1%	100,0%	
Total		35	22	13	35
	% dentro de Siglo	75,9%	24,1%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,191 ^a	1	,139		
Corrección por continuidad ^b	1,067	1	,302		
Relación de verosimilitudes	2,438	1	,118		
Estadístico exacto de Fisher	2,116	1	,146	,202	,151
Asociación lineal por lineal	2,116	1	,146		
N de casos válidos	29				

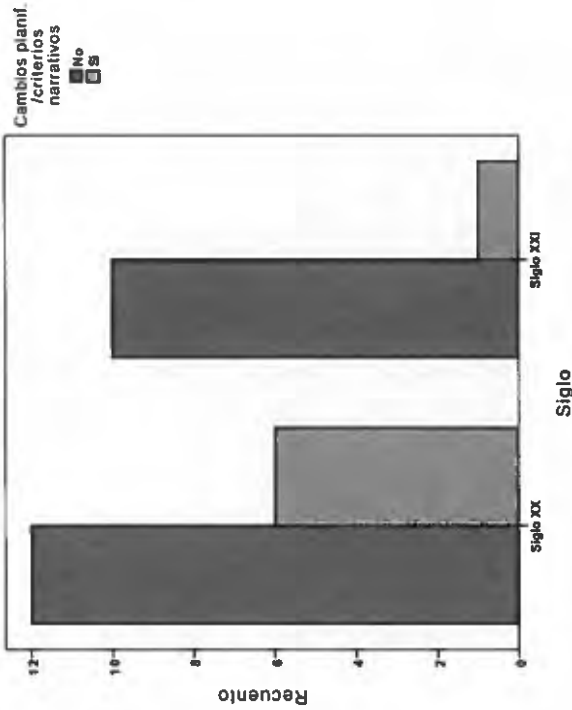
- a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,66.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error típ. asint. ^c	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo R de Pearson	-,275	,150	-,1486	,149 ^c
Ordinal por ordinal Correlación de Spearman	-,275	,150	-,1486	,149 ^c
N de casos válidos	29			

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
 c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Dinámico/cambios de plano

Tabla de contingencia

	Siglo	Recuento	Dinámico/cambios de plano		Total
			No	Si	
	Siglo XX	Recuento	13	5	18
		% dentro de Siglo	72,2%	27,8%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	9	2	11
		% dentro de Siglo	81,8%	18,2%	100,0%
Total		Recuento	22	7	29
		% dentro de Siglo	75,9%	24,1%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,343 ^a	1	,558		
Corrección por continuidad ^b	,019	1	,890		
Razón de verosimilitudes	,353	1	,552		
Estadístico exacto de Fisher				,677	,453
Asociación lineal por lineal	,331	1	,565		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,66.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

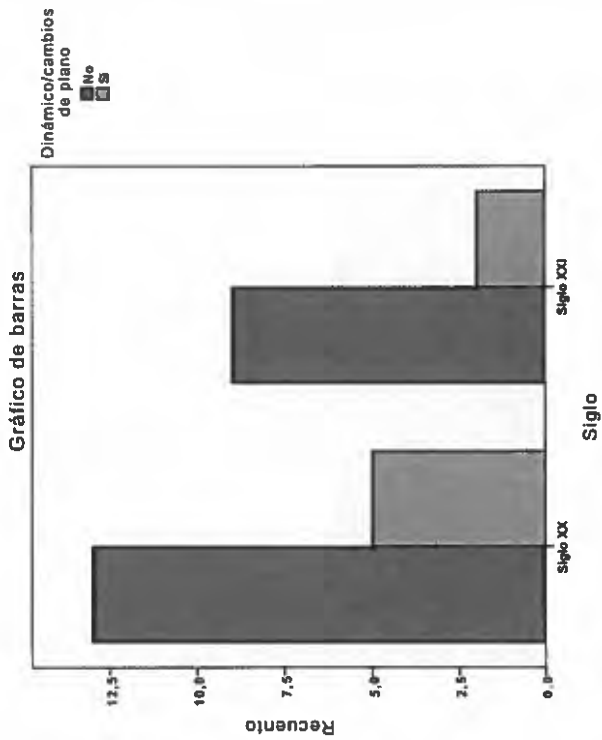
Medidas simétricas

	Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^c
Intervalo por intervalo				
R de Pearson	-,109	,177	-,589	,574 ^c
Ordinal por ordinal				
Correlación de Spearman	-,109	,177	-,569	,574 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.



Siglo * Dinámico/contraste mov.cámara

Tabla de contingencia

	Dinámico/contraste mov. cámara		Total
	No	Si	
Siglo Siglo XX	11	7	18
% dentro de Siglo	61,1%	38,9%	100,0%
Siglo XXI	6	5	11
% dentro de Siglo	54,5%	45,5%	100,0%
Total	17	12	29
% dentro de Siglo	58,6%	41,4%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,121 ^a	1	,728		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Prueba de Fisher	,121	1	,728		
Estadístico exacto de Fisher	,117	1	,732	1,000	,514
N de casos válidos	29				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,55.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

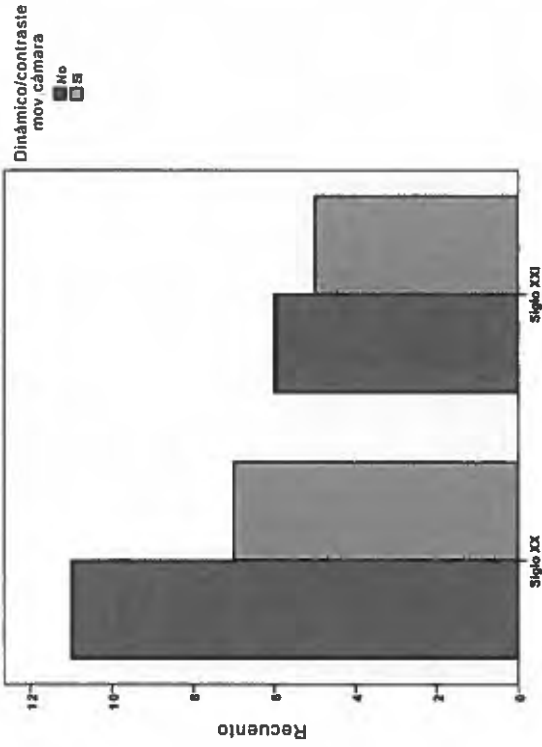
	Valor	Error tip. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	,065	,188	,337	,739 ^c
Ordinal por ordinal	,065	,188	,337	,739 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Estático/cantidad cambios de plano

Tabla de contingencia

	Estático/cantidad cambios de plano		Total
	No	Sí	
Siglo	5	13	18
% dentro de Siglo	27,8%	72,2%	100,0%
Siglo XXI	4	7	11
% dentro de Siglo	36,4%	63,6%	100,0%
Total	9	20	29
% dentro de Siglo	31,0%	69,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,235 ^a	1	,628		
Corrección por continuidad ^b	,005	1	,943		
Razón de verosimilitudes	,233	1	,629		
Estadístico exacto de Fisher	,227	1	,634	,694	,466
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,41.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

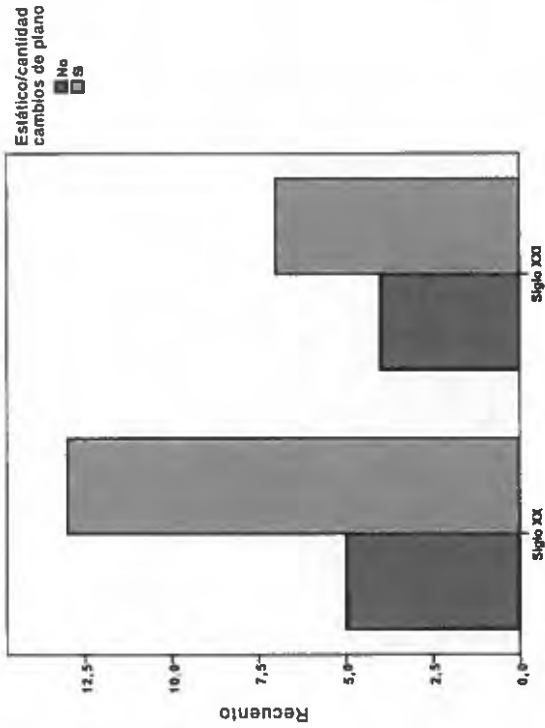
	Valor	Error tip. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	-.090	,188	-.470	,642 ^c
R de Pearson	-.090	,188	-.470	,642 ^c
Ordinal por ordinal				
Correlación de Spearman				
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo

Siglo * Cambio de plano por corte clásico

Tabla de contingencia

Siglo	Cambio de plano por corte clásico	Cambio de plano por corte clásico		Total
		No	Sí	
Siglo XX	Recuento	1	17	18
	% dentro de Siglo	5,8%	94,4%	100,0%
Siglo XXI	Recuento	0	11	11
	% dentro de Siglo	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Recuento	1	28	29
	% dentro de Siglo	3,4%	96,6%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl.	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,633 ^a	1	,426		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,976	1	,323		
Estadístico exacto de Fisher	,611	1	,434	1,000	,621
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,38.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

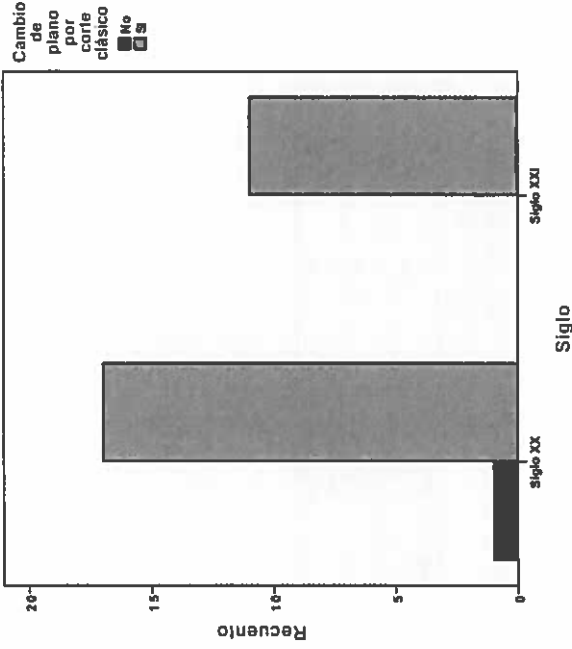
	Valor	Error (p. asint.)	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	,148	,076	,776	,444 ^c
Ordinal por ordinal	,148	,076	,776	,444 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Otras técnicas para continuidad narrativa

Tabla de contingencia

		Otras técnicas para continuidad narrativa		Total
		No	Si	
Siglo	Siglo XX	12	6	18
	% dentro de Siglo	66,7%	33,3%	100,0%
	Siglo XXI	10	1	11
	% dentro de Siglo	90,9%	9,1%	100,0%
Total	Recuento	22	7	29
	% dentro de Siglo	75,9%	24,1%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,191 ^a	1	,139		
Corrección por continuidad ^b	1,067	1	,302		
Razón de verosimilitudes	2,438	1	,118		
Estadístico exacto de Fisher	2,116	1	,148	,202	,151
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,55.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

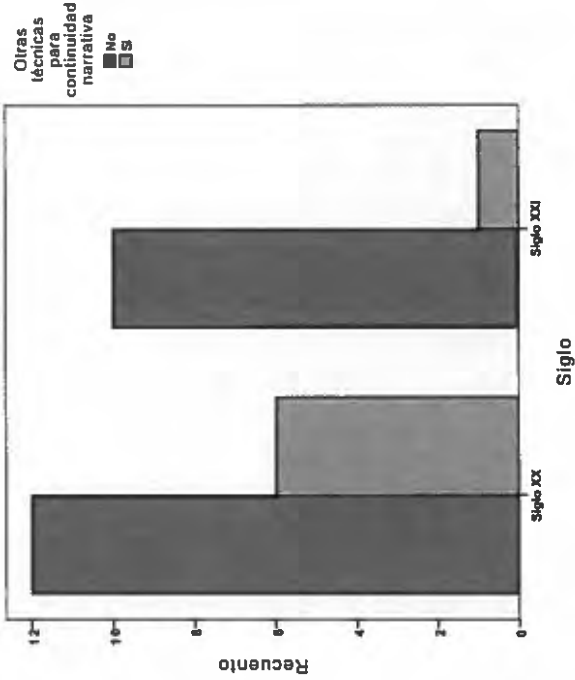
	Valor	Error típ. asint. ^c	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,150	-1,486	,149 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,150	-1,486	,149 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Técnicas fundido para continuidad narrativa

Tabla de contingencia

	Siglo	Recuento	Técnicas fundido para continuidad narrativa		Total
			No	Si	
	Siglo XX	11	88,9%	11,1%	11
	Siglo XXI	2	100,0%	0	2
Total		13	93,1%	6,9%	13

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,313 ^a	1	,252		
Corrección por continuidad ^b	,153	1	,696		
Razón de verosimilitudes	1,997	1	,158		
Estadístico exacto de Fisher				,512	,377
Asociación lineal por lineal	1,267	1	,260		
N de casos válidos	29				

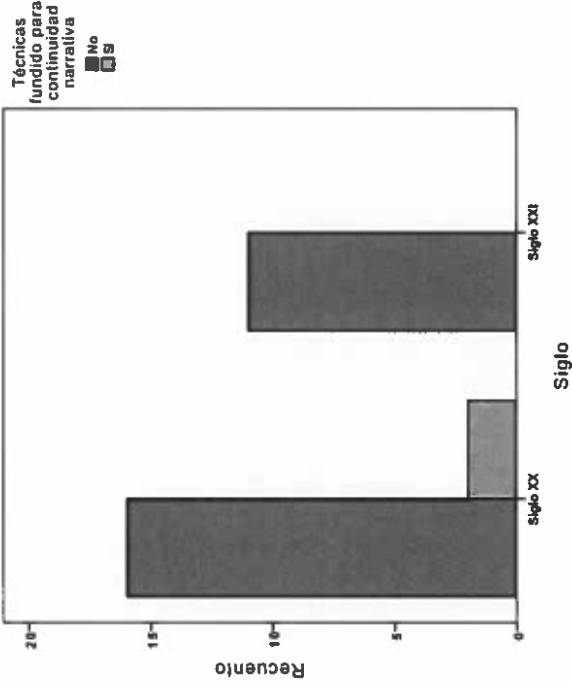
- a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,76.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error típ. asint. ^c	T aproximada ^b	Sig. aproximada	
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,213	,080	-1,131	,268 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,213	,080	-1,131	,268 ^c
N de casos válidos	29				

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
 c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Incorporación ef.sonido

Tabla de contingencia

		Incorporación ef.sonido		Total
		No	S	
Siglo	Recuento	18	11	29
	% dentro de Siglo	100,0%	100,0%	100,0%
	Recuento	11	29	40
	% dentro de Siglo	100,0%	100,0%	100,0%
Total	Recuento	29	29	58
	% dentro de Siglo	100,0%	100,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	,268 ^a
N de casos válidos	29

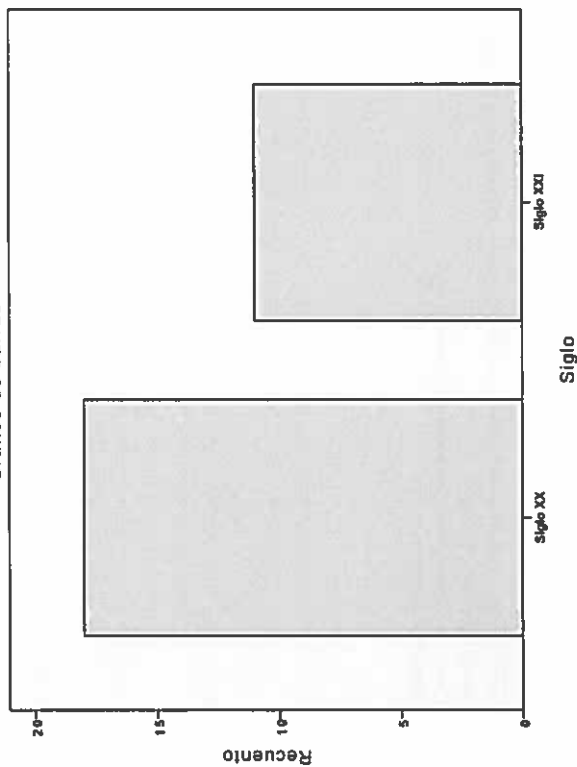
- a. No se calculará ningún estadístico porque Incorporación ef.sonido es una constante.

Medidas simétricas

Intervalo por intervalo N de casos válidos	R de Pearson	Valor
		29

a. No se calculará ningún estadístico porque incorporación al sonido es una constante.

Gráfico de barras



Siglo * Dejar filtrar sonidos no diegéticos del teatro

Tabla de contingencia

Siglo	Recuento	Dejar filtrar sonidos no diegéticos del teatro		Total
		No	Si	
Siglo XX	5	5	13	18
	% dentro de Siglo	27,8%	72,2%	100,0%
Siglo XXI	0	0	11	11
	% dentro de Siglo	0,0%	100,0%	100,0%
Total	5	5	24	29
	% dentro de Siglo	17,2%	82,8%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,692 ^a	1	,055		
Corrección por continuidad ^b	2,002	1	,157		
Razón de verosimilitudes	5,392	1	,020		
Estadístico exacto de Fisher				,126	,072
Asociación lineal por lineal	3,565	1	,059		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,90.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

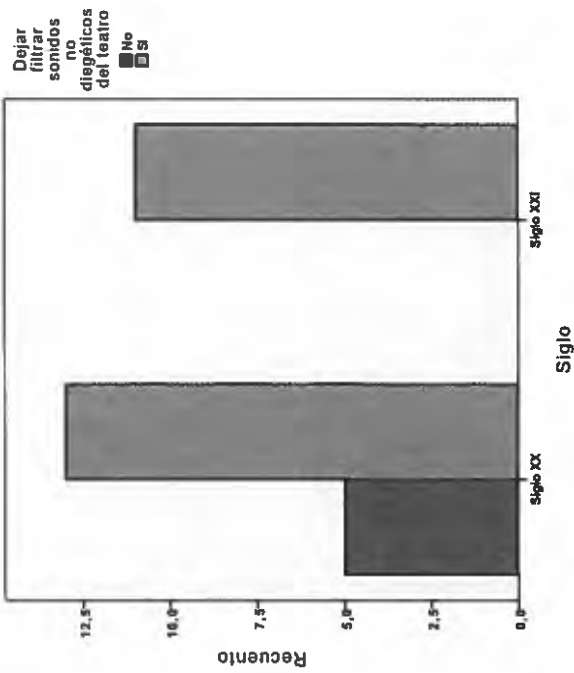
	Valor	Error tip. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	,357	,090	1,985	,057 ^c
Ordinal por ordinal	,357	,090	1,985	,057 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,623 ^a	1	,032		
Corrección por continuidad	2,015	1	,093		
Razón de verosimilitudes	6,655	1	,010		
Estadístico exacto de Fisher				,058	,039
Asociación lineal por lineal	4,464	1	,035		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,28.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error tip. asint. ^b	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^c
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,399	-2,263	,032 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,399	-2,263	,032 ^c
N de casos válidos	29			

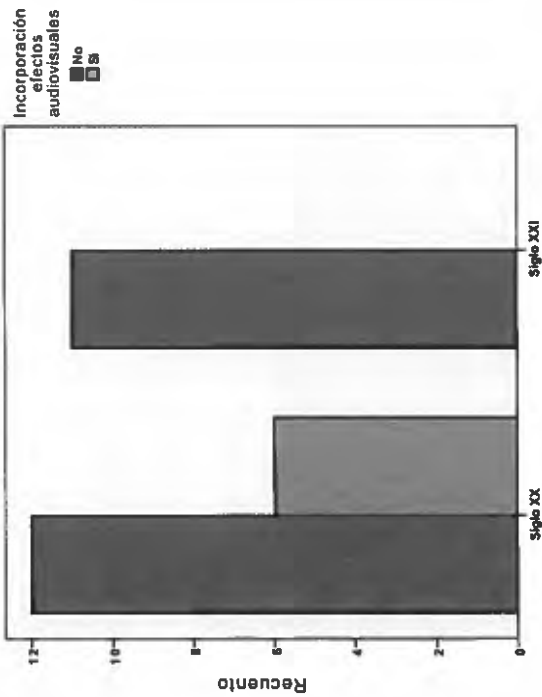
a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
 c. Basada en la aproximación normal.

Siglo * Incorporación efectos audiovisuales

Tabla de contingencia

	Incorporación efectos audiovisuales		Total
	No	SI	
Siglo Siglo XX	Recuento 12	6	18
	% dentro de Siglo 66,7%	33,3%	100,0%
Siglo XXI	Recuento 1	0	1
	% dentro de Siglo 100,0%	0,0%	100,0%
Total	Recuento 23	6	29
	% dentro de Siglo 79,3%	20,7%	100,0%

Gráfico de barras



Siglo * Empleo planos diegéticos

Tabla de contingencia

Siglo	Recuento	Empleo planos diegéticos		Total
		No	Si	
Siglo XX	16	2	18	
% dentro de Siglo	88,9%	11,1%	100,0%	
Siglo XXI	9	2	11	
% dentro de Siglo	81,8%	18,2%	100,0%	
Total	25	4	29	
% dentro de Siglo	86,2%	13,8%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,267 ^a	1	,592		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,280	1	,587		
Estadístico exacto de Fisher	,277	1	,599	,622	,493
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,52.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

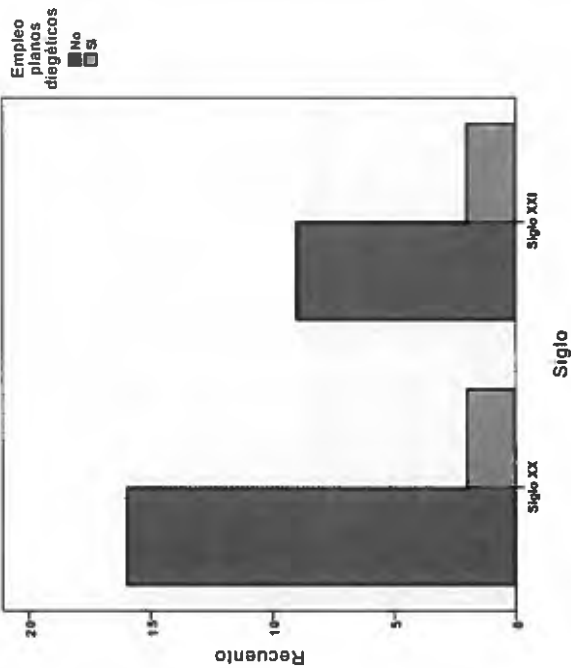
	Valor	Error (ip. asint. ^a)	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	,099	,191	,520	,608 ^c
Ordinal por ordinal	,099	,191	,520	,608 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Empleo composición con prof. campo

Tabla de contingencia

Siglo	Empleo composición con prof. campo	Empleo composición con prof. campo		Total
		No	Si	
Siglo XX	Recuento	13	5	18
	% dentro de Siglo	72,2%	27,8%	100,0%
Siglo XXI	Recuento	9	2	11
	% dentro de Siglo	81,8%	18,2%	100,0%
Total	Recuento	22	7	29
	% dentro de Siglo	75,9%	24,1%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,343 ^a	1	,558		
Corrección por continuidad ^b	,019	1	,890		
Razón de verosimilitudes	,353	1	,552		
Estadístico exacto de Fisher	,331	1	,565	,677	,453
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

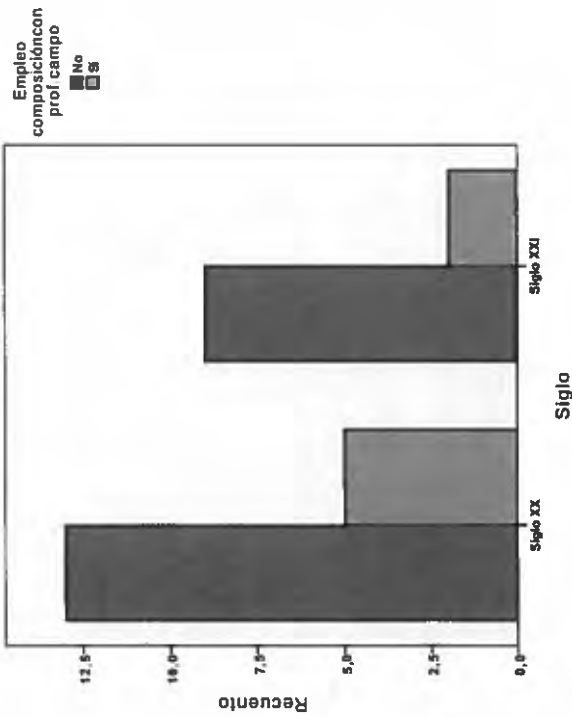
a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,66.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error tip. asint.	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^c
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,109	,177	,574 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,109	,177	,574 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
 c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Actuaciones cinematográficas

Tabla de contingencia

Siglo	Recuento	Actuaciones cinematográficas		Total
		No	S	
Siglo XX	Recuento	10	1	11
	% dentro de Siglo	90,9%	9,1%	100,0%
Siglo XXI	Recuento	15	3	18
	% dentro de Siglo	83,3%	16,7%	100,0%
Total	Recuento	25	4	29
	% dentro de Siglo	86,2%	13,8%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,330 ^a	1	,566		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	,985		
Razón de verosimilitudes	,347	1	,556		
Estadístico exacto de Fisher	,318	1	,573	1,000	,507
N de casos válidos	29				

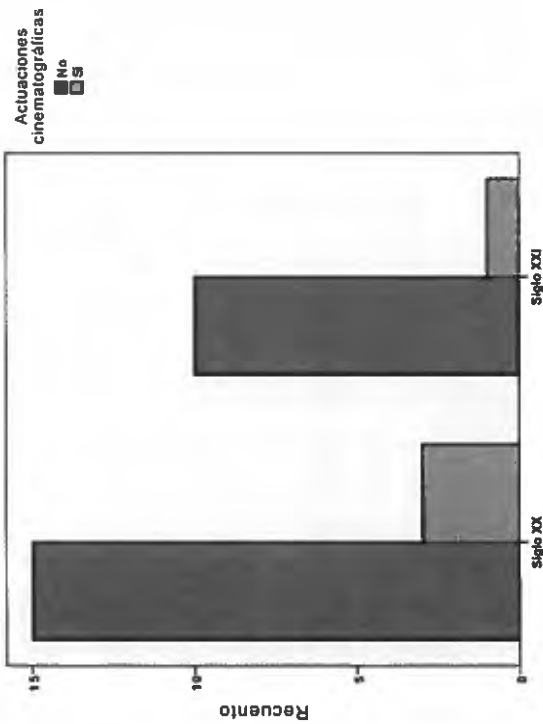
- a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,52.
b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error típ. asint. ^b	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,107	,170	,592 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,107	,170	,592 ^c
N de casos válidos	29			

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
c. Basado en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Actuaciones teatrales

Tabla de contingencia

Siglo	Recuento	Actuaciones teatrales		Total
		No	Sí	
Siglo XX	Recuento	4	14	18
	% dentro de Siglo	22,2%	77,8%	100,0%
Siglo XXI	Recuento	3	8	11
	% dentro de Siglo	27,3%	72,7%	100,0%
Total	Recuento	7	22	29
	% dentro de Siglo	24,1%	75,9%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,095 ^a	1	,758		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,094	1	,759		
Estadístico exacto de Fisher	,092	1	,762	1,000	,547
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

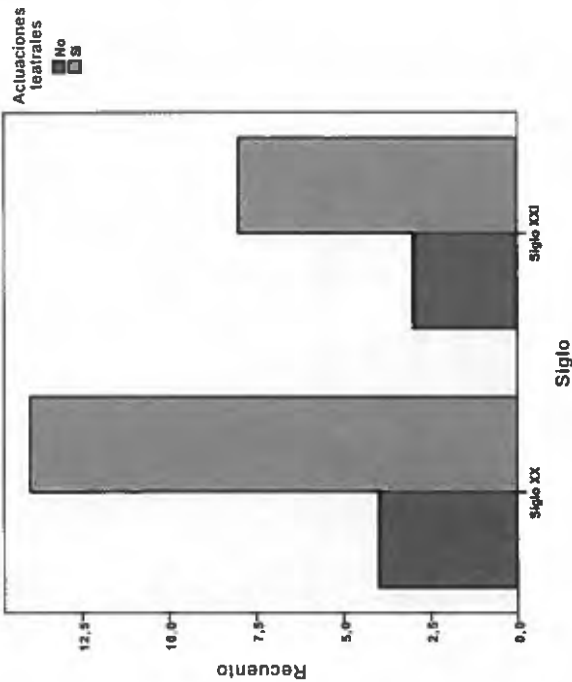
a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,66.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error tip. asint. ^b	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^c
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,057	,188	,768 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-,057	,188	,768 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
 c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Ambientación tradicional

Tabla de contingencia

Siglo	Recuento	Ambientación tradicional		Total
		No	Si	
Siglo XX	Recuento	4	14	18
	% dentro de Siglo	22.2%	77.8%	100.0%
Siglo XXI	Recuento	7	4	11
	% dentro de Siglo	63.6%	36.4%	100.0%
Total	Recuento	11	18	29
	% dentro de Siglo	37.9%	62.1%	100.0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl ^a	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,974 ^b	1	,026		
Corrección por continuidad ^c	3,370	1	,068		
Razón de verosimilitudes	5,008	1	,025		
Estadístico exacto de Fisher				,046	,033
Asociación lineal por lineal	4,602	1	,028		
N de casos válidos	29				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,17.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

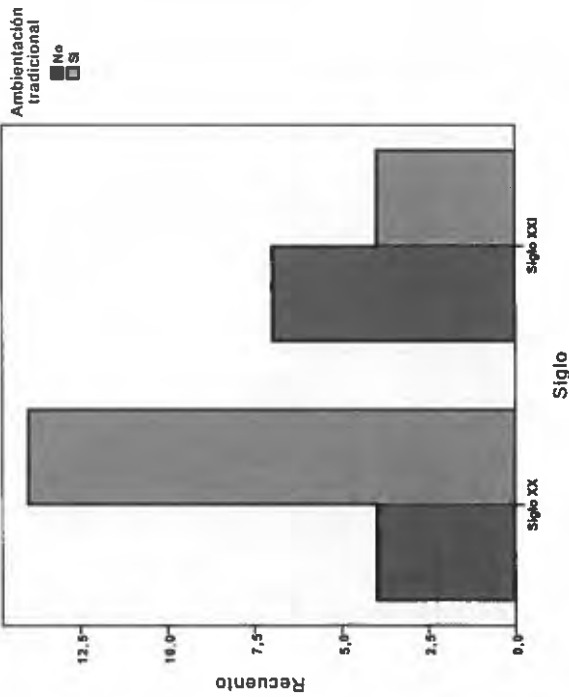
	Valor	Error tip. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,414	,174	,026 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,414	,174	,026 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Ambientación moderna

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo XX	Recuento	Ambientación moderna		Total
			No	Si	
		15	3	18	
		% dentro de Siglo	83,3%	16,7%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	5	6	11
		% dentro de Siglo	45,5%	54,5%	100,0%
Total		Recuento	20	9	29
		% dentro de Siglo	69,0%	31,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,577 ^a	1	,032		
Corrección por continuidad ^b	2,978	1	,064		
Razón de verosimilitudes	4,545	1	,033		
Estadístico exacto de Fisher				,048	,043
Asociación lineal por lineal	4,419	1	,036		
N de casos válidos	29				

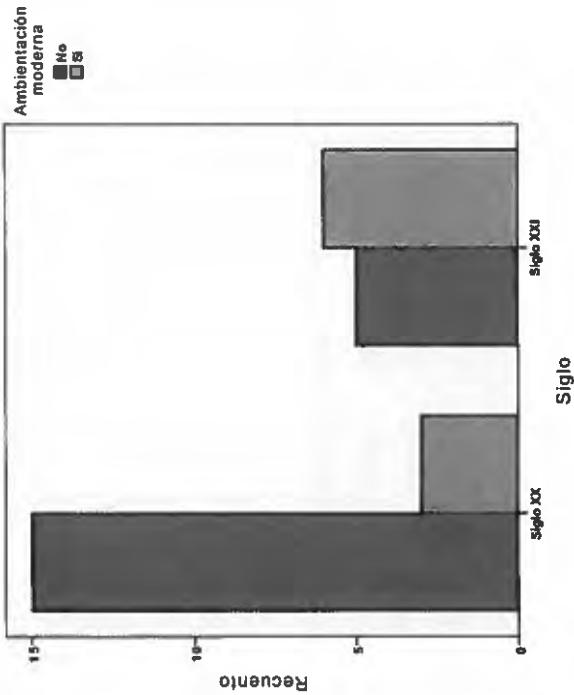
- a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,41.
- b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error tip. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^c
Intervalo por intervalo				
R de Pearson	,397	,177	2,249	,033 ^c
Ordinal por ordinal				
Correlación de Spearman	,397	,177	2,249	,033 ^c
N de casos válidos	29			

- a. Assumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
- c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Ambientación escéptica sobre concepción audiovisual

Tabla de contingencia

Siglo	Recuento	Ambientación escéptica sobre concepción audiovisual		Total
		No	Si	
Siglo XX	16	16	2	16
% dentro de Siglo		86,9%	11,1%	100,0%
Siglo XXI	6	5	1	6
% dentro de Siglo		83,3%	16,7%	100,0%
Total	22	21	3	24
% dentro de Siglo		87,5%	12,5%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,398 ^a	1	,036		
Corrección por continuidad ^b	2,722	1	,099		
Razón de verosimilitudes	4,338	1	,037		
Estadístico exacto de Fisher				,071	,051
Asociación lineal por lineal	4,246	1	,039		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,66.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

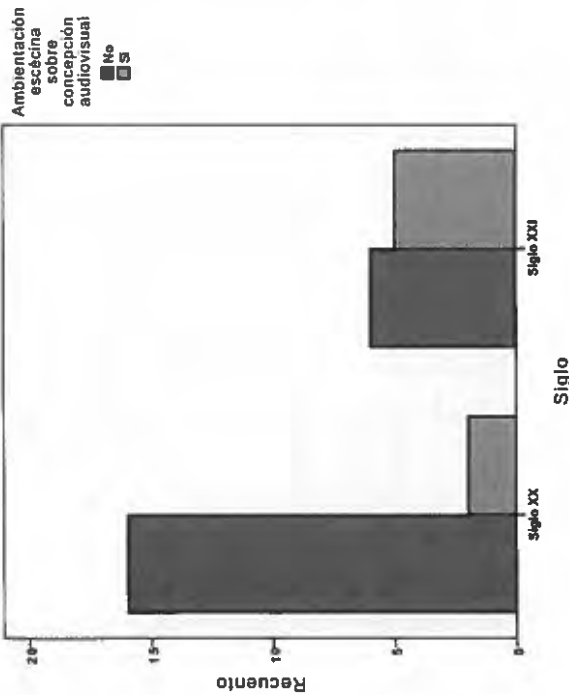
	Valor	Error tip. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	,369	,177	2,197	,037 ^c
Ordinal por ordinal	,369	,177	2,197	,037 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Fotografía e Iluminación apropiadas

Tabla de contingencia

Siglo	Recuento	% dentro de Siglo	Fotografía e Iluminación apropiadas		Total
			No	Si	
Siglo XX	11	61,1%	7	16	100,0%
Siglo XXI	2	18,2%	9	11	100,0%
Total	13	44,8%	16	29	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,088 ^a	1	,024		
Corrección por continuidad ^b	3,500	1	,061		
Razón de verosimilitudes	5,404	1	,020		
Estadístico exacto de Fisher				,052	,029
Asociación lineal por lineal	4,912	1	,027		
N de casos válidos	29				

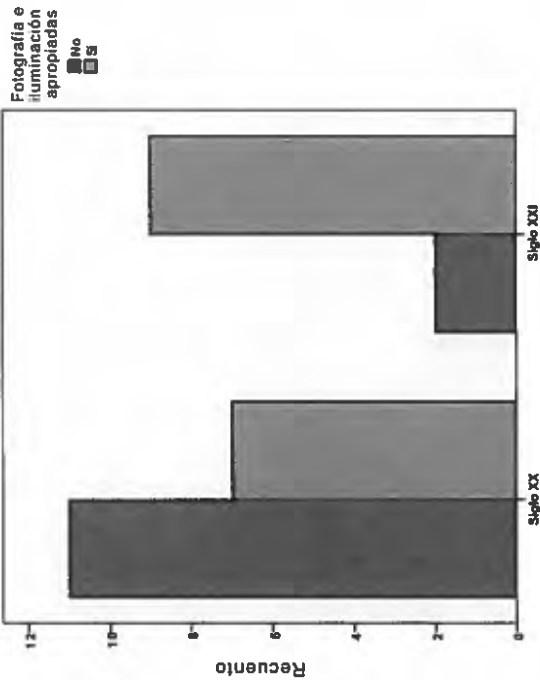
- a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,93.
- b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error tip. asint. ^b	χ^2 aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	,419	,160	2,397	,024 ^c
Ordinal por ordinal	,419	,160	2,397	,024 ^c
N de casos válidos	29			

- a. Assumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
- c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,001 ^a	1	,976		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,001	1	,976		
Estadístico exacto de Fisher	,001	1	,977	1,000	,659
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,03.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error tip. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,005	,185	,977 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,005	,185	,977 ^c
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

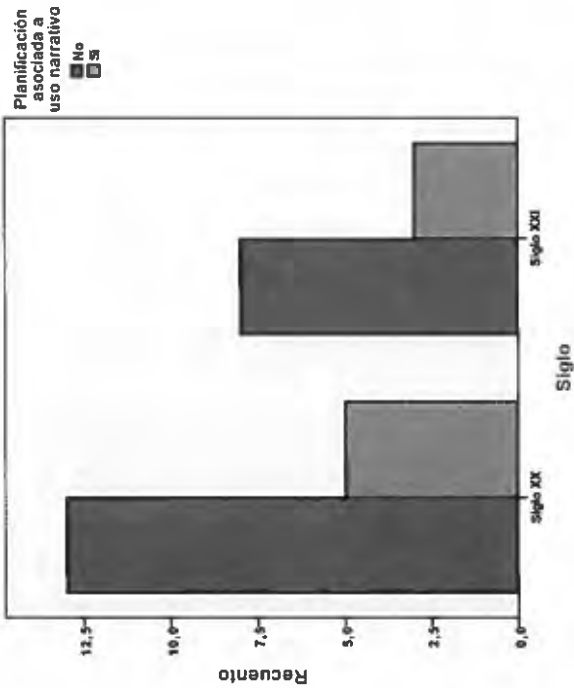
c. Basada en la aproximación normal.

Siglo * Planificación asociada a uso narrativo

Tabla de contingencia

	Planificación asociada a uso narrativo	Planificación asociada a uso		Total
		No	Si	
Siglo Siglo XX	Recuento	13	5	18
	% dentro de Siglo	72,2%	27,8%	100,0%
Siglo XXI	Recuento	8	3	11
	% dentro de Siglo	72,7%	27,3%	100,0%
Total	Recuento	21	8	29
	% dentro de Siglo	72,4%	27,6%	100,0%

Gráfico de barras



```

DATASET ACTIVATE Conjunto_de_datos1.
T-TEST GROUPS=SIGLO(0 1)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=VA56 VA57 VA58 VA59 VA60 VA61 VA62 VA63 VA64 VA65 VA66 VA67 VA68 VA69 VA70 VA71 V
VA75 VA76 VA77 VA78
/CRITERIA=CI(.95).
    
```

Prueba T

Resultados creados		Notas	
Comentarios			05-DEC-2013 15:17:14
Entrada			/Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav
Datos			Conjunto_de_datos1
Conjunto de datos activo			<ninguno>
Filtro			<ninguno>
Peso			<ninguno>
Dividir archivo			29
Núm. de filas del archivo de trabajo			
Definición de los perdidos			Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos.
Casos utilizados			Los estadísticos de cada análisis se basan en los casos que no tienen datos perdidos ni quedan fuera de rango en cualquiera de las variables del análisis.
Sintaxis			T-TEST GROUPS=SIGLO(0 1) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=VA56 VA57 VA58 VA59 VA60 VA61 VA62 VA63 VA64 VA65 VA66 VA67 VA68 VA69 VA70 VA71 VA72 VA73 VA74 VA75 VA76 VA77 VA78 /CRITERIA=CI(.95).
Recursos			Tiempo de procesador 00:00:00.02 Tiempo transcurrido 00:00:00.00

[Conjunto_de_datos1] /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD Isabel.sav

Estadísticos de grupo

Siglo	N	Media	Desviación tip.	Error tip. de la media
Siglo XX	18	,06	,236	,056
Siglo XXI	11	,00	,000	,000
Condensación de música				
Siglo XX	18	,00	,000 ^a	,000
Siglo XXI	11	,00	,000 ^a	,000
Duración < 150 minutos				
Siglo XX	18	,67	,485	,114
Siglo XXI	11	,82	,405	,122
Duración > 170 minutos				
Siglo XX	18	,33	,485	,114
Siglo XXI	11	,18	,405	,122
Duración sobre 160 minutos				
Siglo XX	18	,33	,485	,114
Siglo XXI	11	,09	,302	,091
Cambios planif. /criterios narrativos				
Siglo XX	18	,28	,461	,109
Siglo XXI	11	,18	,405	,122
Dinámico/cambios de plano				
Siglo XX	18	,39	,502	,118
Siglo XXI	11	,45	,522	,157
Dinámico/contraste mov.cámara				
Siglo XX	18	,72	,461	,109
Siglo XXI	11	,64	,505	,152
Estático/cantidad cambios de plano				
Siglo XX	18	,94	,236	,056
Siglo XXI	11	1,00	,000	,000
Cambio de plano por corte clásico				
Siglo XX	18	,33	,485	,114
Siglo XXI	11	,09	,302	,091
Otras técnicas para continuidad narrativa				
Siglo XX	18	,11	,323	,076
Siglo XXI	11	,00	,000	,000
Técnicas fundido para continuidad narrativa				
Siglo XX	18	,00	,000 ^a	,000
Siglo XXI	11	,00	,000 ^a	,000
Incorporación efectos diegéticos del teatro				
Siglo XX	18	,72	,461	,109
Siglo XXI	11	1,00	,000	,000
Incorporación efectos audiovisuales				
Siglo XX	18	,33	,485	,114
Siglo XXI	11	,00	,000	,000
Empleo planos diegéticos				
Siglo XX	18	,11	,323	,076
Siglo XXI	11	,18	,405	,122
Empleo composición prof.campo				
Siglo XX	18	,28	,461	,109
Siglo XXI	11	,18	,405	,122
Actuaciones cinematográficas				
Siglo XX	18	,17	,383	,090
Siglo XXI	11	,09	,302	,091
Actuaciones teatrales				
Siglo XX	18	,78	,428	,101
Siglo XXI	11	,73	,467	,141
Ambientación tradicional				
Siglo XX	18	,78	,428	,101
Siglo XXI	11	,38	,505	,152
Ambientación moderna				
Siglo XX	18	,17	,383	,090
Siglo XXI	11	,55	,522	,157
Ambientación escénica sobre concepción audiovisual				
Siglo XX	18	,11	,323	,076
Siglo XXI	11	,45	,522	,157
Fotografía e iluminación apropiadas				
Siglo XX	18	,39	,502	,118
Siglo XXI	11	,82	,405	,122
Planificación asociada a uso narrativo				
Siglo XX	18	,26	,461	,109
Siglo XXI	11	,27	,467	,141

a. No puede calcularse T porque las desviaciones típicas de ambos grupos son 0.

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias	
	F	Sig.	t	gl
Condensación de música	2,720	,111	,776	27
Duración > 170 minutos	3,594	,069	1,000	17,000
Duración sobre 160 minutos	3,594	,069	1,000	17,000
Cambios planif. /criterios narrativos	13,642	,001	1,486	27
Dinámico/cambios de plano	1,441	,240	1,660	26,967
Dinámico/contraste mov.cámara	,333	,569	1,486	27
Estático/cantidad cambios de plano	,774	,387	1,486	27
Cambio de plano por corte clásico	2,720	,111	1,486	27
Otras técnicas para continuidad narrativa	13,642	,001	1,486	27
Técnicas fundido para continuidad narrativa	6,688	,015	1,486	27
Dejar filtrar sonidos no diegéticos del teatro	41,606	,000	1,486	27
Incorporación efectos audiovisuales	81,931	,000	1,486	27
Empleo planos diegéticos	1,060	,312	1,486	27

Prueba de muestras independientes

	Prueba T para la igualdad de medias		95% Intervalo de confianza para la diferencia	
	Diferencia de medias	Error tip. de la diferencia	Inferior	Superior
Condensación de música	,056	,072	-,091	,202
	,056	,056	-,062	,173
Duración > 170 minutos	-,152	,175	-,510	,207
	-,152	,167	-,496	,193
Duración sobre 180 minutos	,152	,175	-,207	,510
	,152	,167	-,193	,496
Cambios planil. /erterios narrativos	,242	,163	-,092	,577
	,242	,146	-,057	,542
Dinámico/cambios de plano	,096	,169	-,250	,442
	,096	,163	-,242	,433
Dinámico/contraste mov. cámara	-,066	,195	-,466	,334
	-,066	,197	-,476	,344
Estático/cantidad cambios de plano	,086	,183	-,289	,461
	,086	,187	-,304	,476
Cambio de plano por corte clásico	-,056	,072	-,202	,091
	-,056	,056	-,173	,062
Otras técnicas para continuidad narrativa	,242	,163	-,092	,577
	,242	,146	-,057	,542
Técnicas fundido para continuidad narrativa	,111	,098	-,090	,310
	,111	,076	-,050	,272
Dejar filtrar sonidos no diagéticos del teatro	-,278	,140	-,565	,009
	-,278	,109	-,507	-,049
Incorporación efectos audio/visuales	,333	,147	-,031	,636
	,333	,114	-,092	,575
Empleo planos diagéticos	-,071	,136	-,350	,209
	-,071	,144	-,373	,232

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias	
	F	Sig.	t	gl
Empleo composición con prof. campo	1,441	,240	,569	27
			,588	23,471
Actuaciones cinematográficas	1,356	,254	,557	27
			,591	25,109
Actuaciones teatrales	,340	,565	,298	27
			,292	19,816
Ambientación tradicional	2,200	,150	2,364	27
			2,269	18,605
Ambientación moderna	7,734	,010	-2,249	27
			-2,086	16,615
Ambientación escénica sobre concepción audiovisual	14,943	,001	-2,197	27
			-1,963	14,759
Fotografía e iluminación apropiadas	6,668	,016	-2,397	27
			-2,527	24,762
Planificación asociada a uso narrativo	,003	,955	,028	27
			,028	21,055

Prueba de muestras independientes

	Prueba T para la igualdad de medias			
	Diferencia de medias	Error tip. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
			Inferior	Superior
Empleo composición con prof. campo	.096	.169	-.250	.442
Actuaciones cinematográficas	.076	.136	-.203	.355
Actuaciones teatrales	.051	.169	-.297	.398
Ambientación tradicional	.414	.175	.055	.774
Ambientación moderna	-.379	.168	-.724	-.033
Ambientación escénica sobre concepción audiovisual	-.343	.175	-.717	.030
Fotografía e iluminación apropiadas	-.429	.179	-.797	-.062
Planificación asociada a uso narrativo	.005	.177	-.359	.369
	.005	.178	-.365	.375

* Oberturas

SUMMARIZE
/TABLES= VA79 VA80 VA81 VA82 VA83 VA84 VA85 VA86 VA87 VA88 VA89
/FORMAT=NOLIST TOTAL
/TITLE='Resúmenes de casos'
/MISSING=VARIABLE
/CELLS=COUNT.

Resumir

Notas

Resultados creados	Comentarios	Entrada	05-DEC-2013 15:17:14
Datos	Conjunto de datos activo	<ninguno>	
Filtro		<ninguno>	
Peso		<ninguno>	
Dividir archivo			29
Núm. de filas del archivo de trabajo			
Definición de los perdidos			
Treatmento de los valores perdidos			
Casos utilizados			
Sintaxis			
Recursos			

[Conjunto_de_datos1] /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Incluidos		Excluidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Apertura ctos.nombre teatro	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Muestra exterior teatro	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Muestra interior teatro	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Muestra director y orquesta	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Añadido títulos antes obertura	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Sobre impresión ctos. en la obertura	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Prevalce audio no diéptico	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Predomina recursos leng.audiovisual narrativamente	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Función simbólica ober: narrativamente	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Función simbólica ober: relevancia musical	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Función simbólica ober: equipo	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%

Resúmenes de casos

N	Muestra exterior teatro	Muestra interior teatro	Muestra director y orquesta	Añadido títulos antes obertura	Sobre impresión ctos. en la obertura	Prevalce audio no diéptico
29	29	29	29	29	29	29

Resúmenes de casos

N	Función simbólica ober: narrativamente	Función simbólica ober: relevancia musical	Función simbólica ober:equipo
29	29	29	29

```

CROSSTABS
  /TABLES=SIGLO BY VA79 VA80 VA81 VA82 VA83 VA84 VA85 VA86 VA87 VA88 VA89
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /STATISTICS=CHISO CORR
  /CELLS=COUNT ROW
  /COUNT ROUND CELL
  /BARCHART.
  
```

Tablas de contingencia

Notas

Resultados creados	Comentarios	Entrada	Notas
05-DEC-2013 15:17:14	/Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD isabel.sav	Conjunto_de_datos1	<ninguno>
		Filtro	<ninguno>
		Peso	<ninguno>
		Dividir archivo	
		Núm. de filas del archivo de trabajo	29
		Definición de los perdidos	Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos.
		Casos utilizados	Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas.
Sintaxis			CROSSTABS /TABLES=SIGLO BY VA79 VA80 VA81 VA82 VA83 VA84 VA85 VA86 VA87 VA88 VA89 /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISO CORR /CELLS=COUNT ROW /COUNT ROUND CELL /BARCHART.
Recursos			Tiempo de procesador 00:00:01,77 Tiempo transcurrido 00:00:02,00 Dimensiones solicitadas 2 Casillas disponibles 131029

(Conjunto_de_datos1) /Users/kepamari/Dropbox/ISABEL_TESIS/BD isabel.sav

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Siglo * Apertura ctos. nombre teatro	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Muestra exterior teatro	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Muestra interior teatro	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Muestra director y orquesta	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Afadido titulos antes obertura	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Sobre Impresión ctos. en la obertura	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Prevalece audio no diegético	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Predomina recursos lang. audiovisual	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Función simbólica ober....	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Función simbólica ober....	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Siglo * Función simbólica ober:equipo	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%

Siglo * Apertura ctos.nombre teatro

	Apertura ctos.nombre teatro			Total
	No	Si		
Siglo Siglo XX	8	10	18	
% dentro de Siglo	44,4%	55,6%	100,0%	
Siglo XXI	2	9	11	
% dentro de Siglo	18,2%	81,8%	100,0%	
Total	10	19	29	
% dentro de Siglo	34,5%	65,5%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,084 ^a	1	,149		
Corrección por continuidad ^b	1,084	1	,298		
Razón de verosimilitudes	2,201	1	,138		
Estadístico exacto de Fisher				,234	,149
Asociación lineal por lineal	2,013	1	,156		
N de casos válidos	29				

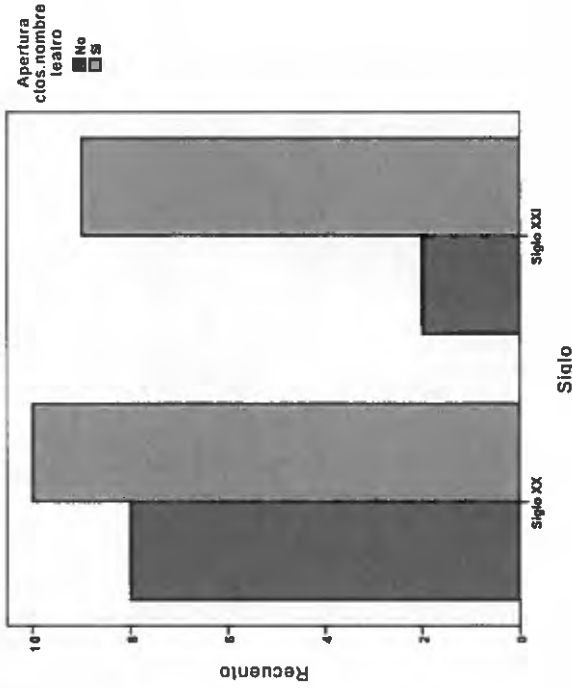
- a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,75.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Intervalo por Intervalo Ordinal por ordinal	R de Pearson Spearman	Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
N de casos válidos			,268	,166	1,446	,160 ^c
			,268	,166	1,446	,160 ^c
			29			

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
 c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Muestra exterior teatro

Tabla de contingencia

	Muestra exterior teatro		Total
	No	Si	
Siglo Siglo XX	14	4	18
% dentro de Siglo	77,8%	22,2%	100,0%
Siglo XXI	7	4	11
% dentro de Siglo	63,6%	36,4%	100,0%
Total	21	8	29
% dentro de Siglo	72,4%	27,6%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,684 ^a	1	,408		
Corrección por continuidad ^b	,159	1	,690		
Razón de verosimilitudes	,672	1	,412		
Estadístico exacto de Fisher	,660	1	,417	,433	,341
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

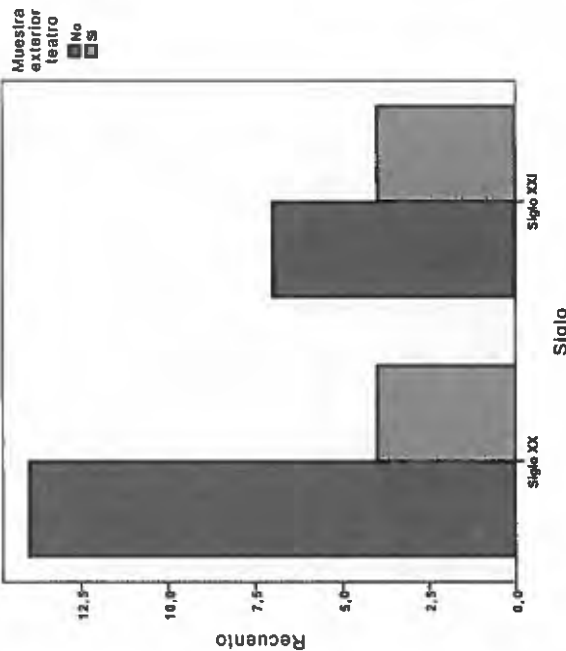
- a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,03.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximado ^b	Sig. aproximada ^c
Intervalo por intervalo	,154	,188	,807	,427 ^c
Ordinal por ordinal	,154	,188	,807	,427 ^c
N de casos válidos	29			

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
 c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Muestra interior teatro

Tabla de contingencia

Siglo	Siglo	Recuento	Muestra interior teatro		Total
			No	Si	
Siglo XX	Recuento	11	7	18	
	% dentro de Siglo	61,1%	38,9%	100,0%	
Siglo XXI	Recuento	4	7	11	
	% dentro de Siglo	36,4%	63,6%	100,0%	
Total	Recuento	15	14	29	
	% dentro de Siglo	51,7%	48,3%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,675 ^a	1	,196		
Corrección por continuidad ^b	,030	1	,362		
Razón de verosimilitudes	1,691	1	,194		
Estadístico exacto de Fisher	1,617	1	,204	,264	,161
N de casos válidos	29				

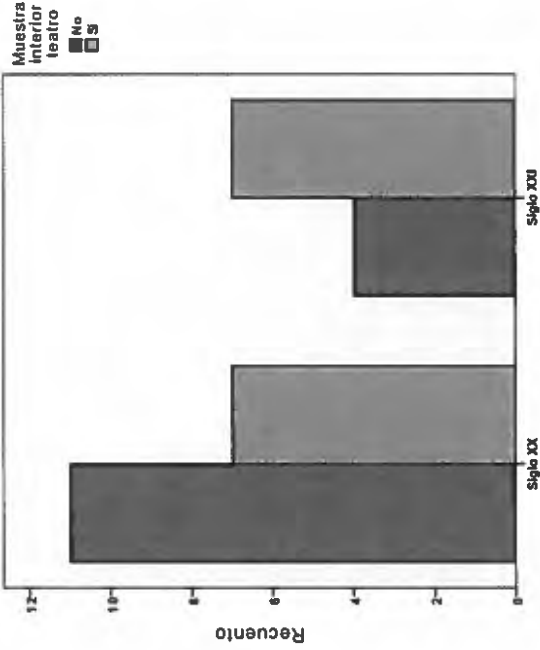
- a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,31.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas alimétricas

	Valor	Error tp. asint.	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	,240	,180	1,286	,209 ^c
Ordinal por ordinal	,240	,180	1,286	,209 ^c
N de casos válidos	29			

- a. Assumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
 c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Muestra director y orquesta

Tabla de contingencia

	Muestra director y orquesta		Total
	No	S	
Siglo			
Siglo XX	Recuento	3	15
	% dentro de Siglo	16,7%	83,3%
Siglo XXI	Recuento	0	11
	% dentro de Siglo	0,0%	100,0%
Total	Recuento	3	26
	% dentro de Siglo	10,3%	89,7%
			100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,045 ^a	1	,153		
Continuidad por corrección ^b	,643	1	,423		
Razón de verosimilitudes	3,070	1	,080		
Estadístico exacto de Fisher				,268	,223
Asociación lineal por lineal	1,974	1	,160		
N de casos válidos	29				

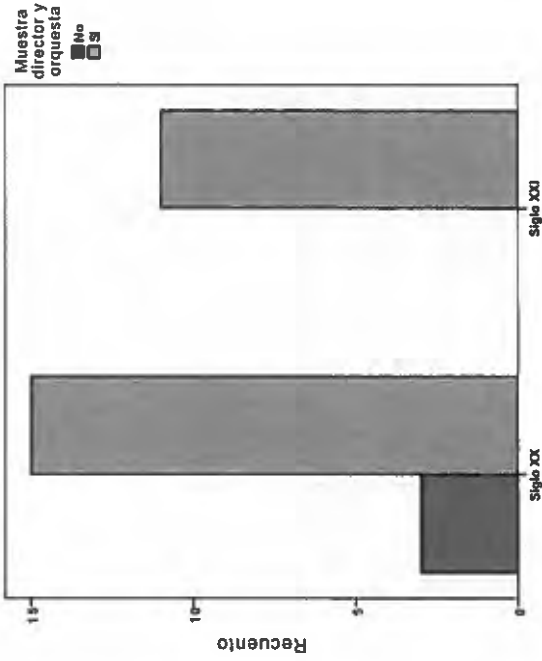
- a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,14.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error tip. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^c
Intervalo por intervalo	,266	,083	1,431	,164 ^c
Ordinal por ordinal	,266	,083	1,431	,164 ^c
N de casos válidos	29			

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
 c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Añadido títulos antes obertura

Tabla de contingencia

	Añadido títulos antes obertura		Total
	No	Si	
Siglo Siglo XX	7	11	18
% dentro de Siglo	38,9%	61,1%	100,0%
Siglo Siglo XXI	7	4	11
% dentro de Siglo	63,6%	36,4%	100,0%
Total	14	15	29
% dentro de Siglo	48,3%	51,7%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asimétrica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,875 ^a	1	,196		
Corrección por continuidad ^b	,830	1	,362		
Razón de verosimilitudes	1,891	1	,194		
Estadístico exacto de Fisher	1,817	1	,204	,264	,181
N de casos válidos	29				

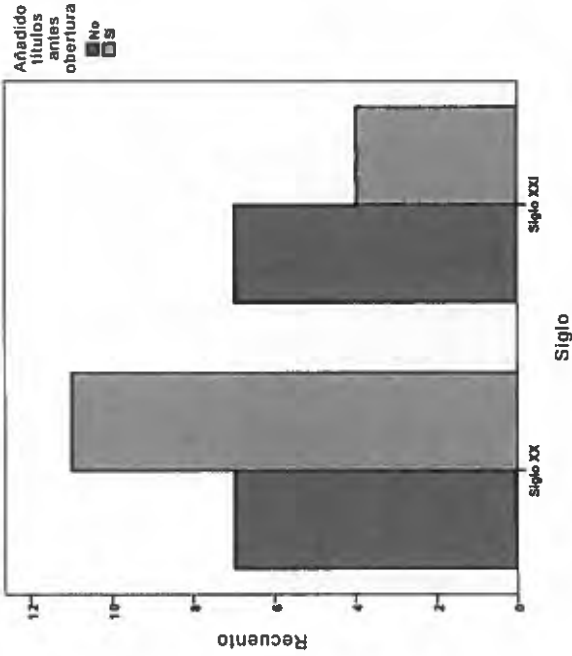
- a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,31.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error típ. asint. ^c	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	-,240	,180	-,1,286	,209 ^c
R de Pearson	-,240	,180	-,1,286	,209 ^c
Ordinal por ordinal				
Correlación de Spearman				
N de casos válidos	29			

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
 c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Sobre impresión ctos. en la obertura

Tabla de contingencia

	Siglo	Recuento	Sobre impresión ctos. en la obertura		Total
			No	Sí	
	Siglo XX	Recuento	10	8	18
		% dentro de Siglo	55,6%	44,4%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	1	10	11
		% dentro de Siglo	9,1%	90,9%	100,0%
	Total	Recuento	11	18	29
		% dentro de Siglo	37,9%	62,1%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,261 ^a	1	,012		
Corrección por continuidad ^b	4,443	1	,035		
Razón de verosimilitudes	7,063	1	,008		
Estadístico exacto de Fisher				,019	,015
Asociación lineal por lineal	6,045	1	,014		
N de casos válidos	29				

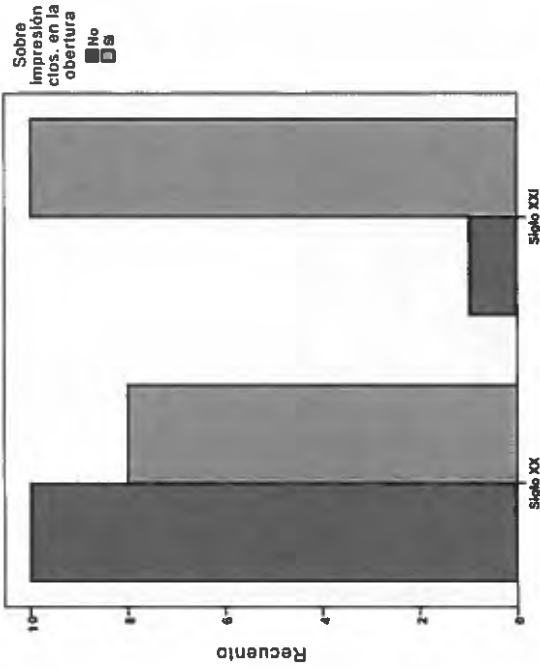
- a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,17.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^c
Intervalo por intervalo	,465	,141	2,727	,011 ^c
Ordinal por ordinal	,465	,141	2,727	,011 ^c
N de casos válidos	29			

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
 c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Prevalece audio no diegético

Tabla de contingencia

	Siglo	Recuento	Prevalece audio no diegético		Total
			No	S	
	Siglo XX	Recuento	5	13	18
		% dentro de Siglo	27,8%	72,2%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	2	9	11
		% dentro de Siglo	18,2%	81,8%	100,0%
Total		Recuento	7	22	29
		% dentro de Siglo	24,1%	75,9%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asimétrica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,343 ^a	1	,558		
Corrección por continuidad ^b	,019	1	,890		
Razón de verosimilitudes	,353	1	,552		
Estadístico exacto de Fisher	,331	1		,677	,453
Asociación lineal por lineal			,565		
N de casos válidos	29				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,66.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

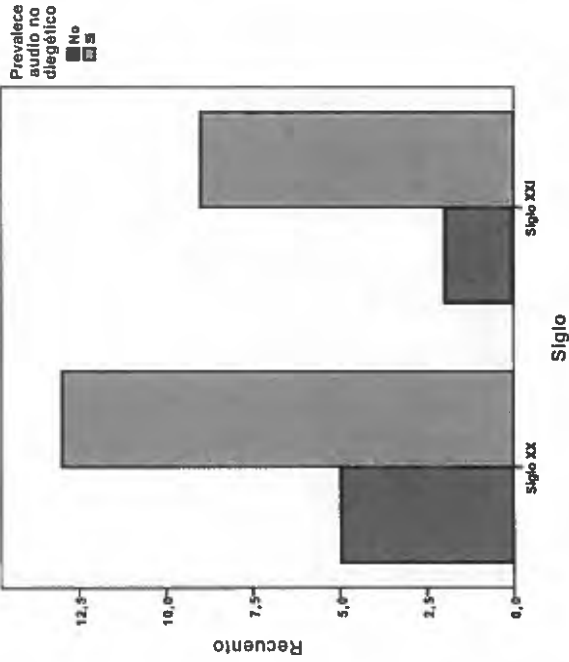
	Valor	Error tip. asiml.	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	,109	,177	,589	,574 ^c
R de Pearson	,109	,177	,569	,574 ^c
Ordinal por ordinal				
N de casos válidos	29			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asimótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Predomina recursos leng.audiovisual

Tabla de contingencia

	Siglo	Siglo XX	Recuento	Predomina recursos leng. audiovisual		Total
				No	Sí	
				10	8	18
		% dentro de Siglo		55,6%	44,4%	100,0%
	Siglo XXI		Recuento	8	3	11
		% dentro de Siglo		72,7%	27,3%	100,0%
Total		Recuento		18	11	29
		% dentro de Siglo		62,1%	37,9%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asimétrica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,855 ^a	1	,355		
Corrección por continuidad ^b	,281	1	,596		
Razón de verosimilitudes	,875	1	,358		
Estadístico exacto de Fisher				,449	,301
Asociación lineal por lineal	,826	1	,364		
N de casos válidos	29				

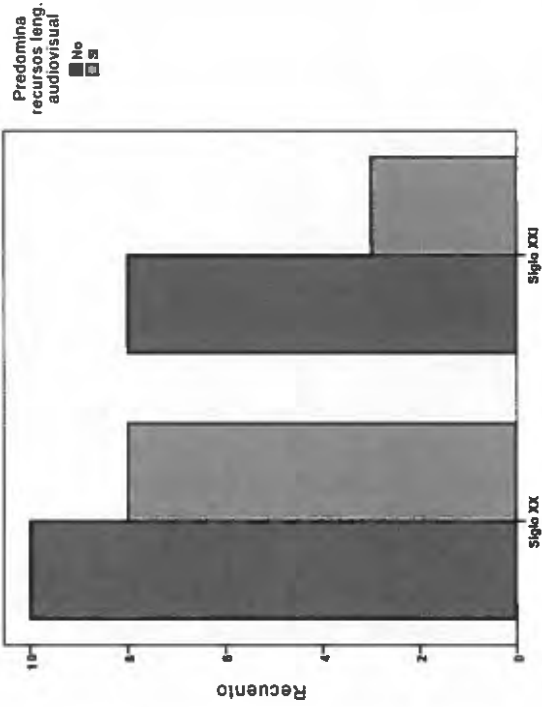
- a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,17.
 b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error típ. asimil.	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	-,172	,178	-,906	,373 ^c
R de Pearson	-,172	,178	-,906	,373 ^c
Ordinal por ordinal				
Correlación de Spearman				
N de casos válidos	29			

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
 b. Empleando el error típico asimótico basado en la hipótesis nula.
 c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Función simbólica obrer:narrativamente

Tabla de contingencia

	Siglo	Recuento	Función simbólica obrer:narrativamente		Total
			No	Si	
	Siglo XX	Recuento	14	4	18
		% dentro de Siglo	77,8%	22,2%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	10	1	11
		% dentro de Siglo	90,9%	9,1%	100,0%
Total		Recuento	24	5	29
		% dentro de Siglo	82,8%	17,2%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asimétrica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,825 ^a	1	,364		
Corrección por continuidad ^b	,161	1	,688		
Razón de verosimilitudes	,891	1	,345		
Estadístico exacto de Fisher	,797	1	,372	,622	,356
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

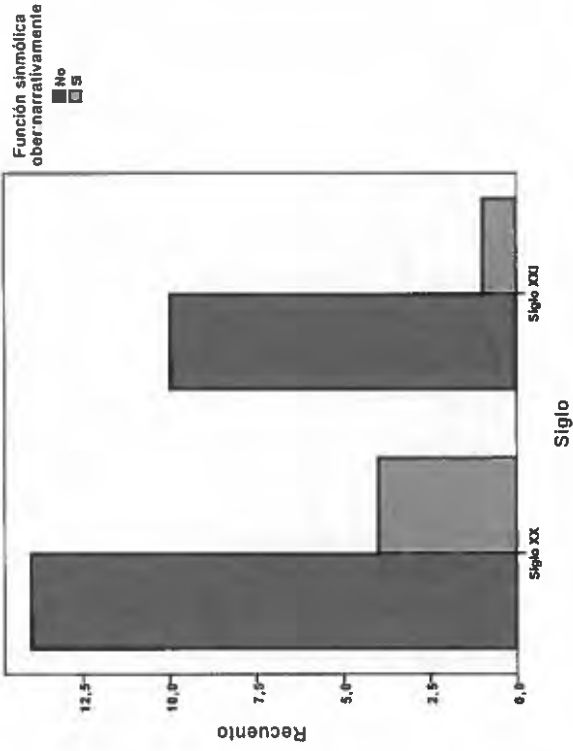
- a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,90.
- b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error tip. asint. ^c	Y aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	-,169	,161	-,689	,382 ^a
Ordinal por ordinal	-,169	,161	-,689	,382 ^a
N de casos válidos	29			

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
- c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Función simbólica obrer:relevancia musical

Tabla de contingencia

	Siglo	Recuento	Función simbólica obrer: relevancia musical		Total
			No	Si	
	Siglo XX	Recuento	10	8	18
		% dentro de Siglo	55,6%	44,4%	100,0%
	Siglo XXI	Recuento	7	4	11
		% dentro de Siglo	63,6%	36,4%	100,0%
	Total	Recuento	17	12	29
		% dentro de Siglo	58,6%	41,4%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asimétrica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.184 ^a	1	.668		
Corrección por continuidad ^b	.002	1	.968		
Razón de verosimilitudes	.185	1	.667		
Estadístico exacto de Fisher	.177	1	.674	.717	.486
N de casos válidos	29				

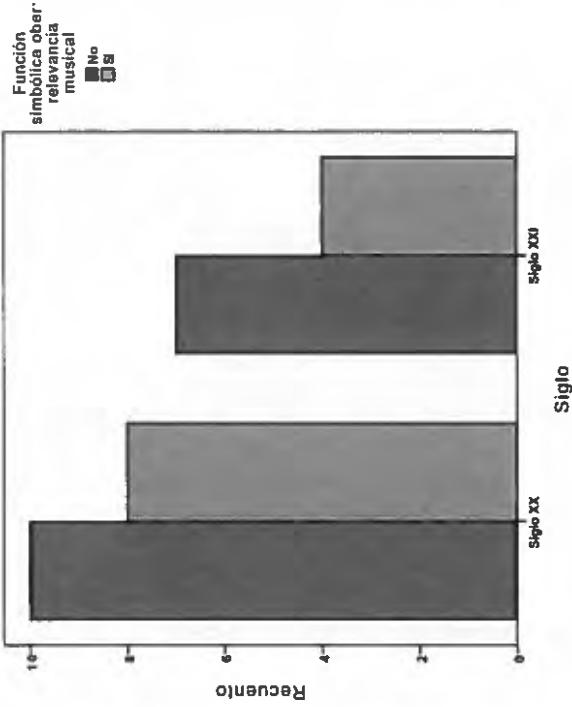
- a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,55.
- b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error típ. asim. ^c	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo				
R de Pearson	-.080	.184	-.415	.681 ^c
Ordinal por ordinal				
Correlación de Spearman	-.080	.184	-.415	.681 ^c
N de casos válidos	29			

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
- c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Siglo * Función simbólica obrera:equipo

Tabla de contingencia

Siglo	Función simbólica obrera: equipo	Total	
		No	Sí
Siglo XX	Recuento	12	6
	% dentro de Siglo	66,7%	33,3%
Siglo XXI	Recuento	5	6
	% dentro de Siglo	45,5%	54,5%
Total	Recuento	17	12
	% dentro de Siglo	58,6%	41,4%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica ...	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,266 ^a	1	,260		
Corrección por continuidad ^b	,543	1	,461		
Razón de verosimilitudes	1,263	1	,261		
Estadístico exacto de Fisher	1,223	1	,289	,438	,230
Asociación lineal por lineal					
N de casos válidos	29				

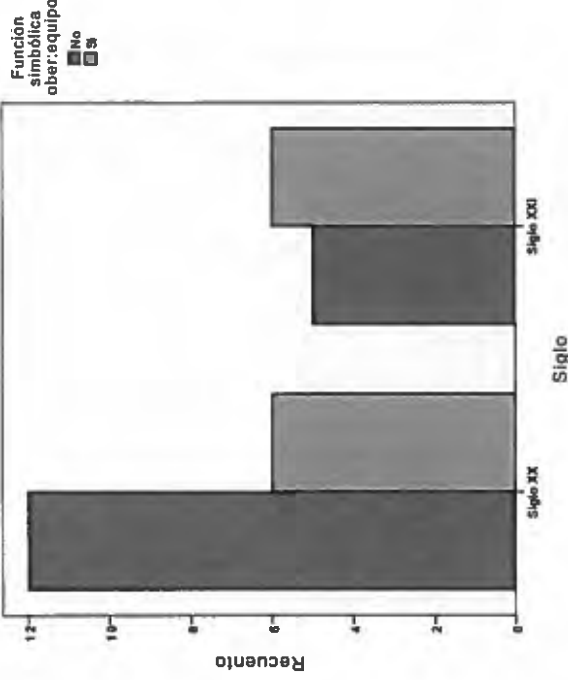
- a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,55.
- b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Error tip. asint. ^a	Y aproximada ^b	Sig. aproximada ^c
Intervalo por intervalo	,209	,184	1,110	,277 ^c
Ordinal por ordinal	,209	,184	1,110	,277 ^c
N de casos válidos	29			

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
- c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



```
DATASET ACTIVATE Conjunto_de_datos1.
T-TEST GROUPS=SIGLO(0 1)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES= VA79 VA80 VA81 VA82 VA83 VA84 VA85 VA86 VA87 VA88 VA89
/CRITERIA=CI(.95).
```

Prueba T

Estadísticos de grupo

	Siglo	N	Media	Desviación tip.	Error tip. de la media
Apertura ctos.nombre teatro	Siglo XX Siglo XXI	18 11	,56 ,82	,511 ,405	,121 ,122
Muestra exterior teatro	Siglo XX Siglo XXI	18 11	,22 ,36	,428 ,505	,101 ,152
Muestra interior teatro	Siglo XX Siglo XXI	18 11	,39 ,64	,502 ,505	,118 ,152
Muestra director y orquesta	Siglo XX Siglo XXI	18 11	,83 1,00	,383 ,000	,090 ,000
Añadido títulos antes obertura	Siglo XX Siglo XXI	18 11	,61 ,36	,502 ,505	,118 ,152
Sobre impresión ctos. en la obertura	Siglo XX Siglo XXI	18 11	,44 ,91	,511 ,302	,121 ,091
Prevalce audio no diéptico	Siglo XX Siglo XXI	18 11	,72 ,82	,461 ,405	,109 ,122
Predomina recursos leng.audiovisual	Siglo XX Siglo XXI	18 11	,44 ,27	,511 ,467	,121 ,141
Función sinmólica ober: narrativamente	Siglo XX Siglo XXI	18 11	,22 ,09	,428 ,302	,101 ,091
Función simbólica ober: relevancia musical	Siglo XX Siglo XXI	18 11	,44 ,36	,511 ,505	,121 ,152
Función simbólica ober: equipo	Siglo XX Siglo XXI	18 11	,33 ,55	,485 ,522	,114 ,157

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias	
	F	Sig.	t	gl
Apertura ctos.nombre teatro	9,901	,004	-1,446	27
Muestra exterior teatro	2,200	,150	-1,532	25,026
Muestra interior teatro	,072	,791	-1,286	27
Muestra director y orquesta	12,802	,001	-1,431	27
Añadido títulos antes obertura	,072	,791	1,286	27
Sobre impresión ctos. en la obertura	29,992	,000	-2,727	27

Notas

Resultados creados	05-DEC-2013 15:17:16
Comentarios	/Users/kepanari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav
Entrada	Conjunto de datos 1 <ninguno> Peso <ninguno> Dividir archivo Núm. de filas del archivo de trabajo Definición de los valores perdidos
Tratamiento de los valores perdidos	29 Los valores perdidos serán tratados como perdidos.
Casos utilizados	Los estadísticos de cada análisis se basan en los casos que no tienen datos perdidos ni quedan fuera de rango en cualquiera de las variables del análisis. T-TEST GROUPS=SIGLO (0 1) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES= VA79 VA80 VA81 VA82 VA83 VA84 VA85 VA86 VA87 VA88 VA89 /CRITERIA=C(,95).
Recursos	00:00:00,02 00:00:00,00
Tempo de procesador	
Tempo transcurrido	

[Conjunto_de_datos1] /Users/kepanari/Dropbox/ISABEL TESIS/BD Isabel.sav

ANEXO 3

TABLAS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDOS

**ASPECTOS TÉCNICOS
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS

			15	16		17		18	
			Ustinov	1996	Venecia	1996	Aix en Provenca	2000	Met
Tipo de grabación y emisión	1	Producción original	Escenografía con marionetas	no		no		no	
	2	Obra grabada desde un teatro		si		si		si	
	3	Producción grabada con la intención de ser emitida o vendida para su emisión por televisión		si		si	coproducción del canal mezza y de Arte Francia	si	
	4	Emisión por televisión en directo		no	Emisión en diferido por la cadena italiana Raitre	no		no	
Formato de reproducción y encapsulado temporal	5	Formato VHS		si		si		no	
	6	Formato CINE	no	no	no	no	no	no	no
	7	Formato TV	no	no	no	no	no	no	no
	8	Formato DVD		no		no		si	2 DVD
	9	Cortes según actos						si	si porque son dos DVD, pero no está marcado en los márgenes
	10	Cortes por escenas musicales						no	Sorprendentemene no hay cortes en la navegación
	11	Cortes por criterio narrativo						no	
	12	Cortes por otros criterios						no	
	13	Márgenes con imagen superente no figurativa						no	
	14	Márgenes del DVD con música						si	no. Solo hay una foto fija sacada de la representación
	15	Incorporación de material extra						si	Tráiler, picture gallery, catalogo, weblink
	16	Diseño de la carátula inmersivo y cinematográfico						no	
	17	Diseño de la carátula más televisual, ordenado, y con referencia visual al "documento grabado" a partir de un frame de la representación	Piano detalle de una de las marionetas, como si fuera un cartel de cine, pero es una foto en la que se han superimpreso el título y el autor						si

**ASPECTOS TÉCNICOS
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS

			10	11		12		13		14		
			Met	1990	Viena Claudio Abbado	1990	Peter Sellars	1991	Teatro de Colonia	1991	Teatro de Praga	1995
Tipo de grabación y emisión	1	Producción original		no		si		no		no		si
	2	Obra grabada desde un teatro		si		no		si		si		no
	3	Producción grabada con la intención de ser emitida o vendida para su emisión por televisión		si		si		si		si		si
	4	Emisión por televisión en directo	En diferido para la televisión estatal	no	en diferido retransmitida por el canal 3sat.	no		no		no	Grabada para ser emitida en diferido por la televisión estatal.	no
Formato de reproducción y encapsulado temporal	5	Formato VHS		si		no		no		no		si
	6	Formato CINE		no	no	no	no	no	no	no	no	no
	7	Formato TV		no	no	no	no	no	no	no	no	no
	8	Formato DVD		no		si		si		si	Dos DVD	no
	9	Cortes según actos				si	Dos DVD, cada uno corresponde a un acto y se marca en el margen de navegación	si	pero un solo DVD, división por escenas numérica	si	Por la existencia de 2 DVD	no
	10	Cortes por escenas musicales				si	No marca el tipo de número musical sino que marca el trozo de libreto donde se produce el corte.	no		no		no
	11	Cortes por criterio narrativo				no		no		no		no
	12	Cortes por otros criterios				no		si	numérica	si	Por actos y por números romanos!!	no
	13	Márgenes con imagen sugerente no figurativa				no		no		no	Aunque usa una especie de fondo antiguo, no tiene nada que ver con la escenografía que vamos a ver después y la foto es un frame de la representación poco sugerente	no
	14	Márgenes del DVD con música				no		no	se emplea de fondo un frame de la representación en blanco y negro, con un fondo rojo en la parte donde se ponen los subtítulos	si	El menú principal con la obertura	no
	15	Incorporación de material extra				si	DVDn Showreel, y tráilers de las otras dos producciones de Mozart de Sellars	no		no	solo el tráiler	no
	16	Diseño de la carátula inmersivo y cinemático				no		no		si	porque no es figurativo, sino que hace referencia al compositor	no
	17	Diseño de la carátula más televisual, ordenado, y con referencia visual al "documento grabado" a partir de un frame de la representación				si	uso de un frame congelado de la representación. Orden y separación de los elementos hipertextuales	si	se utiliza un frame de la representación	no		si

**ASPECTOS TÉCNICOS
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS

			5	6		7		8		9		
			Gran Teatre del Liceu	1986	Melbourne Opera	1987	Karajan	1987-88	Milán	1988	ROH	1990
Tipo de grabación y emisión	1	Producción original		no		no		no		no		no
	2	Obra grabada desde un teatro		si		si		si		si		si
	3	Producción grabada con la intención de ser emitida o vendida para su emisión por televisión	Parece una grabación de archivo para el propio teatro	si	Telecast producido por la televisión de Melbourne para ser retransmitido en diferido.	si	Co-producida por el programa Telemondial Re-editada por este sello en el año 1991	si	Se emitió posteriormente por la RAI, dirigido por Carlo Bittoni	si		si
	4	Emisión por televisión en directo		no		no		no		si	Por la BBC de Londres	no
Formato de reproducción y encapsulado temporal	5	Formato VHS		si		no		si		si		si
	6	Formato CINE	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no
	7	Formato TV	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no
	8	Formato DVD		no		si		no		no		no
	9	Cortes según actos				si	porque son dos DVD, y se marca en el margen en cuál estamos	si	Un solo dvd, navegación marcada para dos actos			
	10	Cortes por escenas musicales				si	aunque cuesta llegar al menú, 4 ventanas antes de llegar a los cortes por escenas. Incluso marca en el corte el tipo de número musical que es.	si	Únicamente introduce si se trata de un aria, un duo, o un recitativo. No incluye las partes de los textos del libreto			
	11	Cortes por criterio narrativo				no		no				
	12	Cortes por otros criterios				no		no				
	13	Márgenes con imagen sugerente no figurativa				no		no				
	14	Márgenes del DVD con música				no	Son sobre una foto fija, estilo marca de agua de Karajan. Usa dos colores y en silencio	no	solo se usa el logo institucional del teatro con una imagen de fondo (frame) de la representación. EN SILENCIO			
15	Incorporación de material extra				si	más amplio casting, notas al programa, biografía de Karajan, subtítulos y selección de audio	no					
16	Diseño de la carátula inmersivo y cinematográfico				no	Es un frame en grande de la representación	no	aunque tampoco hace referencia a la obra, sino que potencia, sobre todo, la imagen institucional del teatro, por encima de cualquier elemento. Información hipertextual separada y ordenada				
17	Diseño de la carátula más televisual, ordenado, y con referencia visual al "documento grabado" a partir de un frame de la representación				si	Muy ordenadas las letras y respetando perfectamente la foto	si	más que televisual, como se ha explicado, institucional				

**ASPECTOS TÉCNICOS
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS		1		2		3		4			
		1955	Salzburgo	1960	Milán	1961	Deustche Oper Berlin	1978	Met	1980	
Tipo de grabación y emisión	1	Producción original	si	Dentro del Festival de Salzburgo	si	Producción realizada en plató de televisión	no		no	no	
	2	Obra grabada desde un teatro	no	En un set de decorados	no		si		si	si	
	3	Producción grabada con la intención de ser emitida o vendida para su emisión por televisión	si		si		si		si	si	
	4	Emisión por televisión en directo	no		no		no		no	Emisión en diferido desde el propio teatro para la televisión estatal	no
Formato de reproducción y encapsulado temporal	5	Formato VHS	no		no		no		si	si	
	6	Formato CINE	no	no	no	no	no	no	no	no	
	7	Formato TV	no	no	no	no	no	no	no	no	
	8	Formato DVD	si	un solo DVD	si		si		no		no
	9	Cortes según actos	si		si		no	aunque son Dos DVD pero no lo marca dentro de los márgenes			
	10	Cortes por escenas musicales	no		si	Cada acto se divide por las escenas musicales, como si fuera un disco	si	Dan los títulos de las canciones en alemán			
	11	Cortes por criterio narrativo	no		no		no				
	12	Cortes por otros criterios	no		no		no				
	13	Márgenes con imagen sugerente no figurativa	no		no		no				
	14	Márgenes del DVD con música	no		si	se utilizan varios frames de la representación que se van repitiendo a lo largo del margen música diegética, un solo de Don Giovanni, lo vemos cantar gracias a un fragmento del vídeo repetitivo todo el rato	si	pero solo el inicial, al ir al corte de las escenas se hace sobre negro y se emplea un frame como imagen a un lado del menu, con un carácter decorativo			
	15	Incorporación de material extra	si	Catálogo de otros títulos de la discográfica UNITEL Y Deutsche Gramophon	si	Contacto de la productora y otros títulos disponibles (comercial)	si	Tráiler, galería de fotos, catálogo y weblink			
	16	Diseño de la carátula inmerso y cinematográfico	no		no		no				
	17	Diseño de la carátula más televisual, ordenado, y con referencia visual al "documento grabado" a partir de un frame de la representación	si	es un frame blanco y negro, con muy poca calidad de la representación.	si		si	ordenado por planos textuales. Grafico ordenado, se usa el teatro de fondo arriba, y una foto del reparto			

**ASPECTOS TÉCNICOS
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS

ITEMS DE ANÁLISIS		19		20		21		22		
		2001	Ópera de Zurich	2002	Teatre Liceu	2005	Teatro Real	2006	Opera de Viena	
Tipo de grabación y emisión	1	Producción original	no		no		no		no	
	2	Obra grabada desde un teatro	si		si		si		si	
	3	Producción grabada con la intención de ser emitida o vendida para su emisión por televisión	si	El director para televisión fue Brian Large.	si		si		si	
	4	Emisión por televisión en directo	no	Grabado en directo desde el teatro. Emitido en diferido para la cadena nacional	no	se grabó en vivo para su posterior producción del DVD	no		no	
Formato de reproducción y encapsulado temporal	5	Formato VHS	no		no		no		no	
	6	Formato CINE	no	no	no	no	no	no	no	
	7	Formato TV	no	no	no	no	no	no	no	
	8	Formato DVD	si	dos DVD	si	Dos DVD	si	dos DVD	si	dos DVD
	9	Cortes según actos	si	Marcado por la existencia de 2 DVD.	si	Marcado por la existencia de 2 DVD	si	Marcado por la existencia de 2 DVD	si	Marcado por la existencia de 2 DVD
	10	Cortes por escenas musicales	no		si	Criterio musical. Se marcan los cortes en función de quién canta y el tipo de parte musical que entra: aria, dúo...	si	criterio exclusivamente musical marcando quién interpreta el aria en cada caso	no	no permite ir a las distintas escenas. Solo corte por división de DVDs
	11	Cortes por criterio narrativo	no		no		no		no	
	12	Cortes por otros criterios	si	Se encapsula en tres partes, según criterios numéricos pero no atiende a otro tipo de criterio.	no		no		no	
	13	Márgenes con imagen sugerente no figurativa	no	Escogen una imagen pero es figurativa	si	la imagen es figurativa solo después del menú principal, que utiliza una composición simbolista	si	Figura de un coche sobre un fondo sugerente	no	usa una foto de la propia representación
	14	Márgenes del DVD con música	si	Música diegética. Se escoge una parte de la representación	no		no		no	
	15	Incorporación de material extra	si	en el segundo DVD. Se incluyen elección del sonido, entre bastidores (donde se ve un documental con entrevistas a los cantantes) y subtítulos	si	Además del audio y los subtítulos, se incluye una sinopsis escrita y una galería de fotos	si	En el segundo DVD Subtítulos, audio y entrevistas	si	Como dato significativo introduce el Making Of, Trailers de otros títulos y del propio, y una retrospectiva del Festival de Salzburgo en el que queda inscrita la representación, elección de audio.
	16	Diseño de la carátula inmersivo y cinemático	no		si	Es completamente figurativo	si	Comienza a emplear una foto sin fondo y a integrar los elementos que cada vez son menos figurativos.	si	Juega con la eliminación del fondo y una presentación menos geométrica de la historia. Diseño algo más conceptual
	17	Diseño de la carátula más televisual, ordenado, y con referencia visual al "documento grabado" a partir de un frame de la representación	si	Se separan los elementos multimedia de la representación.	no		no		no	

**ASPECTOS TÉCNICOS
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS		23		24		25		
		2008	Baden Baden	2008	Deneder Landse Opera	2008	ROH	
Tipo de grabación y emisión	1	Producción original	no		no			
	2	Obra grabada desde un teatro	si		si			
	3	Producción grabada con la intención de ser emitida o vendida para su emisión por televisión	si		si		en este caso con intención de ser emitida en los cines de todo Europa y Gran Bretaña así como en tv de pago por internet	
	4	Emisión por televisión en directo	no	emitido en diferido por el canal Arte TV	no	Emitida en diferido por el canal Odeon 77	si	Para los cines y para canal de pago
Formato de reproducción y encapsulado temporal	5	Formato VHS	No		no		no	
	6	Formato CINE	no	no	no	no	no	
	7	Formato TV	no	no	no	no	no	
	8	Formato DVD	Si	Dos DVD	Si	Dos DVDs	si	dos DVD
	9	Cortes según actos	si	marcado por la existencia de dos dvds	si	Marcado por la existencia de 2 DVD	si	Marcado por la existencia de 2 DVD
	10	Cortes por escenas musicales	no		Si	Se marca el tipo de música que entra y el trozo de texto del libreto correspondientes	si	Marcando el tipo de parte musical que entra y ordenándolo por números
	11	Cortes por criterio narrativo	si	Cortes según la intervención del personaje. Se incluye el comienzo del libreto. También se marcan las escenas	no		no	aunque apunta la parte del libreto a la que hace referencia
	12	Cortes por otros criterios	no		no		no	
	13	Márgenes con imagen sugerente no figurativa	no		si	La imagen es figurativa pero existe un diseño sugerente que habla del tono de la representación	si	Utiliza un fuego en movimiento y un fondo rojo
	14	Márgenes del DVD con música	si	se incluye música instrumental, diegética, que forma parte de la narración de la obra. Concretamente el trozo interpretado a mandolina.	no		no	
	15	Incorporación de material extra	si		si	No. Incorporados en el DVD 2. Mirar	si	Uno de los ejemplos de información mucho más divulgativa y educativa. Incluye: cast gallery, historia del teatro, making of, Backstage, bio del director y bio del escenógrafo
	16	Diseño de la carátula inmersivo y cinematográfico	Si	Aunque utiliza una referencia de imagen de la representación, se eliminan los márgenes entre el texto, la imagen y el fondo. Usa un tono oscuro relacionado con el fondo de la obra. Sigue siendo figurativo	si	Colores invertidos. Imagen figurativa pero difusa de la representación	si	Aunque se trata de un frame de la representación, este es muy sugerente y juega con el diseño de la portada.
	17	Diseño de la carátula más televisual, ordenado, y con referencia visual al "documento grabado" a partir de un frame de la representación	no		no		no	

**ASPECTOS TÉCNICOS
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS

ITEMS DE ANÁLISIS		26		27		28		29		
		2008	Salzburgo	2010	Glyndebourne	2011	Sydney Opera	2013	Champs Elysees Paris	
Tipo de grabación y emisión	1	Producción original	no		no		no		no	
	2	Obra grabada desde un teatro	si	Dentro de la programación del Festival de Salzburgo de 2008	si	Desde la producción del Glyndebourne Opera Festival	si		si	desde los Campos Eliseos de París
	3	Producción grabada con la intención de ser emitida o vendida para su emisión por televisión	si		si		si		si	
	4	Emisión por televisión en directo	si	Para canales temáticos de pago europeos, entre los que se encontraba Canal +	si	emitida en directo desde el canal de pago Medici TV y en abierto por el canal BBC en diferido	no		si	Producción emitida en directo desde el teatro para el canal Live HD de Mezzo Tv
Formato de reproducción y encapsulado temporal	5	Formato VHS	no		no		no		no	
	6	Formato CINE	no	no	no	no	no	no	si	no
	7	Formato TV	no	no	no	no	no	no	no	
	8	Formato DVD	si	Dos DVD	si	Dos DVD	si	Dos DVD. También disponible en Blu-Ray	no	Vista online previa suscripción.
	9	Cortes según actos	si	Marcado por la existencia de 2 DVD	si	Marcado por la existencia de 2 DVD	si	marcado por la existencia de 2 DVD		
	10	Cortes por escenas musicales	si		no		si	Se marca tanto el libreto como el corte del tipo de parte musical que entra		
	11	Cortes por criterio narrativo	si		si	Solo se marca el comienzo del libreto	si	También es un criterio narrativo. Es una mezcla de las dos cosas		
	12	Cortes por otros criterios	si	Lo marca todo en este caso: partes musicales, partes del libreto y numeración	no		no			
	13	Márgenes con imagen sugerente no figurativa	si	Es figurativa pero es un bucle en movimiento de imágenes sobre la representación	no	el diseño es bastante convencional y figurativo. Tiende más a un estilo convencional. sobre foto fija	si	Aunque es muy figurativo, emplea fondos sugerentes y movimientos agudados que hablan del todo de la representación. En fondo negro.		
	14	Márgenes del DVD con música	si	parte instrumental de la obertura	no		no			
	15	Incorporación de material extra	si	además de lo convencional (audiob y subtítulos) incluye un breve resumen de la representación	si	Además de selección de audio e idiomas, se incluye una entrevista al director y un reportaje sobre los decorados	si	Además de idiomas y audio, incluye un pequeño photo-gallery y un reportaje sobre la producción.		
	16	Diseño de la carátula inmersivo y cinemático	si	Se refiere al conjunto de producciones de Brian Large sobre Mozart: un dibujo de un corazón.	si	Aunque es figurativo, empleando una foto, juega con el diseño sobre un fondo negro	si	Usa una foto pero juega con los colores y el diseño		
	17	Diseño de la carátula más televisual, ordenado, y con referencia visual al "documento grabado" a partir de un frame de la representación	no		no		no			

**IMAGEN Y SONIDO
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS		1		2		3		4		5	
		1955	Salzburgo	1960	Milán	1961	Oper Berlin	1978	Met	1980	Licau
Cantidad de tiros de cámara y ángulos empleados	18 1.Multicámara	si		si	Parece que hay dos o tres cámaras	si	Parece que hay dos tiros, el frontal y el izquierdo	si		si	
	19 Ángulo frontal	si	Para los grandes planos generales	no	Pérdida de la sensación de frontalidad al haber un plató	si	Predominante	si		si	
	20 Ángulo lateral izquierdo	no		si		si	Encuadre metido en una especie de ojo de pez, por lo que parece para ser camuflada la cámara en el teatro	si		si	
	21 Ángulo lateral derecho	no		si		si	casi no se usa, más picado que los otros dos	si		si	empleado para tomar los detalles
	22 Otro tipo de ángulo	si	Tiros de cámara colocados a ambos lados del set pero sin respetar el eje. Rompen el límite del escenario para dar mayor sensación de universo narrativo	si	Tiros de cámara generales que se van moviendo para seguir a los personajes.	si	Parece que hay una cámara en el ángulo izquierdo, para algunos acercamientos, pero coincide con el tiro izquierdo	no		no	
	23 Relaciones laterales plano contraplano	si	Dos focos dramáticos	si	Generalmente plano de conjunto frente a plano entero de personaje	no	Siempre de conjunto a plano entero de personaje.	si	Bastante regulares, de plano general a plano de conjunto y medio plano.	si	Tremendamente irregulares. Pasa de un gran plano general a un plano medio cerrado de uno de los cantantes.
	24 Presencia de planos picados	no		si	En algunos momentos	si	irrelevante	si		no	
	25 Presencia de planos contrapicados	no		no		no		no		no	
	26 Sentido narrativo	no		no		no		no		no	
	27 Justificación técnica de los ángulos que no son frontales	si		si		si	lo marca la colocación de la cámara	si		no	
28 11. Coherencia o unidad en el tipo de planificación	si	Basada en planos generales	si		si	siempre planos de conjunto y general. No hay muchos saltos en la proporción de los planos	si	Utiliza bastante toda la planificación, pero la vuelve homogénea gracias al movimiento constante de zoom	no	Pasa, normalmente de un plano general a un plano entero de personaje	
Tratamiento del sonido	29 Sonido directo de la grabación	no		no		si		si		si	
	30 Sonido postproducido (toma separada y sincronizado en la postproducción)	si		si		si	Aunque es sonido directo, parece haber sido embellecido en la postproducción, para la edición del DVD	no		no	
	31 Sonido doblado	si	Sonido dolado, no respeta los volúmenes y la dirección del sonido	si	Grabado en estudios distintos y después doblado en la pista de imagen	no		no		no	

IMAGEN Y SONIDO

SIGLO XX

	32	El sonido respeta la perspectiva sonora de la grabación (volúmenes y direcciones)	no		no	Es la misma pista perfecta todo el rato	si		si		si	
--	----	-----------------------------------------------------------------------------------	----	--	----	-----------------------------------------	----	--	----	--	----	--

**IMAGEN Y SONIDO
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS

		6		7		8		9		10		
		1986	Melbourne	1987	Karajan	1987-88	Praga	1988	ROH	###	Met	
Cantidad de tiros de cámara y ángulos empleados	18	1. Multicámara	si		si	Encuadre de tres tiros clásicos	si	Planificación clásica de los tres ángulos	si		si	
	19	Ángulo frontal	si	un poco picado	si	para los grandes planos generales	si		si		si	
	20	Ángulo lateral izquierdo	si		si		si		si		si	
	21	Ángulo lateral derecho	si		si		si		si		si	
	22	Otro tipo de ángulo	no		si	uno contrapicado desde el lado izquierdo de la escena.	si	un plano contrapicado de acercamiento a los personajes desde el tiro izquierdo. También otro desde el derecho que parece estar colocado en el límite del escenario	no	No se producen otros ángulos extraños	no	
	23	Relaciones laterales plano contraplano	si	de gran plano general a plano medio cercano. Muy desproporcionado. Se usa algún plano de conjunto.	si	más irregular, planos medios y de conjunto se mezclan con el gran plano general, que predomina en toda la primera acción	si	más irregular, del plano medio al gran plano general. No hay planos que hagan de transición al acercamiento del medio, como el plano de conjunto	si	Muy coherentes, casi todo, si no todo, es conjunto y medio. Solo se recurre a un gran plano general perfectamente frontal en el baile de la orquesta diegética.	si	si bastante repartido el tipo de planificación. Muy completa.
	24	Presencia de planos picados	si	Por la posición de la toma máster de la cámara	si	porque se tira mucho del gran plano general y este está por encima de la visión frontal	no		si		si	
	25	Presencia de planos contrapicados	no		si	del ángulo izquierdo	si	predominan sobre todo el estilo frontal y el contrapicado ligero, por la colocación de la cámara	si		si	
	26	Sentido narrativo	no		no		no		no		ni	
	27	Justificación técnica de los ángulos que no son frontales	si		si		si		si		si	
28	11. Coherencia o unidad en el tipo de planificación	no	Proporción de distancias muy irregular, el gran general es muy general. Se usan los conjuntos, pero sobre todo se usa el gran plano general y los medios. Tres posiciones fijas normalmente.	no	en general el uso es menos homogéneo, se emplean los planos en función de la cantidad de acción interna que tienen, pero no más	no	Casi toda la acción está basada en planos enteros y de conjunto, pero se recurre constantemente al plano general, que rompe un poco la línea de la narración	si	todo son planos de conjunto y medios. Se usa muy poco el plano general.	no	usan de todo	
Tratamiento del sonido	29	Sonido directo de la grabación	si		si		si		si		si	
	30	Sonido postproducido (toma separada y sincronizado en la postproducción)	no		no		no		no	aunque ligeramente embellecido	no	
	31	Sonido doblado	no		no		no		no		no	

IMAGEN Y SONIDO
SIGLO XX

	32	El sonido respeta la perspectiva sonora de la grabación (volúmenes y direcciones)	si		si		si		si	
--	----	-----------------------------------------------------------------------------------	----	--	----	--	----	--	----	--

**IMAGEN Y SONIDO
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS		11		12		13		14		1995
		1990	Viena Caludio Abbado	1990	Sellars	1991	colonia	1991	Praga	
Cantidad de tiros de cámara y ángulos empleados	18 1.Multicámara	si		si		si		si		si
	19 Ángulo frontal	si		no	Ruptura de la concepción frontal y uso de una planificación propia de plató, en 360°.	si		si		si
	20 Ángulo lateral izquierdo	si		si		si		si		si
	21 Ángulo lateral derecho	si		si		si		si		si
	22 Otro tipo de ángulo	no		si	varios tiros de cámara desde perspectivas no frontales muy agudas	no		no	Aunque por algunos tiros de cámara parece que está dentro de la escena metida una cámara. Aunque en el fondo es una captación en profundidad de campo	no
	23 Relaciones laterales plano contraplano	si		si	casí todo planos medios, planos cortos y primeros planos, en los que se potencia una relación más psicológica entre los personajes	si	planos de conjunto con generales en la primera parte. En la segunda parte planos medios y de conjunto, asociados a leves movimientos de cámara. Al final, planos más cerrados (siempre enteros) de los distintos personajes y cada vez más generales para potenciar el juicio que hace el pueblo.	si	Sobre todo genera y medios. Como sigue la acción escénica, da un poco la sensación de desordenado. Sobre todo planos medios de seguimiento de personaje y gran plano general fijo.	si
	24 Presencia de planos picados	si	Pero apenas perceptibles y claramente por la posición de la cámara.	si		no		si	Sí un plano acusadísimo desde el ángulo izquierdo. Muy muy picado. Casí cenital.	no
	25 Presencia de planos contrapicados	no		si		no	alguno, pero no con intención sino por tema técnico	si		no
	26 Sentido narrativo	no		si	asociados al protagonista. Cuando va a haber un punto de giro en la trama, se emplea el contrapicado para advertir el cambio asociado a los nuevos personajes	no		no		no
	27 Justificación técnica de los ángulos que no son frontales	si		no		si		si		no
28 11. Coherencia o unidad en el tipo de planificación	si	Basado prácticamente en planos de conjunto y generales frontales. Recurre muchísimo al general frontal	si	muy homogénea. No se utilizan ni primerísimos primeros planos ni grandes planos generales.	si	Mucha, trasciende la intención narrativa a la estética	no	Ni siquiera en los movimientos. Sobre todo plano general en relación a los planos medios cerrados de seguimiento de personaje y algún conjunto.	no	
Tratamiento del sonido	29 Sonido directo de la grabación	si		si		si		si		si
	30 Sonido postproducción (toma separada y sincronizado en la postproducción)	no	Puede ser que ligeramente embellecido	si	Algo embellecido en la postproducción, pero se respeta mucho la fuente original del sonido	no		no	Quizás algo embellecido en la postproducción, pero es diegético	si
	31 Sonido doblado	no		no		no		no		no

IMAGEN Y SONIDO
SIGLO XX

	32	El sonido respeta la perspectiva sonora de la grabación (volúmenes y direcciones)	si		si		si		si		no
--	----	-----------------------------------------------------------------------------------	----	--	----	--	----	--	----	--	----

**IMAGEN Y SONIDO
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS		15	16		17		18		
		Ustinov	1996	Venecia	1998	Alx En Provence	2000	Met	
Cantidad de tiros de cámara y ángulos empleados	18	1.Multicámara		si		si		si	
	19	Ángulo frontal		si	El ángulo frontal general de referencia es el tiro izquierdo. Es el más abierto. También otro igual ligeramente del lado izquierdo.	si		si	
	20	Ángulo lateral izquierdo		si		si		si	
	21	Ángulo lateral derecho		si		si		si	
	22	Otro tipo de ángulo		no		si	Usa un ángulo solo una vez que da la sensación de estar en el interior del espacio escénico.	si	3 o 4 tiros de cámara que parecan acercarse más a la narración, sin romper el ángulo frontal
	23	Relaciones laterales plano contraplano		si	Las relaciones son frontales o ligeramente escorzadas. Pasa del gran plano general a los planos conjunto de cada uno de los focos de los personajes. Tremendamente estático por concepto estético.	si	?	si	casí todo son generales y medios, abundan menos los conjuntos
	24	Presencia de planos picados		si	Los generales cogidos de arriba.	si		no	
	25	Presencia de planos contrapicados		no	Predominan sobre todo los frontales.	si		no	En su defecto hay un tiro de cámara derecho que está un poco girado hacia la izquierda. Sentido estético
	26	Sentido narrativo		no		no		no	
	27	Justificación técnica de los ángulos que no son frontales		si		si		no	En su defecto hay un tiro de cámara derecho que está un poco girado hacia la izquierda. Sentido estético
Tratamiento del sonido	28	11. Coherencia o unidad en el tipo de planificación		si	Practicamente de general a conjunto. No cambia. Lo marca la propia planificación empleada.	no	Es coherente pero no unitario. Aunque despista por utilizar todas las tipologías de planos empleadas	si	Mucho ligero movimiento. Todo se mueve entre planos generales, medios y conjuntos.
	29	Sonido directo de la grabación		si		si		si	
	30	Sonido postproducido (toma separada y sincronizado en la postproducción)		no		no		no	
	31	Sonido doblado		no		no		no	

IMAGEN Y SONIDO
SIGLO XX

	32	El sonido respeta la perspectiva sonora de la grabación (volúmenes y direcciones)		si		si		si	
--	----	-----------------------------------------------------------------------------------	--	----	--	----	--	----	--

**IMAGEN Y SONIDO
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS

		19		20		21		22	
		2001	Ópera de Zurich	2002	Teatre Liceu	2005	Teatro Real	2006	Viena
Cantidad de tiros de cámara y ángulos empleados	18 1.Multicámara	si		si	Ruptura del ángulo frontal , aunque usan tiros de cámara tradicionales	si		si	
	19 Ángulo frontal	si	Aunque se emplea poco	si		si		si	
	20 Ángulo lateral izquierdo	si	Sobre todo utiliza los de acercamiento.	si		si		si	
	21 Ángulo lateral derecho	si	Sobre todo los de acercamientos	si		si		si	
	22 Otro tipo de ángulo	no		si	ruptura de la relación frontal	si	Sensación de no romper la planificación frontal	si	Como juegan a una composición en círculo, meten un ángulo en el límite del escenario, de tal forma que parece que está dentro de la escena pero no lo está. De hecho, abren con este tipo de ángulo.
	23 Relaciones laterales plano contraplano	si	Se construye básicamente a partir de relaciones entre planos medios basadas en personajes	si	no	si	Casi todas son plano general frente a planos medios cerrados	si	muy heterogéneo. Utiliza todos los tipos de plano posibles
	24 Presencia de planos picados	si	Se aprecia una ligera intención sobre todo cuando se canta el Viva la libertad y en el final cuando Don Giovanni es juzgado.	si	si	si		si	sobre todo los generales tomados desde el lateral izquierdo
	25 Presencia de planos contrapicados	si	Al final cuando es juzgado y en algún momento de la segunda parte.	si		si	En ambos casos son las tomas generales	si	Sobre el plano de Juan al principio un poco contrapicados.
	26 Sentido narrativo	si	sobre todo en los planos picados se aprecia un cierto sentido narrativo	no		no		no	
27 Justificación técnica de los ángulos que no son frontales	si	algunos son técnicos como el contrapicado y algunos son narrativos, como los picados en los momentos marcados arriba de la representación.	si		si		si	sigue siendo por la colocación de la cámara	
28 11. Coherencia o unidad en el tipo de planificación	si	Toda la secuencia construida a partir de acciones y reacciones de personajes individuales o de conjunto, pero siempre en planos medios	si	normalmente relación entre plano general y planos conjunto, así como medios planos	no	Medios frente a generales	si	Tipo de planificación muy irregular	
Tratamiento del sonido	29 Sonido directo de la grabación	si		si		si		si	
	30 Sonido postproducido (toma separada y sincronizado en la postproducción)	no	Aunque no se descarta que para ser para televisión haya sido embellecido ligeramente en la postproducción.	no		no		no	Técnicamente embellecido en la postproducción
	31 Sonido doblado	no		no		no		no	
	32 El sonido respeta la perspectiva sonora de la grabación (volumenes y direcciones)	si		si		si		si	

**IMAGEN Y SONIDO
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS

		23		24		25		26		
		2008	Baden Baden	2008	Deneder Landse Opera	2008	ROH	2008	Salzburgo	
Cantidad de tiros de cámara y ángulos empleados	18	1. Multicámara	Si		si		si		si	
	19	Ángulo frontal	si		si		si	Predomina el frontal.	si	
	20	Ángulo lateral izquierdo	si		si		si		si	
	21	Ángulo lateral derecho	si		si		si		si	
	22	Otro tipo de ángulo	no	angulación convencional	no	Planificación en general muy frontal.	no		no	
	23	Relaciones laterales plano contraplano	si	Abundan las relaciones plano contraplano de conjunto y medio. En pocos momentos se recurre al gran plano general	si	planos todo el rato de conjunto y generales. Algún medio de reacción de personaje.	si	Siempre de recurrencia el general, y hay después una construcción de plano de conjunto y entero, con algún medio abierto.	si	Sobre todo relaciones entre conjunto y medio, asociadas a una planificación por movimiento interno de la escenografía. A veces se apoya en el general.
	24	Presencia de planos picados	no		si	El ángulo general derecho. Termina así la escena, con ese ángulo.	si	angulaciones muy ligeras	si	Un gran plano general picado del bosque para jugar con la profundidad de campo de la escenografía. Función de situación diegética.
	25	Presencia de planos contrapicados	no		si	Ligeramente contrapicados, pero no hay un sentido narrativo. Imita la comedia de situación. El tipo de grabación.	si	angulaciones muy ligeras	no	
	26	Sentido narrativo	no		no		no		si	Un gran plano general picado del bosque para jugar con la profundidad de campo de la escenografía. Función de situación diegética.
27	Justificación técnica de los ángulos que no son frontales	no		si		si		no		
28	11. Coherencia o unidad en el tipo de planificación	si	En general se emplea una planificación basada en relaciones proporcionales entre planos medios, enteros y de conjunto. Reservando del uso de los planos medios a las reacciones de los personajes.	si	Casi todo medio y conjunto. Usa el general para salir del cuadro escénico por motivos de cambio musical.	si	Bastante completa aunque marca mucho la estética televisual la constante recurrencia al plano general	si	Casi todo medios y conjunto, mezclados con algún general. Lo que le da verdaderamente unión son los planos largos de un encuadre a otro.	
Tratamiento del sonido	29	Sonido directo de la grabación	si		si		si		si	
	30	Sonido postproducido (toma separada y sincronizado en la postproducción)	no		no	Ha podido ser ligeramente embellecido en la postproducción.	no	Aunque puede ser que esté ligeramente embellecido en la postproducción.	no	Aunque ha podido ser embellecido en la postproducción.
	31	Sonido doblado	no		no		no		no	
	32	El sonido respeta la perspectiva sonora de la grabación (volúmenes y direcciones)	si		si		si		si	

**IMAGEN Y SONIDO
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS		27		28		29		30		
		2010	Glydenbourne	2011	Sydney Opera	2013	Champs Elysees Paris	2013	Met	
Cantidad de tiros de cámara y ángulos empleados	18	1. Multicámara	si		si		si			
	19	Ángulo frontal	si		si		si			
	20	Ángulo lateral izquierdo	si		si		si			
	21	Ángulo lateral derecho	si		si		si			
	22	Otro tipo de ángulo	no		no		no			
	23	Relaciones laterales plano contraplano	si		si	Abundan los planos de conjunto en relación constante con el gran plano general	si	Plano de conjunto, plano medio (algunos) y plano general.		
	24	Presencia de planos picados	si	pero muy ligeros y parece que es por la posición de la cámara. El general de arriba	si	Al final sobre Juan y su criado.	no			
	25	Presencia de planos contrapicados	si	pero muy ligeros. También coaslonados por la posición de la cámara.	no		no			
	26	Sentido narrativo	no		no		no			
27	Justificación técnica de los ángulos que no son frontales	si		si		si	Aunque apenas hay angulaciones que sean atípicamente frontales			
28	11 Coherencia o unidad en el tipo de planificación	no	Usa de todo y bastante "desordenado" en función de la acción interna	si	Es bastante constante. Generales y conjunto.	si	De conjunto a medio, y a general para situar.			
Tratamiento del sonido	29	Sonido directo de la grabación	si		si		si			
	30	Sonido postproducido (toma separada y sincronizado en la postproducción)	no	Aunque puede estar ligeramente embellecido en la postproducción.	no	Es posible que lo hayan embellecido ligeramente en la postproducción	no	Es en directo.		
	31	Sonido doblado	no		no		no			
	32	El sonido respeta la perspectiva sonora de la grabación (volumenes y direcciones)	si		si		si			

LENGUAJE AUDIOVISUAL
SIGLO XX

ITEMS DE ANÁLISIS

	ITEMS DE ANÁLISIS	1		2		3		4		
		1955		1960		1961		1978		
Lenguaje audiovisual: tipos de planos, cantidad, duración y movimiento	33	Cantidad total de planos	83		40		21		19	
	34	Criterio de planificación de movimiento interno	no		no		no		si	
	35	Criterio de planificación narrativa	no		si	Prima la planificación narrativa pero coincide con cortes más bien musicales		no	si	Parece una mezcla entre movimiento interno de la escena y una planificación narrativa.
	36	Criterio de planificación musical	si	Parece que existe una mezcla entre un criterio de planificación narrativa y otro musical. Priman los cortes musicales, sobre todo, cortes de acuerdo a un criterio musical	si		si	Exclusivamente musical	no	
	37	Predominio de planos generales y de conjunto	si	Narración construida a base de grandes planos generales y de conjunto	no		si	Una mezcla muy unitaria entre generales, de conjunto y enteros	si	
	38	Predominio de planos enteros y medios planos	no		si		si		no	
	39	Incluye primeros planos	no		si	Un primerísimo primer plano sobre la cara de Don Juan cuando es acusado y debe huir	si	Hay un pequeño acercamiento a Juan solo al final, cuando es juzgado.	no	
	40	Primeros planos de personaje	no		si	Algún plano más cerrado de personaje principal y secundario	si		no	
	41	Primeros planos de insertos	no		no		no		no	
	42	Comienzo con gran plano general	si		si	Comienza con un plano en movimiento que abra al general	si		si	
	43	Final con gran plano general	si		si		si	pero desde el tiro de cámara izquierdo	si	
	44	Final de escena cierre fundido a negro	si		si		si		no	cierra el telón y parece que va a negro
	45	Final de escena cierre a encadenado	no		no		no		no	
	46	Predominio de planos en movimiento	no		si	Prácticamente toda la secuencia está montada según un movimiento constante de travelling y zoom que, a partir de planos largos, va moviendo la acción de un foco a otro	no		si	Movimiento constante de la cámara, en apertura y cierre de zoom y sobre su eje.
	47	Predominio de planos fijos	si		no		si	predominio absoluto	no	
	48	Movimientos de cámara	si		si		si		si	
	49	Movimientos de cámara imperfectos fruto de la improvisación	si	Cantidad de leves correcciones de encuadres de cámara a partir del movimiento.	no		si	constantes reajustes	no	
	50	Zooms de detalle a general	no		si	Pero muy leves y normalmente asociados al travelling constante	no		si	Muy exagerados y muy lentos y prolongados en el tiempo
	51	Zooms de general a detalle	no		si		no		si	
	52	Barridos verticales	si	un barrido rapidísimo de abajo arriba para centrar la atención en un nuevo foco dramático	si		no		no	
53	Paneos izquierdo y derecho	si		si		si	pero es por un tema técnico de constante reajuste de la cámara	si	de seguimiento de personaje	
54	Travellings o grúas	no		si		no		no		

LENGUAJE AUDIOVISUAL
SIGLO XX

	35	Aire arriba del plano para corregir el encuadre si se mueven los personajes	si	mucho aire arriba, porque el estudio en el que esta construido es gigante	si		no	puede haber en algun momento, pero no es muy acusado	si	
--	----	-----------------------------------------------------------------------------	----	---------------------------------------------------------------------------	----	--	----	------------------------------------------------------	----	--

LENGUAJE AUDIOVISUAL
SIGLO XX

ITEMS DE ANÁLISIS

		5		6		7		8		9	
		1980		1984	Melbourne	1987		1987-88		1988	NOH
33	Cantidad total de planos	18		40		128		65		51	
34	Criterio de planificación de movimiento interno	no		no		si	Claro que el movimiento interno viene marcado por la narración, pero prima un criterio de movimiento de acción interno del cuadro.	no		si	
35	Criterio de planificación narrativa	no		si	Aunque queda poco clara, parece que predomina el criterio por planificación en función de las intervenciones del libreto, marcado también por una intervención musical.	no		si	Aunque hay una mezcla entre un criterio musical y narrativo, los cortes responden más a un criterio narrativo, marcado por el libreto.	si	Parece que lo que predomina es el movimiento interno para cambiar de plano, aunque mezclado con el criterio de planificación narrativa por libreto
36	Criterio de planificación musical	si	No parece seguir un criterio claro, sino que más bien respeta las inflexiones más claras que hace la música. Ni siquiera cambia de plano cuando Zerlina grita	si	es una mezcla entre musical y libreto, aunque prima el libreto.	no		si		no	
37	Predominio de planos generales y de conjunto	si	predominio absoluto de los planos generales	si	Planificación absolutamente realizada a partir de los planos generales y de conjunto.	si	sobre todo asociados a las acciones de conjunto	si		si	Predominan planos de conjunto y generales sobre todo, aunque también hay bastantes medios.
38	Predominio de planos enteros y medios planos	no	Aunque cuando Don Juan es desmascarado, se usa un lentísimo plano en movimiento de un medio a un general	no	Aunque hay algún plano en movimiento de seguimiento de personaje, medio, no predominan para nada.	si		si		no	
39	Incluye primeros planos	no		no		si	Un detalle a la capa que Juan le tira a los enmascarados cuando le descubren.	si	Se pueden tomar como cerrados o primeros planos a Don Juan cuando es desmascarado. Una acción de acercamiento gradual a su cara a base de un intercalado entre el plano general y planos cada vez más cerrados a su cara.	si	uno al final cuando Juan es juzgado.
40	Primeros planos de personaje	no		no		no		si	al final, sobre Juan	si	uno al final cuando Juan es juzgado.
41	Primeros planos de insertos extras	si	Un plano corto cogido desde la izquierda de los tres disfrazados	no		no	Dos planos más de acercamiento a la narración cuando no están cantando	no	solo un primer plano significativo de MUTI sobre el cierre de la acción del primer acto!	no	
42	Comienzo con gran plano general	si		si		si		si		si	
43	Final con gran plano general	si		si		si		si	tras el plano de Ricardo Muti	si	
44	Final de escena cierre fundido a negro	no		si	Primero telón y luego fundido a negro.	si		si	sobre el telón cerrado del teatro	si	
45	Final de escena cierre a encadenado	no		no		no		si	cuando, antes de terminar la acción dramática, se encabala el plano con la cara de Muti dirigiendo	no	
46	Predominio de planos en movimiento	no		no		no		no		si	
47	Predominio de planos fijos	si		si		si	en general es una planificación muy estática	si		no	
48	Movimientos de cámara	si	sobre todo, para dar movilidad, se usa una mezcla entre paneos y zoom	si	leves zooms y algún paneo de seguimiento de personaje	si	pero muy leves	si		si	constantes movimientos de cámara en zoom o sobre su eje.
49	Movimientos de cámara imperfectos fruto de la improvisación	si	aunque son leves	no		no		no		no	
50	Zooms de detalle a general	si		si	pero muy muy imperceptibles	si	Uno muy acusado cuando hay un cambio brusco en la narración. Zerlina grita.	no	Aunque hay zooms, no abundan mucho con este criterio	si	muchos, sobre todo uno muy marcado al final con un claro carácter narrativo. De la cara de Juan al general cuando ha sido descubierto, al final del todo.
51	Zooms de general a detalle	no		no		no	imperceptibles	no		si	
52	Barridos verticales	no		no		no		no		no	
53	Paneos izquierda y derecha	si		si	pero de seguimiento de personaje	si		si	de seguimiento de personaje	si	
54	Travellings o grúas	no		no		no		no		no	

Lenguaje audiovisual: tipos de planos, cantidad, duración y movimiento

LENGUAJE AUDIOVISUAL
SIGLO XX

	SI	Aire arriba del plano para corregir el encuadre si se mueven los personajes	no		si	por el tipo de escenografía	no	por el tiro contrapicado	si	por la colocación de la cámara y la necesidad de seguir a los personajes	si	
--	----	-----------------------------------------------------------------------------	----	--	----	-----------------------------	----	--------------------------	----	--------------------------------------------------------------------------	----	--

LENGUAJE AUDIOVISUAL
SIGLO XX

ITEMS DE ANÁLISIS

	ITEMS DE ANÁLISIS	10		11		12		13		14		
		1990	Met	1990	Viena Claudio Abbado	1990	Señers	1991		1991	Praga	
	33	Cantidad total de planos	100		70		175		101		79	
	34	Criterio de planificación de movimiento interno	no	Aunque hay parte de criterio de acción escénica	no		si	Sobre todo existe una planificación de cambio, empleo de tipo de planos y movimientos, de acuerdo a una acción musical coreografiada, en la que el cambio de plano o movimiento queda justificado por la sincronización a la coreografía interna. Le confiere un tono algo hiperrealista y mágico	no		no	
	35	Criterio de planificación narrativa	si	Predomina el criterio narrativo	no		si		si	es una mezcla entre criterio musical y narrativo. Favorece la narración	si	Prima bastante la planificación por intervención de personajes, aunque también hay mezcla de criterio musical.
	36	Criterio de planificación musical	no		si	El que predomina es el criterio de planificación musical, aunque hay algo de planificación por intervenciones de libretto	si		no	Los cortes no se producen con los cortes musicales.	si	
	37	Predominio de planos generales y de conjunto	si	Sobre todo los de conjunto	si	Planificación absolutamente general	no		si		si	Sobre todo es una mezcla entre planos medios cerrados de personajes (y sus movimientos para seguirlos) y sobre todo planos generales y algún conjunto.
	38	Predominio de planos enteros y medios planos	no		no	Aunque hay un marcado cuando Don Juan incrimina falsamente a su ciudad.	no		si		si	
	39	Incluye primeros planos	no		no		si	Predominio de planos cerrados y primeros planos	no		no	
	40	Primeros planos de personaje	no		no		si	de hecho se cierra la escena sobre un primer plano del personaje principal	no	planos muy cerrados, alguno, de todos los personajes, pero ninguno llega a ser cerrado del todo	no	
	41	Primeros planos de insertos extras	no		no		si	constantes alusiones al resto de personajes, en especial a Zerlina	si	Más número de planos de reacciones de personajes del pueblo	no	
	42	Comienzo con gran plano general	si		si		no	comienza con un plano de conjunto en movimiento, un barrido que sigue un movimiento coreografiado	no	Hay un fundido que viene de la otra escena y hay un plano conjunto en movimiento de acciones de varios personajes	si	
	43	Final con gran plano general	si		si		no	sobre Juan, reforzado con un movimiento de zoom a su cara	si		si	doble gran plano general porque al final, a través de un zoom sale el teatro no diegético
	44	Final de escena cierre fundido a negro	no	pero el cierre del telón sirve como fundido	si		si		si	fundido a rojo con un círculo en medio que se va cerrando	si	
	45	Final de escena cierre a encadenado	no		no		no		no		no	
	46	Predominio de planos en movimiento	si		no		si		no		no	
	47	Predominio de planos fijos	no		si	Absolutamente frontal y con algún plano en movimiento de seguimiento de personaje, pero en un 50% es fijo.	no		si		si	predominan sobre todo los planos fijos y se recurre todo el rato al gran plano general.
	48	Movimientos de cámara	si		si		si	constantes, zooms y barridos, casi nunca hay plano fijo.	si	constantes pero muy leves e imperceptibles. Se aprecia un esfuerzo por potenciar la acción interna del cuadro sin que se note	si	
	49	Movimientos de cámara imperfectos fruto de la improvisación	no		si	Un ligero reajuste muy marcado.	no		no		no	
	50	Zooms de detalle a general	si	Zoom out	no		si	pero no abundan	no		si	pero poco marcados, excepto el final
	51	Zooms de general a detalle	si		no		si	si pero no abundan	no		si	lo mismo
	52	Barridos verticales	no		no		si	son constantes, como los paneos, pero es para darle movilidad a la secuencia	si		no	
	53	Paneos izquierdo y derecho	si	de seguimiento de personaje	si	de seguimiento de personaje	si		si		si	de seguimiento de personaje
	54	Travellings a grás	no		no		no	si existen no se usan como tal	no		no	

Lenguaje audiovisual:
tipos de planos, cantidad, duración y movimiento

LENGUAJE AUDIOVISUAL
SIGLO XX

	95	Aire arriba del plano para corregir el encuadre si se mueven los personajes	no		si		si		no		si	no en todos pero generalmente si
--	----	-----------------------------------------------------------------------------	----	--	----	--	----	--	----	--	----	----------------------------------

LENGUAJE AUDIOVISUAL
SIGLO XX

ITEMS DE ANÁLISIS

		15		16		17		18	
		1995	Ustínov	1996	Veneza	1996	Alm En Provenca	2000	Met
33	Cantidad total de planos	38		72		103		152	
34	Criterio de planificación de movimiento interno	no		no		si	Hay una clara intención audiovisual que favorece el movimiento narrativo interno de la escena.	si	
35	Criterio de planificación narrativa	no		si	Es una mezcla de planificación narrativa con musical. Priman más los cortes según la interpretación del libreto y las intervenciones de cada uno de los personajes.	si	Es una mezcla entre libreto y entre movimiento escénico pero es más esto segundo.	no	
36	Criterio de planificación musical	si	Criterio exclusivamente musical. Cortes de planos en función de los cambios musicales	si		no		si	Se trata de una mezcla muy proporcionada entre el criterio por movimiento interno de las acciones y musical.
37	Predominio de planos generales y de conjunto	si		si	Predominan los generales de situación y sobre todo los planos de conjunto de 1 o 2 personajes.	no	Aunque hay constantes planos de situación de personaje de conjunto y generales, predominan los planos medios de movimiento y reacción de personaje.	si	
38	Predominio de planos enteros y medios planos	no		no		si	Planos medios de personaje y de conjunto es lo que predomina.	no	predominio de los planos medios y cerrados sobre los personajes principales, frente al general
39	Incluye primeros planos	no		no		si	Planos cerrados sobre las caras de los personajes y de la reacción y de la acusación, con una clara intención narrativa.	si	3
40	Primeros planos de personaje	no		no		si	Sobre Zerlina, Doña Elvira y Don Juan.	si	3. usados para JUAN, aunque no son primeros planos sino planos cerrados
41	Primeros planos de insertos	si		no		si	Dos de público y dos de reacción.	si	
42	Comienzo con gran plano general	si	De un detalle del decorado abre, mediante un zoom de cámara muy lento, a un gran plano general	si		si		si	
43	Final con gran plano general	si	Misma técnica que la apertura. De un plano detalle abre al gran plano de conjunto final.	si		si		si	
44	Final de escena cierre fundido a negro	no		no	Se apagan las luces, pero funciona como si fuese un fundido a negro.	si		no	parece que es un fundido a negro pero apagan las luces
45	Final de escena cierre encadenado	si	Encadenado a la intervención explicativa del presentador	no		no		no	
46	Predominio de planos en movimiento	no		no		no	Aunque hay mucho plano medio con movimiento de seguimiento de personaje, predominan los planos fijos.	no	Aunque hay un ligero movimiento de encuadre en muchos de ellos, se hace para que sea imperceptible.
47	Predominio de planos fijos	si		si		si		si	
48	Movimientos de cámara	si		si	Un claro zoom de apertura en la escena final. Todo lo demás son o pequeños zooms o ligeros movimientos de cámara para reajustar a los personajes.	si		si	
49	Movimientos de cámara imperfectos fruto de la improvisación	no		no		no		no	hay dos pequeños movimientos de encuadre, son correcciones pero apenas imperceptibles.
50	Zooms de detalle a general	si	Solo se emplea este tipo de movimiento interno en toda la secuencia.	si		si	Pero apenas perceptibles.	si	
51	Zooms de general a detalle	no		no		si		si	
52	Barridos verticales	no		no		no		si	
53	Paneos izquierdo y derecho	si	Función de seguimiento de los personajes	si	Pero apenas perceptibles.	si	si, de seguimiento de personaje	si	
54	Travellings o grúas	no		no		si		no	

Lenguaje audiovisual : tipos de planos, cantidad, duración y movimiento

LENGUAJE AUDIOVISUAL
SIGLO XX

	55	Aline arribe del plano para corregir el encuadre si se mueven los personajes	no		no		si	por la posición escénica de la cámara	no	
--	----	------------------------------------------------------------------------------	----	--	----	--	----	---------------------------------------	----	--

LENGUAJE AUDIOVISUAL
SIGLO XXI

ITEMS DE ANÁLISIS		19		20		21		22	
		2001	Zurich	2005	Teatre Real	2002	Liceu	2006	Viena
33	Cantidad total de planos	115		69		103		76	
34	Criterio de planificación de movimiento interno	no		no		si		si	Cortes hechos según la coreografía interna
35	Criterio de planificación narrativa	si	Basicamente los cortes que hace de plano son en función de quién está interviniendo en el canto en ese momento. Esto hace que, en muchas ocasiones, se pierda parte de lo que pasa en escena porque los planos son medios bastante cerrados. Criterio casi exclusivamente narrativo. Por cortes de libreto.	si	Apunta una planificación de libreto. Aunque hay algunas secciones de movimiento interno, predomina una planificación narrativa	no		no	
36	Criterio de planificación musical	no		no		si		no	Prima la coreografía escenificada
37	Predominio de planos generales y de conjunto	no		si		no		no	Aunque se utilizan bastante
38	Predominio de planos enteros y medios planos	si	Construcción exclusiva a partir de planos medios cerrados, algún conjunto y muy pocos generales de situación.	si	Un contraste en proporción entre medios y generales	si	predominan los planos de conjunto	no	
39	Incluye primeros planos	si	Dos muy marcados, sobre Doña Elvira, y sobre Don Juan al final. También incluye alguno de Doña Elvira, pero son de reacción, de movimiento.	si	pero apenas utilizados	no		si	unos 5 o 6, sobre Jua y Zerlina
40	Primeros planos de personaje	si	Dos muy marcados, sobre Doña Elvira, y sobre Don Juan al final.	si	Sobre Juan	no		si	
41	Primeros planos de inserto extras	si		no		no		no	
42	Comienza con gran plano general	no	Comenzamos sobre un plano medio de Juan moviéndose y da paso a la escena general. No corta las escenas. Además encadena planos medios, nunca va al general	si		si		si	
43	Final con gran plano general	si	con zoom de conjunto a uno más abierto donde se ve la orquesta	si		si	Con un zoom de apertura que deja filtrar el plano del teatro	si	
44	Final de escena cierre fundido a negro	no	Apaga las luces y cierra el telón del teatro pero no va a negro	no	se cierra el telón	no	Se apagan las luces del teatro	no	aunque emplean el telón en forma de fundido a negro
45	Final de escena cierre a encadenado	no		no		no		no	
46	Predominio de planos en movimiento	si	Pero no porque favorezca la narración sino porque son planos medios y ha de seguir a los personajes.	no	aunque hay movimiento son muy ligeros y todos de seguimiento de personaje y zooms	no		si	Aunque son ligeros, predominan sobre los planos estáticos
47	Predominio de planos fijos	no		si		si		no	Siempre se mueven ligeramente
48	Movimientos de cámara	si		si		si		si	
49	Movimientos de cámara imperfectos fruto de la improvisación	no	Ligeras imperfecciones fruto del seguimiento de personajes y de una planificación tan cerrada.	si	Ligeras correcciones	no		no	
50	Zooms de detalle a general	si		no	Como significativo es que no hay zooms. Hay un par muy ligeros para dar cierta movilidad, pero sin intención narrativa	si	Sobre todo en el final. Más que de detalle a general lo que hay son zooms de apertura de planos ya generales	si	sobre todo uno muy marcado de Zerlina al general. Tienen un sentido narrativo
51	Zooms de general a detalle	no		no		si	Lo mismo	si	
52	Barridos verticales	no		no		no		si	pero apenas imperceptibles
53	Paneos izquierdo y derecho	si	constantes y de seguimiento de personaje	si	pero de seguimiento de personaje	si		si	
54	Travellings o grúas	no		no		no		no	
55	Aire arriba del plano para corregir el encuadre si se mueven los personajes	no		no		si		no	Predominan sobre todo los zooms con un sentido narrativo para dar movilidad a la escena

Lenguaje audiovisual
Tipos de planos, cantidad, duración y movimiento

LENGUAJE AUDIOVISUAL
SIGLO XXI

ITEMS DE ANÁLISIS		23		24		25		26	
		2008	Baden Baden	2008	Deneder Landse Opera	2008	ROH	2008	Salzburgo
33	Cantidad total de planos	65		82		84		77	
34	Criterio de planificación de movimiento interno	si	Parece una perfecta muestra entre la planificación según acción interna y movimientos de personajes.	no		no	No queda demasiado claro, aunque todo apunta a que es un criterio narrativo, más o menos se cumple, algo mezclado con el movimiento interno.	si	La planificación está muy vinculada al movimiento interno. Posibilitado por el movimiento del propio escenario.
35	Criterio de planificación narrativa	si		no		si	No queda demasiado claro, aunque todo apunta a que es un criterio narrativo, más o menos se cumple, algo mezclado con el movimiento interno.	no	Es una mezcla entre planificación narrativa y acción interna del cuadro, pero sobre todo esto segundo.
36	Criterio de planificación musical	no		si	Claramente un predominio musical. Incluso al final que va del tutti a Juan, cortando los planos. Por eso emplea menos planos.	no	Es el que menos predomina.	no	
37	Predominio de planos generales y de conjunto	no		no	Parece que recurre a los planos generales cuando hay un cambio muy significativo en la música, que cambia de tono.	si	Es una mezcla entre el plano general y el plano de conjunto y medio. Pero constante referencia al plano general para volver a situar la acción musical de conjunto.	no	
38	Predominio de planos enteros y medios planos	si		si	sobre todo predominan los planos de conjunto, divididos en los distintos espacios escénicos. Aunque recurre bastante al general.	no	Planos de conjunto	si	Sobre todo predominan los planos largos que comienzan o terminan en un general pero que se mueven todo el rato en el conjunto y en el medio.
39	Incluye primeros planos	no	No se utiliza ningún primer plano, tan solo se usa en 4 ocasiones un plano medio corto para hacer referencia, sobre todo a reacciones de personajes, no tanto a protagonistas o cantantes que cantan en ese momento	no	ni uno solo, y muy pocos planos medios, que son bastante abiertos, por otro lado,	no		si	Solo de Juan y algún acercamiento de medio a Zerlina.
40	Primeros planos de personaje	no		no		no		si	Sobre Juan y uno de reacción de Zerlina.
41	Primeros planos de inserto extras	si	Son planos cortos, que en realidad se emplean como primeros planos.	no		no		no	
42	Comienzo con gran plano general	si	en movimiento sin cortar la escena anterior.	no		si		no	comienza con un plano de conjunto y luego cierra a un medio.
43	Final con gran plano general	si		si		si		si	
44	Final de escena cierre fundido a negro	no	Deja ver el telón y la reacción de la sala. Después funde a negro.	si		no	aunque se apagan las luces y hace función de fundido narrativo	no	aunque cierran las luces para conseguir ese efecto
45	Final de escena cierre a encadenado	no		no		no		no	
46	Predominio de planos en movimiento	no		no	Planificación muy estática.	no	Aunque hay planos de movimiento de personaje.	no	Predominan los estáticos, pero el movimiento lo tiene la propia escena
47	Predominio de planos fijos	si		si		si		no	Siempre planos en ligero movimiento de seguimiento de personaje o de zoom, además potenciados por el movimiento circular del propio escenario.
48	Movimientos de cámara	si		si	paneos de seguimiento de personaje, pero muy leves.	si		si	
49	Movimientos de cámara imperfectos fruto de la improvisación	no		no		no		no	
50	Zooms de detalle a general	si	pero con proporciones mucho más cuidadas, casi imperceptibles	si	Pero no de detalle, sino de planos abiertos a gran plano general.	no		si	Constantes
51	Zooms de general a detalle	si	En concreto, un plano muy narrativo, cuando Don Giovanni es desenmascarado. Va de un general a un detalle sobre su rostro muy brusco.	no		si	pero no llegan a ser detalle, sino que van al conjunto o al plano medio, como el último encuadre sobre Don Giovanni trepando por la pared para escapar.	si	Constantes, con una clara intención narrativa, para jugar con el cuadro escénico.
52	Barridos verticales	no		no		no		no	
53	Paneos izquierdo y derecho	si	De seguimiento de personaje	si	pero de seguimiento de personaje.	si	de movimiento de personaje	si	De seguimiento de personaje
54	Travellings o grúas	si	Parece que hay una pequeña grúa que incide sobre el movimiento del gran plano general, pero es muy imperceptible.	no		no		no	
55	Aire arriba del plano para corregir el encuadre si se mueven los personajes	no		no		si	marcado por la escenografía	no	

Lenguaje audiovisual : tipos de planos, cantidad, duración y movimiento

LENGUAJE AUDIOVISUAL
SIGLO XXI

ITEMS DE ANÁLISIS	27		28		29		
	2010	Glydenbourne	2011	Sydney Opera	2013	Champs Elysees Paris	
33	Cantidad total de planos	103		116		51	
34	Criterio de planificación de movimiento interno	si	Parece que predomina una planificación por movimiento interno de la escenografía	si	Hay bastante planificación de movimiento interno, pero sobre todo prima el criterio narrativo.	si	Predomina esta, lo que pasa es que el planteamiento es tan estático que parece que es musical.
35	Criterio de planificación narrativa	no	Cierta concordancia con la intervención por libreto, pero predomina el movimiento interno de la acción dramática	si	Predomina la planificación narrativa por encima de el criterio de movimiento interno, aunque hay de las dos cosas.	si	Tiene también cierta correspondencia con el criterio narrativo, pero sobre todo predomina el criterio de movimiento interno de la escena.
36	Criterio de planificación musical	no		no		no	
37	Predominio de planos generales y de conjunto	si	Bastante proporcionado	si	Hay bastante plano entero, pero predomina el gran plano de situación constante.	si	Sobre todo predominan los planos generales, de conjunto y algún medio con seguimiento muy leve de cámara.
38	Predominio de planos enteros y medios planos	si	Bastante proporcional entre uso de planos de conjunto y de planos medios y generales.	no	Aunque hay bastantes medios planos de seguimiento de personaje, el que prima es el de conjunto.	no	Planificación muy abierta
39	Incluye primeros planos	si	solo 1 sobre Juan al final.	no	Uno sobre Zerlina al principio, y otro de Juan hacia el final, pero son bastantes planos medios	si	solo dos, más bien un plano medio cerrado, al final, de Juan.
40	Primeros planos de personaje	no	Lo que más se acerca es a un plano medio de Zerlina al principio, ni siquiera a Juan. Hay un primer plano de Juan al final	no		si	los dos de Juan
41	Primeros planos de inserto extras	no		no		no	
42	Comienzo con gran plano general	si	Enseguida corta a un plano medio de movimiento	si		si	
43	Final con gran plano general	si		si		si	
44	Final de escena cierre fundido a negro	si		no	Se baja el telón donde aparece el título de la ópera.	no	
45	Final de escena cierre a encadenado	no		no		no	
46	Predominio de planos en movimiento	no	Hay mucho movimiento de seguimiento de personaje, pero en general es bastante estática	no	Aunque hay constantes correcciones de seguimiento de personaje.	no	
47	Predominio de planos fijos	si		si		si	
48	Movimientos de cámara	si	Sobre todo seguimientos de personaje y leves zooms	si		si	Pero muy leves y apenas imperceptibles
49	Movimientos de cámara imperfectos fruto de la improvisación	si	solo 1	no		no	
50	Zooms de detalle a general	si	Pero apenas imperceptibles	no		no	
51	Zooms de general a detalle	si	Pero apenas imperceptibles	no		no	
52	Barridos verticales	no		no		no	
53	Panoramas izquierdo y derecho	si	de seguimiento de personaje	si	pero mera función de seguimiento de personaje	si	de seguimiento de personaje.
54	Travellings o grúas	no		no		no	se aprecia un mini movimiento de travelling justo al final. Pero apenas perceptible
55	Aire arriba del plano para corregir el encuadre si se mueven los personajes	si	Lo obliga la escenografía.	no		no	

Lenguaje audiovisual : tipos de planos, cantidad, duración y movimiento

UNIVERSO NARRATIVO

SIGLO XX

ITEMS DE ANÁLISIS		1		2		3		4		5		
		1955		1960		1961		1978		1980		
Articulación temporal narrativa	56	Condensación de música	no		no		no		no		no	
	57	Duración menor a 150 minutos	no		no		no		no		no	
	58	Duración superior a 170 minutos	si	177 minutos totales. Se le incorporan créditos de inicio y de cierre sobre silencio	no		no		si		si	
	59	Duración sobre los 160 minutos	no		si		si		no		no	
	60	Cambios significativos en la planificación por criterios narrativos	si	En el momento en el que Zerlina grita se produce un montaje muy picado	no	Se mueve más cuando hay más cantidad de elementos dramáticos actuando en pantalla, como los ballets o el coro	no	ni siquiera en el momento en el que grita Zerlina	no		no	
	61	Dinámico en función de los cambios de plano	no		no		no		no		no	
	62	Dinámico conseguido por el constante movimiento de la cámara	no		si	El movimiento de la cámara constante provoca una dinamización de la secuencia no conseguida por la fragmentación del montaje	no		no		si	aunque emplea un gran zoom para darle cierta movilidad
	63	Estático en función de la cantidad y los cambios de plano	si		si		si	Absoluta grabación tipo documento	si	Planificación en general muy estática.	si	
	64	Cambio de plano normalmente por corte clásico	si	Siempre	si		si		si		no	todos por encadenado
	65	Empleo de otro tipo de técnicas para favorecer la continuidad narrativa	si	movimientos de cámara que siguen la acción interna de los personajes	si	el movimiento de la cámara	no		no		si	La técnica de encadenado
66	Empleo de técnicas de fundido o encabalgado para favorecer la continuidad narrativa	no		no		no		no		si		
Universo narrativo. Diégesis espacio temporal	67	Incorporación de efectos de sonido para embellecer el producto narrativo o aportar mayor verosimilitud	no		no		no		no		no	
	68	Deja filtrar sonidos no diégeticos del teatro, como los aplausos de la sala	no		no		si		si		si	
	69	Incorporación de efectos visuales exclusivamente audiovisuales	si	Fundido a negro	no		no		no		no	
	70	Empleo de planos no diégeticos	no		no		no		no		no	
	71	Empleo de composición con profundidad de campo	si	La escena está ordenada por cuadros al estilo teatral	si	Composición muy típica de la planificación de plató, donde se componen varias acciones a la vez en profundidad de campo para favorecer la acción narrativa	no	que no sea la estrictamente teatral	no		no	
	72	Actuaciones cinematográficas	no		si	Actuaciones a cámara, más naturales que las escénicas	no		no		no	
	73	Actuaciones teatrales	si		no		si		si		no	
	74	Ambientación tradicional	si		si		si		si		si	
	75	Ambientación moderna, abstracta o futurista	no		no		no		no		no	
	76	¿Afecta el cambio de ambientación escénica a la concepción audiovisual?	no		no		no		no		no	
	77	Fotografía e iluminación apropiada para la grabación	si	fotografía de estudio televisivo	si	Grabación de estudio	no	Muchos puntos ciegos de iluminación	no	Muchos puntos ciegos de iluminación	no	
	78	La planificación está asociada a un uso narrativo para ordenar el discurso musical	si	Prima el criterio musical, pero cuando Zerlina grita se acelera tremendamente el ritmo del montaje.	no	Hay un criterio mediante el cual, cuando cantan muchos personajes el plano es siempre de conjunto, pero se mantiene en toda la secuencia, no articula en función de la trama musical	no		no		no	

**UNIVERSO NARRATIVO
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS		6		7		8		9		
		1986	Melbourne	1987	Karajan	1987-88		1988	ROH	
Articulación temporal narrativa	56	Condensación de música	no	Es en diferido para la televisión nacional	no		no		no	
	57	Duración menor a 150 minutos	no		no		no		no	
	58	Duración superior a 170 minutos	si	en torno a los 180 minutos	si	Por los créditos	si		si	
	59	Duración sobre los 160 minutos	no		no		no		no	
	60	Cambios significativos en la planificación por criterios narrativos	no		no	Bastante constante el tempo de corte de los planos	no		no	
	61	Dinámico en función de los cambios de plano	no		no		no		no	
	62	Dinámico conseguido por el constante movimiento de la cámara	no	Hay muy pocos movimientos. Predominan los planos fijos y sobre todo frontales.	no		si	El único dinamismo que tiene la escena lo consiguen los pequeños movimientos de la cámara para seguir a los personajes	no	Planos contantes en movimiento. Ligero zoom o movimiento sobre su eje para seguir los movimientos
	63	Estático en función de la cantidad y los cambios de plano	si	Solo usa 40 planos, casi todo en perspectiva frontal y apenas se mueven.	si		si		si	
	64	Cambio de plano normalmente por corte clásico	si		si		si		si	
	65	Empleo de otro tipo de técnicas para favorecer la continuidad narrativa	no		no	movimiento más rápido de la apertura de zoom	no		no	
66	Empleo de técnicas de fundido o encabalgado para favorecer la continuidad narrativa	no		no		si	la salida del acto, por encadenado a la cara del director	no		
Universo narrativo. Diégesis espacio temporal	67	Incorporación de efectos de sonido para embellecer el producto narrativo o aportar mayor verosimilitud	no		no		no		no	
	68	Deja filtrar sonidos no diagéticos del teatro, como los aplausos de la sala	si	El sonido es muy defectuoso, posiblemente por los sistemas de grabación de audio de la época.	si	al comienzo y al final, aplausos y sonido ambiente	si	constantemente, por eso no ha sido embellecido en la postproducción. Sobre todo se nota en los planos, donde el sonido ambiente de la sala cobra mucha presencia	si	
	69	Incorporación de efectos visuales exclusivamente audiovisuales	no		no		si	el constante encabalgado a la figura del director	no	
	70	Empleo de planos no diagéticos	no		no		si	la figura del director	no	
	71	Empleo de composición con profundidad de campo	no	Aunque la perspectiva del teatro es inmensa, por eso da la sensación de que juega con la profundidad de campo, sobre todo en el plano general desde arriba más picado.	no		no		no	
	72	Actuaciones cinematográficas	no		no		no		no	
	73	Actuaciones teatrales	si		si		si		si	
	74	Ambientación tradicional	si		si		si		si	
	75	Ambientación moderna, abstracta o futurista	no		no		no		no	
	76	¿Afecta el cambio de ambientación escénica a la concepción audiovisual?	no		no		no		no	
	77	Fotografía e iluminación apropiada para la grabación	no	Hay muchos puntos que no están bien iluminados y las figuras se quedan en sombra.	no		no		no	Hay puntos ciegos de iluminación por la posición escénica
	78	La planificación está asociada a un uso narrativo para ordenar el discurso musical	no		no		no		no	

UNIVERSO NARRATIVO

SIGLO XX

ITEMS DE ANÁLISIS		10		11		12		
		1990	Met	1990	Viena Claudio Abbado	1990		
Articulación temporal narrativa	56	Condensación de música	no		no		no	
	57	Duración menor a 150 minutos	no		no		no	
	58	Duración superior a 170 minutos	si		si	177 minutos de duración	si	
	59	Duración sobre los 160 minutos	no		no		no	
	60	Cambios significativos en la planificación por criterios narrativos	si	Normalmente cuando la música y el drama se acelera, la planificación también se acelera.	no	Al final se acelera un poco la planificación pero nada que rompa la estética frontal	si	cuando Zerlina grita, se acelera mucho la fragmentación del montaje. Planos que duran escasamente 2, 3 segundos
	61	Dinámico en función de los cambios de plano	si		no		si	
	62	Dinámico conseguido por el constante movimiento de la cámara	si	Tiende al dinamismo por los dos recursos empleados a la vez	no		si	Sobre todo por esto
	63	Estático en función de la cantidad y los cambios de plano	no		si	percepción más estática por el carácter del gran plano general frontal fijo y constante de referencia	no	
	64	Cambio de plano normalmente por corte clásico	si		si		si	
	65	Empelo de otro tipo de técnicas para favorecer la continuidad narrativa	no		no		no	
66	Empelo de técnicas de fundido o encabejado para favorecer la continuidad narrativa	no		no		no	solo para salir de la escena. Es un planteamiento clásico	
Universo narrativo. Diégesis espacio temporal	67	Incorporación de efectos de sonido para embellecer el producto narrativo o aportar mayor verosimilitud	no		no		no	
	68	Deja filtrar sonidos no diégeticos del teatro, como los aplausos de la sala	si	Aplausos al final y cuando se ven	si	Al final con los aplausos	no	Solo el propio ambiente emanado de la representación
	69	Incorporación de efectos visuales exclusivamente audiovisuales	no		no		no	
	70	Empelo de planos no diégeticos	no		no		no	en ningún momento
	71	Empelo de composición con profundidad de campo	no		no		si	en varios momentos como la ventana que hay detrás en la que salen otros personajes
	72	Actuaciones cinematográficas	no		no		si	
	73	Actuaciones teatrales	si	Muy teatral	si		no	
	74	Ambientación tradicional	si		no	Una mezcla de las dos cosas	no	
	75	Ambientación moderna, abstracta y futurista	no		no		si	
	76	¿Afecta el cambio de ambientación escénica a la concepción audiovisual?	no		no		si	ya que afecta al clima oscuro que quiere darle el creador.
	77	Fotografía e iluminación apropiada para la grabación	no		no	Hay puntos ciegos en la narración.	si	
	78	La planificación está asociada a un uso narrativo para ordenar el discurso musical	no		no		si	Gracias, sobre todo, a las acciones coreografiadas.

**UNIVERSO NARRATIVO
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS		13		14		15		
		1991	Colonia	1991	Praga	1995	Ustinov	
Articulación temporal narrativa	56	Condensación de música	no		no		si	pequeños cortes apenas apreciables de música y sustituidos por pequeñas intervenciones explicativas del presentador
	57	Duración menor a 150 minutos	no		no		no	
	58	Duración superior a 170 minutos	si		no		no	
	59	Duración sobre los 160 minutos	no		si	152 minutos de música	si	164 minutos (se incluyen créditos finales con música incidental versionada)
	60	Cambios significativos en la planificación por criterios narrativos	si	uso de los planos	no	se acelera un poco en el momento en que Zerlina es raplada	no	
	61	Dinámico en función de los cambios de plano	si	Más este criterio, porque los movimientos de cámara son muy leves	no	No da la sensación de estático por una mínima profundidad de campo trabajada	no	
	62	Dinámico conseguido por el constante movimiento de la cámara	si		no		no	
	63	Estático en función de la cantidad y los cambios de plano	no		si		si	Planificación muy lenta y estática basada en planos generales y leves zooms
	64	Cambio de plano normalmente por corte clásico	si	excepto en la apertura, para dar la sensación de una elipsis narrativa, se usa una transición por encadenado	si		si	Siempre, excepto cuando entra o sale de una escena nueva en la que interviene el presentador
	65	Empleo de otro tipo de técnicas para favorecer la continuidad narrativa	si	justo el empleo de una planificación más narrativa y la asociación y el empleo de una serie de tamaños de plano en función de lo que se narre	si	Una mínima profundidad de campo	no	
66	Empleo de técnicas de fundido o encabalgado para favorecer la continuidad narrativa	no		no		no		
Universo narrativo. Diégesis espacio temporal	67	Incorporación de efectos de sonido para embellecer el producto narrativo o aportar mayor verosimilitud	no		no		no	
	68	Deja filtrar sonidos no diégeticos del teatro, como los aplausos de la sala	no	favorecen la narrativización de la historia	si	aplausos finales de la sala	no	
	69	Incorporación de efectos visuales exclusivamente audiovisuales	si	el cierre del acto 1 a fundido a rojo con un efecto de ojo de pez en el centro. Movimiento circular, como si fuese una película de corte cómico del cine clásico	no		si	comentarios previos del presentador
	70	Empleo de planos no diégeticos	no		no	solo el plano final donde se abre al teatro. Pero ya ha terminado	no	
	71	Empleo de composición con profundidad de campo	no	la propiamente teatral	si	mínima pero hay un cierto juego de la cámara a captar la acción que está en segundo plano.	no	
	72	Actuaciones cinematográficas	no		no		no	
	73	Actuaciones teatrales	si		si		si	
	74	Ambientación tradicional	si		si		si	
	75	Ambientación moderna, abstracta o futurista	no		no		no	
	76	¿Afecta el cambio de ambientación escénica a la concepción audiovisual?	no		no		no	
77	Fotografía e iluminación apropiada para la grabación	si		no	Algunas zonas no muy bien iluminadas	si		
78	La planificación está asociada a un uso narrativo para ordenar el discurso musical	si	Lo más significativo de este ejemplo es el uso narrativo que se hace de los tipos de planos empleados. Por ejemplo, leves movimientos y planos de conjunto para potenciar la acción dramática. El uso del general no para situar, sino para asociarlo al pueblo o la pluralidad que juzga frente al juzgado, para el que se emplean cada vez, planos más cerrados	no		no		

**UNIVERSO NARRATIVO
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS		16		17		18		
		1996	Venecia	1998	Alx En Provence	2000	Met	
Articulación temporal narrativa	56	Condensación de música	no		no		no	
	57	Duración menor a 150 minutos	no		no		no	
	58	Duración superior a 170 minutos	no		no		si	
	59	Duración sobre los 160 minutos	si	164 minutos	si	158 minutos	no	
	60	Cambios significativos en la planificación por criterios narrativos	si	Al final se acieira bastante el montaje por criterios narrativos, a pesar de que en términos generales, es bastante lento (musicalmente) y estático todo el primer acto	si	En este caso empleo de planos mucho más cerrados cuando Don Giovanni es desenmascarado por sus compañeros	no	Aunque se advierten varios planos narrativos.
	61	Dinámico en función de los cambios de plano	no	Usa pocos cortes.	si		si	Es mu y dinámica, conseguida por las dos cosas
	62	Dinámico conseguido por el constante movimiento de la cámara	no		no	Aunque existe y favorece a la fluidez de la narración	si	
	63	Estático en función de la cantidad y los cambios de plano	si	Super estático. Ni cambios de plano ni movimientos de cámara.	no	También influye que sea poco estático una planificación sobre el movimiento de reacciones escénico.	no	
	64	Cambio de plano normalmente por corte clásico	si		si		si	
	65	Empleo de otro tipo de técnicas para favorecer la continuidad narrativa	si	Aparacen unos rótulos sobreimpresos en los planos generales, cada vez que hay un movimiento escénico imperceptible en la pantalla. Explica las intenciones de los personajes que no pueden apreciarse en una escenografía tan estática.	no		no	
66	Empleo de técnicas de fundido o encabalgado para favorecer la continuidad narrativa	no		no		no		
Universo narrativo. Diégesis espacio temporal	67	Incorporación de efectos de sonido para embellecer el producto narrativo o aportar mayor verosimilitud	no		no		no	
	68	Deja filtrar sonidos no diagéticos del teatro, como los aplausos de la sala	si	Televisado, luego no hay embellecimiento de la pista de sonido	si	Al final, cuando acaba la escena.	si	
	69	Incorporación de efectos visuales exclusivamente audiovisuales	si	El uso de los rótulos explicativos sobre la escenografía.	no		si	Rótulos al inicio de la representación
	70	Empleo de planos no diagéticos	si	En un general izquierdo y derechos un tanto escorados, pero muy generales, se puede apreciar constantemente la presencia de la orquesta.	no		no	
	71	Empleo de composición con profundidad de campo	no		si	Aunque la planificación y la escenografía son teatrales, juega a romper la impresión frontal y lo planifica como si fuera tipo plató.	no	
	72	Actuaciones cinematográficas	no		si	Tienden más a la actuación cinematográfica	no	
	73	Actuaciones teatrales	si	Escenografía absolutamente en dos dimensiones	no		si	
	74	Ambientación tradicional	no		no		si	
	75	Ambientación moderna, abstracta o futurista	si		si		no	
	76	¿Afecta el cambio de ambientación escénica a la concepción audiovisual?	no	En este caso lo impide el tipo de escenografía.	si	En este caso el montaje audiovisual es tipo plató gracias a la eliminación de los límites del escenario y la ruptura de la frontalidad. Para eso es mu necesario el tipo de escenografía	no	
	77	Fotografía e iluminación apropiada para la grabación	no	La iluminación es escénica.	si		si	
	78	La planificación esté asociada a un uso narrativo para ordenar el discurso musical	si	Solo al final, marcado por el libreto, se produce una aceleración de los planos para darle cierto dinamismo que pide la música. Asociado al criterio musical y narrativo.	si	Ordena la narración y usa el tamaño de los planos con un sentido simbólico y narrativo	no	

**UNIVERSO NARRATIVO
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS		19		20		21		22		
		2001	Zurich	2002	Liceu	2005	Teatro Real	2006	Viena	
Articulación temporal narrativa	56	Condensación de música	no		no		no		no	
	57	Duración menor a 150 minutos	no		no		no		no	
	58	Duración superior a 170 minutos	si		no		si	208 minutos (con extras)	si	
	59	Duración sobre los 160 minutos	no		si	156 minutos	no		no	
	60	Cambios significativos en la planificación por criterios narrativos	si	Lo marca la intervención de los personajes. La primera escena, basada en planos cortos, bastante más picada en montaje que las demás.	no		no		no	
	61	Dinámico en función de los cambios de plano	no		no		no		no	
	62	Dinámico conseguido por el constante movimiento de la cámara	si	es una mezcla discreta entre proporción de cantidad de planos y ligeros movimientos de cámara.	si	Usa 103 planos, aunque no se asocian a nada más de modo que la percepción no es del todo dinámica.	no	Aunque usa con intención de darle cierto movimiento el zoom	si	el movimiento constante de la cámara hace que la escena se perciba de una forma más dinámica
	63	Estático en función de la cantidad y los cambios de plano	no	Aunque la interpretación musical es más lenta, y eso no ayuda.	si	Aunque es menos estático porque usa planos más cerrados de la acción interna, apenas hay movimiento	si	La planificación es más estática de lo normal.	si	aunque hay movimientos constantes, predomina una sensación más estática que dinámica
	64	Cambio de plano normalmente por corte clásico	si		si		si		si	
	65	Empleo de otro tipo de técnicas para favorecer la continuidad narrativa	no		no		no		no	
66	Empleo de técnicas de fundido o encabalgado para favorecer la continuidad narrativa	no		no		no		no		
Universo narrativo. Diégesis espacio temporal	67	Incorporación de efectos de sonido para embellecer el producto narrativo o aportar mayor verosimilitud	no		no		no		no	
	68	Deja filtrar sonidos no diagéticos del teatro, como los aplausos de la sala	si	al final del primer acto, sonidos de la sala, aplausos y demás	si		si	Al final los aplausos	si	
	69	Incorporación de efectos visuales exclusivamente audiovisuales	no		no		no		no	
	70	Empleo de planos no diagéticos	no		no		si	Un tiro de cámara que incluye claramente la orquesta!	si	en el cuadro frontal se ve con mucha claridad el foso con la orquesta
	71	Empleo de composición con profundidad de campo	no		no	Aunque el tipo de profundidad de campo empleada en la escenografía ayudaría a poder construir la historia en distintos planos.	no	Muy en dos dimensiones por la planificación	no	sin embargo la escenografía es circular y da mucho juego
	72	Actuaciones cinematográficas	no	Las actuaciones son más cuidadas y el maquillaje más naturalista, aunque se nota que sigue teniendo un planteamiento teatral.	no		no		no	
	73	Actuaciones teatrales	si	Aunque se nota un casting muy cuidado en este aspecto.	si		si		no	
	74	Ambientación tradicional	si		no		si		no	
	75	Ambientación moderna, abstracta o futurista	no		si		no		si	
	76	¿Afecta el cambio de ambientación escénica a la concepción audiovisual?	no		si	Ya que la angulación y la iluminación favorecen a que pudiese provocarse una ruptura frontal del espectáculo.	no		si	en este caso la planificación permite introducir cámaras (ángulo izquierdo) dentro del escenario
77	Fotografía e iluminación apropiada para la grabación	si		si		si		si	muy clara	
78	La planificación está asociada a un uso narrativo para ordenar el discurso musical	si	Se centra en las relaciones de los personajes principales a partir del uso del plano medio y corto constante.	no		no		no	el planteamiento es más televisual.	

**UNIVERSO NARRATIVO
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS		23		24		25		
		2008	Baden Baden	2008	Deneeder Landse Opera	2008	ROH	
Articulación temporal narrativa	56	Condensación de música	no		no		no	
	57	Duración menor a 150 minutos	no		no		no	
	58	Duración superior a 170 minutos	si	171 minutos	si	Hay mucha escena añadida además de la música (sobre silencio de la orquesta, antes de comenzar el segundo acto, por ejemplo).	si	
	59	Duración sobre los 160 minutos	no		no		no	
	60	Cambios significativos en la planificación por criterios narrativos	no		no		no	
	61	Dinámico en función de los cambios de plano	no		no	No hay ni muchos plános ni muchos movimientos o constantes. Eso provoca que sea, aunque justificado por los cuadros, muy estática la planificación.	no	
	62	Dinámico conseguido por el constante movimiento de la cámara	no		no		no	
	63	Estático en función de la cantidad y los cambios de plano	si		si		si	Aunque se aprecia más dinámico que otras planificaciones en las que prima un criterio musical. La percepción es más dinámica.
	64	Cambio de plano normalmente por corte clásico	si	Aunque se ha visto que en otras partes de la obra más estáticas como las arias, se producen encadenados entre planos para favorecer un corte más suave del montaje.	si		si	
65	Empleo de otro tipo de técnicas para favorecer la continuidad narrativa	no		no		no		
66	Empleo de técnicas de fundido o encabalgado para favorecer la continuidad narrativa	no		no		no		
Universo narrativo. Diégesis espacio temporal	67	Incorporación de efectos de sonido para embellecer el producto narrativo o aportar mayor verosimilitud	no		no		no	
	68	Deja filtrar sonidos no diegéticos del teatro, como los aplausos de la sala	si		si	el sonido de los aplausos del teatro donde tiene lugar la representación	si	Al final, junto con la visión del espectáculo que va al corte narrativo en el teatro.
	69	Incorporación de efectos visuales exclusivamente audiovisuales	no		no		no	
	70	Empleo de planos no diegéticos	no		no		no	
	71	Empleo de composición con profundidad de campo	no		no	Es muy plana, y se centra en cada cuadro tipo sitcom.	no	La profundidad de campo es la que genera el propio cuadro de la escena
	72	Actuaciones cinematográficas	no		no		no	
	73	Actuaciones teatrales	si		si		si	
	74	Ambientación tradicional	no	es una mezcla	no		si	Aunque la escenografía es una mezcla.
	75	Ambientación moderna, abstracta o futurista	no		si	moderna	no	
	76	¿Afecta el cambio de ambientación escénica a la concepción audiovisual?	no	no en este caso porque no hace una planificación en profundidad de campo	si	porque se mueve como si fuese un set de decorados en interiores en televisión, sin embargo, el planteamiento es bidimensional.	no	Lo que le afecta, sobre todo, es a la profundidad de campo.
77	Fotografía e iluminación apropiada para la grabación	no	hay bastantes en sombra. Aunque se bien podría ser todavía más apropiada.	si	aunque las camas del final, cuando cantan desde ellas, están ligeramente más oscuras.	si	Solo al final no se aprecia bien al criado, pero ya viene bien porque simboliza que se esconde para huir del desenmascaro de Juan.	
78	La planificación está asociada a un uso narrativo para ordenar el discurso musical	no		no	Es constante y claramente marcado por el discurso musical.	no		

**UNIVERSO NARRATIVO
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS		26		27		28	
		2008	Salzburgo	2010	Glydenbourne	2011	Sydney Opera
Articulación temporal narrativa	56	Condensación de música	no				no
	57	Duración menor a 150 minutos	no				no
	58	Duración superior a 170 minutos	si	Incluyen planos muy prolongados en el tiempo del público aplaudiendo después del primer acto.	si	Muy superior, 194 minutos.	no
	59	Duración sobre los 160 minutos	no		no		si
	60	Cambios significativos en la planificación por criterios narrativos	no		no		no
	61	Dinámico en función de los cambios de plano	no		si	Usa bastantes, aunque la sensación es menos dinámica que si emplease un movimiento de cámara constante con una intención narrativa	si
	62	Dinámico conseguido por el constante movimiento de la cámara	si	Pero en este caso por el movimiento que genera la propia escenografía del escenario, combinado con leves zooms de cámara y con paneos.	no		si
	63	Estático en función de la cantidad y los cambios de plano	no		no	La percepción es más dinámica, por desordenada. (tamaño de los planos) y por cantidad	no
	64	Cambio de plano normalmente por corte clásico	si		si		si
65	Empleo de otro tipo de técnicas para favorecer la continuidad narrativa	si	La asociación de un movimiento del eje del escenario con el zoom de la cámara o el propio movimiento de seguimiento de personaje. Una asociación muy sugerente desde el punto de vista narrativo	no		no	
66	Empleo de técnicas de fundido o encabalgado para favorecer la continuidad narrativa	no		no		no	
Universo narrativo. Diégesis espacio temporal	67	Incorporación de efectos de sonido para embellecer el producto narrativo o aportar mayor verosimilitud	no		no		no
	68	Deja filtrar sonidos no diegéticos del teatro, como los aplausos de la sala	si	al final, de la sala del teatro con aplausos prolongados.	si	el sonido diegético del petardo en la escena o el sonido de la sala aplaudiendo al final de la representación.	si
	69	Incorporación de efectos visuales exclusivamente audiovisuales	no	Y los que se simulan son provocados por la propia escenografía.	no		no
	70	Empleo de planos no diegéticos	no		no		no
	71	Empleo de composición con profundidad de campo	si	Escenografía circular	no	Dado por la escenografía. Al colocar la cámara siempre dentro del cuadro y emplear movimientos de personaje y planos medios, despista un poco la planificación frontal. Pero en general es muy frontal.	si
	72	Actuaciones cinematográficas	si	Más conseguidas que las normales del teatro que suelen ser más teatrales.	no		no
	73	Actuaciones teatrales	no		si		no
	74	Ambientación tradicional	no		no		si
	75	Ambientación moderna, abstracción o futurista	si		si	actual	no
	76	¿Afecta el cambio de ambientación escénica a la concepción audiovisual?	si	Radicalmente. Una mejor planificación escénica facilita los recursos del lenguaje audiovisual.	no	En este caso no	si
77	Fotografía e iluminación apropiada para la grabación	si	Simula una escena nocturna	si		si	
78	La planificación está asociada a un uso narrativo para ordenar el discurso musical	si	Planificación asociada al movimiento narrativo, hasta el punto de parecer que simula una cámara lenta el personaje de Juan al final.	no		si	

UNIVERSO NARRATIVO
SIGLO XXI

ITEMS DE ANÁLISIS		29		
		2013	Champs Elysees Paris	
Articulación temporal narrativa	56	Condensación de música	no	
	57	Duración menor a 150 minutos	no	
	58	Duración superior a 170 minutos	si	180 minutos
	59	Duración sobre los 160 minutos	no	
	60	Cambios significativos en la planificación por criterios narrativos	no	
	61	Dinámico en función de los cambios de plano	no	
	62	Dinámico conseguido por el constante movimiento de la cámara	no	
	63	Estático en función de la cantidad y los cambios de plano	si	Planificación frontal y televisual. Con el empleo de pocos planos y además fijos. Muy muy televisual y estático.
	64	Cambio de plano normalmente por corte clásico	si	
	65	Empleo de otro tipo de técnicas para favorecer la continuidad narrativa	no	
66	Empleo de técnicas de fundido o encabelgado para favorecer la continuidad narrativa	no		
Universo narrativo. Diégesis espacio temporal	67	Incorporación de efectos de sonido para embellecer el producto narrativo o aportar mayor verosimilitud	no	
	68	Deja filtrar sonidos no diégeticos del teatro, como los aplausos de la sala	si	Al final los aplausos del final del primer acto.
	69	Incorporación de efectos visuales exclusivamente audiovisuales	no	
	70	Empleo de planos no diégeticos	no	Lo que pasa que en los generales se escapa del foso la batuta del director sobre el cuadro.
	71	Empleo de composición con profundidad de campo	no	
	72	Actuaciones cinematográficas	no	
	73	Actuaciones teatrales	si	
	74	Ambientación tradicional	no	
	75	Ambientación moderna, abstracta o futurista	si	
	76	¿Afecta el cambio de ambientación escénica a la concepción audiovisual?	no	En este caso no está vinculado en absoluto.
	77	Fotografía e iluminación apropiada para la grabación	no	Hay partes de los personajes principales que quedan fuera de foco sobre oscuro.
	78	La planificación está asociada a un uso narrativo para ordenar el discurso musical	no	Planteamiento absolutamente televisual

**OBERTURAS
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS

	ITEMS DE ANÁLISIS	1		2		3		
		1955		1960		1961		
Análisis de las oberturas	79	Apertura con los créditos del nombre del teatro	no		no		si	sobre silencio y teatro se meten los créditos
	80	Muestra del exterior del teatro o de la ciudad donde tiene lugar la grabación	no		no		si	
	81	Muestra del interior del teatro	no		no		no	
	82	Muestra del director y de la orquesta	si		si		si	en la imagen del director se muestra un poco de los asistentes de primera fila
	83	Añadido de títulos de crédito antes de la obertura (doble función de presentación)	si	No hay música. Estética de cuento. Sobre silencio audiovisual	si	se añaden sobre silencio y se unen por fundido de encadenado	si	
	84	Sobre impresión de los créditos en la obertura de la obra	no		no		no	
	85	Prevalen los Elementos audiovisuales no diegéticos	si	Créditos visuales al estilo cinematográfico de la época	si	Vemos la espalda del director, sobre un fondo blanco dirigiendo toda la obertura. Primero un plano medio de su espalda y cuando vamos al allegro vemos toda la figura. En ningún momento se muestra la orquesta.	si	interpretación de la orquesta
	86	Predominan los Recursos exclusivos del lenguaje audiovisual	no	no a parte de	si	En la obertura la figura del director funde a lo que parece ser la figura del fantasma de Comendador. Plano fijo muy prolongado sobre esta figura. Funde a Juan escuchando la música en un plano cerrado, que se va abriendo para coger toda su figura. Vuelve a fundir a la figura del muñeco, intentando establecer una simbología de la trama principal. Finalmente funde otra vez al director y luego a negro para dar paso a la música	no	Solo el fundido a negro para dar entrada a la narración
	87	Función simbólica de la obertura: presentar narrativamente el tono de la obra y los personajes	no		si		no	
	88	Función simbólica de la obertura: potenciar la relevancia musical del equipo/director interpretativo	no		no		si	

OBERTURAS
SIGLO XX

	89	Función simbólica de la obertura: presentar el equipo gracias a los créditos y mostrar el tono y la Intención dramática de la obra (las dos cosas)	si		no		no	
--	----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	--	----	--	----	--

**OBERTURAS
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS

	ITEMS DE ANÁLISIS	4		5		6		7		
		1978	Met	1980	Gran Teatre del Liceu	1986	Melbourne Opera	1987	Karajan Viena	
Análisis de las oberturas	79	Apertura con los créditos del nombre del teatro	si		si		si	Victoria State Opera	no	
	80	Muestra del exterior del teatro o de la ciudad donde tiene lugar la grabación	no		no		no		si	Salzburgo, en este caso
	81	Muestra del interior del teatro	si		si	Sobre foto fija del Gran Teatre del Liceu	no		si	A fundido encadenado, del telón al interior de la sala llena de gente
	82	Muestra del director y de la orquesta	si		si		no		si	Una grabación muy cuidada, con planos detalle muy bellos sobre los instrumentos y la interpretación del director.
	83	Añadido de títulos de crédito antes de la obertura (doble función de presentación)	si	pero combinados con créditos también en la obertura	si	Además completos	no	Sobre unas imágenes victorianas en movimiento que forman parte del decorado oímos la obertura entera	si	en este caso dejando filtrar sonidos del interior de la sala. Se sincroniza el título del director a la aparición de los aplausos (nos da a entender que aparece el director en la sala). Todos los títulos de crédito sobre el telón cerrado del teatro
	84	Sobre impresión de los créditos en la obertura de la obra	si		no		si	Sobre unas imágenes victorianas en movimiento que forman parte del decorado oímos la obertura entera. Pero al principio no sabemos que se trata de un decorado del propio escenario	no	
	85	Prevalen los Elementos audiovisuales no diegéticos	no		si	Vemos toda la obertura de forma no diegética, sobre la interpretación de la orquesta	no	Solo vemos 2 planos generales de la orquesta de fondo, pero además se hace para marcar el gran plano general en relación al decorado de la escena.	si	toda la construcción es no diegética, sino teatral. Alude al director y "su versión". No hay nada que nos haga entrar en la narración todavía, excepto los títulos que nos han avanzado que entraba el ACTO 1.
	86	Predominan los Recursos exclusivos del lenguaje audiovisual	no		si	Constantes movimientos de cámara y fundidos entre planos para darle más movilidad a la imagen.	si	Absolutamente diegético. Encadenados entre planos de constantes detalles del decorado en movimiento	no	salvo el encadenado de planos entre la orquesta y el comienzo de la escena
	87	Función simbólica de la obertura: presentar narrativamente el tono de la obra y los personajes	no		no		si	No tanto los personajes, sino el tono.	no	
	88	Función simbólica de la obertura: potenciar la relevancia musical del equipo/director interpretativo	si		si		no		si	

OBERTURAS
SIGLO XX

	89	Función simbólica de la obertura: presentar el equipo gracias a los créditos y mostrar el tono y la Intención dramática de la obra (las dos cosas)	no		no		no		no	
--	----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	--	----	--	----	--	----	--

**OBERTURAS
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS

ITEMS DE ANÁLISIS			8		9		10		11	
			1987-88	Milán	1988	ROH	1990	Met	1990	Claudio Abbado Viena
Análisis de las oberturas	79	Apertura con los créditos del nombre del teatro	si	no oímos la obertura, sino que se hace un prólogo institucional con una selección de música diegética de la obra	no		si	Antes de la obertura	si	
	80	Muestra del exterior del teatro o de la ciudad donde tiene lugar la grabación	no		no		no		no	
	81	Muestra del interior del teatro	si	Incluido sonido extradiegético de la orquesta ensayando y del teatro llenándose de gente	no		no		si	
	82	Muestra del director y de la orquesta	si		si	Pero cuando ya llevamos gran parte de la obertura Sale por corte	si	Planteamiento absolutamente diegético	si	De hecho se recrea en Claudio Abbado
	83	Añadido de títulos de crédito antes de la obertura (doble función de presentación)	si	sobre el telon cerrado y el sonido diegético del teatro, como una especie de antaprólogo	no		si		no	Solo la presentación del teatro
	84	Sobre impresión de los créditos en la obertura de la obra	no		si	De hecho se emplea una foto de cada personaje para explicar quién es en la historia, mientras oímos la obertura	no		si	Una vez ha introducido ampliamente la imagen del director
	85	Prevalecen los Elementos audiovisuales no diegéticos	si	universo narrativo del teatro donde tuvo lugar la representación	no		si		si	Poque prevalece la interpretación no diegética aunque nos muestran los distintos ángulos fijos desde los que se va a grabar la producción. Aunque nos muestran parte diegética, vemos que es decorado
	86	Predominan los Recursos exclusivos del lenguaje audiovisual	si	constantemente un encabalgado muy lento de las dos imágenes, orquesta y director, que favorece a dar una sensación más narrativa o hiperrealista, sin serlo. Uso de zooms y detalles a los instrumentos. Ruptura de una planificación frontal.	si	Absolutamente audiovisual, como si fuesen unos créditos de película con la cara del personaje	no		no	
	87	Función simbólica de la obertura: presentar narrativamente el tono de la obra y los personajes	no		no		no		no	
	88	Función simbólica de la obertura: potenciar la relevancia musical del equipo/director interpretativo	si		no		si	Se centra mucho en la interpretación de James Levine y de la orquesta	no	

OBERTURAS
SIGLO XX

	89	Función simbólica de la obertura: presentar el equipo gracias a los créditos y mostrar el tono y la intención dramática de la obra (las dos cosas)	no		si	Es una mezcla de las dos cosas. Primero universo narrativo y luego muestra la orquesta y la interpretación de Colin Davies	no		si	Se interpreta que es esta última versión ya que al mostrarnos la mayor parte de la escena sobre el decorado, nos hace pensar sobre el tono de la representación más que sobre los personajes.
--	----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	--	----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	--	----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**OBERTURAS
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS

	ITEMS DE ANÁLISIS	12		13		14		15		
		1990	Peter Sellars	1991	Teatro de Colonia	1991	Teatro de Praga	1995	Ustinov	
Análisis de las oberturas	79	Apertura con los créditos del nombre del teatro	no		no		si		no	
	80	Muestra del exterior del teatro o de la ciudad donde tiene lugar la grabación	no		no		si	Un plano prolongadísimo de seguimiento de personaje principal sobre la ciudad de Praga	no	
	81	Muestra del interior del teatro	no		no		si	si, con las luces alagadas	no	
	82	Muestra del director y de la orquesta	no		si	De hecho no hay preparación previa, el DVD abre con al imagen del director interpretando	si	Incluso vemos al director de orquesta saludar al público	no	
	83	Añadido de títulos de crédito antes de la obertura (doble función de presentación)	si	sobre un fondo rojo, semiótico por el tema, las letras en negro y en silencio.	no		si	Sobre un plano prolongadísimo de seguimiento de personaje	no	
	84	Sobre impresión de los créditos en la obertura de la obra	no		si	se presentan sobre el telón del teatro mientras escuchamos parte de la obra. Después volvemos a la visión del director y de la orquesta	no	solo el título sobre un gran plano general de la sala a oscuras del teatro	si	Sobre una imagen fija donde aparecen todos las marionetas y personajes principales. Sin parar la obertura interviene encima el presentador Peter Ustinov
	85	Prevalecen los Elementos audiovisuales no diegéticos	no		si	Director, orquesta y telón	no	Aunque vemos al principio al director, parte de la obertura la hacemos sobre el personaje principal paseándose por el escenario	si	Presentador
	86	Predominan los Recursos exclusivos del lenguaje audiovisual	si	uso de exteriores y fundido, encadenado de las imágenes del Bronx. Montaje musical muy marcado. Se cambian y mueven los planos en función de los cambios e inflexiones musicales, para darle un sentido narrativo unitario	no		no	Planteamiento no diegético	si	Comentario sobre la obertura del presentador de la obra, explicando el contexto de la obra
	87	Función de simbólica de la obertura: presentar narrativamente el tono de la obra y los personajes	si	el tono de la obra, no de los personajes	no		no		si	
88	Función simbólica de la obertura: potenciar la relevancia musical del equipo/director interpretativo	no		no		no		no		

OBERTURAS
SIGLO XX

	89	Función simbólica de la obertura: presentar el equipo gracias a los créditos y mostrar el tono y la intención dramática de la obra (las dos cosas)	no		si	Aunque no hay una construcción de imagen que puede asociarse a la función simbólica, la superposición se acerca más a esta categoría	si	Las dos cosas, pero desde un planteamiento no diegético. Seguimiento de personaje	no	
--	----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	--	----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	-----------------------------------------------------------------------------------------------	----	--

**OBERTURAS
SIGLO XX**

ITEMS DE ANÁLISIS		16		17		18		
		1996	Venecia	1998	Aix En Provence	2000	Met	
Análisis de las oberturas	79	Apertura con los créditos del nombre del teatro	no		si	en este caso con los créditos del festival que le da vida.	si	
	80	Muestra del exterior del teatro o de la ciudad donde tiene lugar la grabación	no		no		si	
	81	Muestra del interior del teatro	no		no		si	
	82	Muestra del director y de la orquesta	si		si		si	
	83	Añadido de títulos de crédito antes de la obertura (doble función de presentación)	no		no		si	
	84	Sobre impresión de los créditos en la obertura de la obra	si	Una vez ya ha comenzado la representación en escen. Sobre un plabo fijo frontal	si	Créditos sobre fondo amarillo y sobre la música de la obertura. Parece un fondo, pero es el zoom del suelo del decorado	no	Se respeta un planteamiento absolutamente no diegético sobre James Levine
	85	Prevalecen los Elementos audiovisuales no diegéticos	si	Toda la obertura se graba con zooms y pequeños paneos sobre la interpretación del director	si		si	
	86	Predominan los Recursos exclusivos del lenguaje audiovisual	no	Intenta ser transparente	si	Fundidos y encadenados entre los planos. Intervalos entre primeros planos de los protagonistas y la orquesta y director	no	Aunque se le da mucha movilidad a la escena
	87	Función de simbólica de la obertura: presentar narrativamente el tono de la obra y los personajes	no		no		no	
88	Función simbólica de la obertura: potenciar la relevancia musical del equipo/director interpretativo	si		no		si		

OBERTURAS
SIGLO XX

	89	Función simbólica de la obertura: presentar el equipo gracias a los créditos y mostrar el tono y la intención dramática de la obra (las dos cosas)	no		si	Es una mezcla de las dos cosas	no	
--	----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	--	----	-----------------------------------	----	--

**OBERTURAS
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS

ITEMS DE ANÁLISIS		19		20		21		
		2001	Opera de Zurich	2002	Gran Teatre del Liceu	2005	Teatro Real de Madrid	
Análisis de las oberturas	79	Apertura con los créditos del nombre del teatro	si		si	Un plano muy prolongado con la imagen de todo el interior del teatro	si	
	80	Muestra del exterior del teatro o de la ciudad donde tiene lugar la grabación	si	Pero con un fondo de papel de partitura	no		no	
	81	Muestra del interior del teatro	si		si	Paneo y barrido en movimiento	no	
	82	Muestra del director y de la orquesta	si		si	Detalles , muy concretos de la orquesta, uso de zooms. Perspectiva izquierda y derecha	si	Abre con el director, pero intercala eso con unos créditos en negro, al estilo más puro cinematográfico
	83	Añadido de títulos de crédito antes de la obertura (doble función de presentación)	no		si	No del cásting solo la presentación inicial del teatro y la producción y los principales cantantes. Títulos muy discretos unidos al movimiento de la cámara. La orquesta se presenta justo con la aparición del director. Todo sobre sonido diegético de la afinación de los instrumentos	no	
	84	Sobre impresión de los créditos en la obertura de la obra	si	Sobreimprime los títulos de la representación por corte, con una foto del reparto al lado del nombre, mientras escuchamos la obertura	no		si	Intercala claramente diegético y no diegético
	85	Prevalecen los Elementos audiovisuales no diegéticos	si	Presentación de créditos al más puro estilo cinematográfico. Sale a un plano de la cara del director musical	si	Toda la obertura se expone de forma limpia, sin ninguna alusión a la diégesis. Sobre la interpretación de los personajes.	si	
	86	Predominan los Recursos exclusivos del lenguaje audiovisual	si	fundido al director dirigiendo	no		si	Es una mezcla exacta de las dos cosas, créditos convencionales con imágenes de la interpretación orquestal
	87	Función simbólica de la obertura: presentar narrativamente el tono de la obra y los personajes	no		no		no	
	88	Función simbólica de la obertura: potenciar la relevancia musical del equipo/director interpretativo	no		si		si	
89	Función simbólica de la obertura: presentar el equipo gracias a los créditos y mostrar el tono y la intención dramática de la obra (las dos cosas)	si	es una mezcla de las dos cosas	no		no	Porque los créditos no hablan del tono.	

**OBERTURAS
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS

ITEMS DE ANÁLISIS		22		23		
		2006	Opera de Viena	2008	Baden Baden	
Análisis de las oberturas	79	Apertura con los créditos del nombre del teatro	si	en este caso del Festival en el que queda inscrito de Salzburgo	si	En este caso del festival que le da nombre y lo engloba
	80	Muestra del exterior del teatro o de la ciudad donde tiene lugar la grabación	si		si	Con los créditos de apertura, que también se encabalgan en el el comienzo de la obertura sobre el telón.
	81	Muestra del interior del teatro	si	lleno de gente,	si	Pero no vemos el público
	82	Muestra del director y de la orquesta	si		si	Muy centrado en René Jacobs. Mucha recurrencia al plano frontal de la representación.
	83	Añadido de títulos de crédito antes de la obertura (doble función de presentación)	si	Los títulos van sobre la imagen del teatro donde va a tener lugar la representación	si	pero de encabalgado a la obertura La mayor parte de los créditos están sobre la obertura.
	84	Sobre impresión de los créditos en la obertura de la obra	si	Se hacen sobre unas imágenes resumen de la obra que vamos a presenciar, mientras la interpretación está emulando el "falso directo" es muy curiosa la mezcla	si	
	85	Prevalecen los Elementos audiovisuales no diegéticos	si	Títulos de crédito sobre la presentación. Vemos todo el rato el foso de la orquesta	si	absolutamente Se recrea en la interpretación instrumental.
	86	Predominan los Recursos exclusivos del lenguaje audiovisual	no	No más allá de la propia rotulación de créditos	si	Utiliza constantes zooms y encadenados sobre la interpretación instrumental. Al final de la obertura incluye una separación en pantallas con imágenes de los protagonistas para presentar el cásting. Recurso muy televisivo. Pero luego vuelve a la interpretación de la orquesta.
	87	Función de simbólica de la obertura: presentar narrativamente el tono de la obra y los personajes	no		no	
	88	Función simbólica de la obertura: potenciar la relevancia musical del equipo/director interpretativo	no		si	
89	Función simbólica de la obertura: presentar el equipo gracias a los créditos y mostrar el tono y la intención dramática de la obra (las dos cosas)	si	ambas cosas.	no		

**OBERTURAS
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS

ITEMS DE ANÁLISIS		24		25		26		
		2008	Deneder Landse Opera	2008	ROH	2008	Salzburgo	
Análisis de las oberturas	79	Apertura con los créditos del nombre del teatro	si		no		si	
	80	Muestra del exterior del teatro o de la ciudad donde tiene lugar la grabación	no		no		si	En este caso la ciudad de Salzburgo
	81	Muestra del interior del teatro	si	lleno de gente, con las luces apagadas y sonido diegético de la gente esperando a que aparezca el director	no		no	Se realiza todo el planteamiento tradicional. No se muestra el interior del teatro pero sí la orquesta interpretando
	82	Muestra del director y de la orquesta	si	Plano de presentación, pero enseguida vamos, a través de un zoom, al cuadro escénico, en el que ya vemos actuación, con varios de los personajes durmiendo en camas	si	Más tarde, una vez se ha introducido la presencia del cast y del tono de la obra de forma diegética	si	Vemos incluso al director saludar
	83	Añadido de títulos de crédito antes de la obertura (doble función de presentación)	si	Los títulos van sobre la imagen del teatro donde va a tener lugar la representación	no		no	
	84	Sobre impresión de los créditos en la obertura de la obra	si	Se hacen sobre unas imágenes resumen de la obra que vamos a presentar, mientras la interpretación está emulando el "falso directo" es muy curiosa la mezcla	si		si	Sube en letrero móvil, como si fuesen créditos de cine. Duran poco, al principio y sobre la orquesta.
	85	Prevalecan los Elementos audiovisuales no diegéticos	no	Pero enseguida recurre al universo diegético de la escena, sobre el que construye su propia historia	si		si	Aunque vemos ya narración escénica, vemos a Juan en un Bosque con su criado.
	86	Predominan los Recursos exclusivos del lenguaje audiovisual	no	No más allá de la propia rotulación de créditos y de los movimientos de la cámara y los planos antes de dar comienzo la narración en sí misma	no	El planteamiento es como si fuese un telecast televisivo, donde los personajes se presentan a cámara, con la imagen de la obertura de fondo pero en proporción y en función solo es una mera presentación. La intención no es diegética.	no	Es un planteamiento fundamentalmente diegético, aunque presente parte de la narración en escena.
	87	Función simbólica de la obertura: presentar narrativamente el tono de la obra y los personajes	si	Ya que construyen una historia escénica dentro de la propia narración musical de la obertura.	no		no	
	88	Función simbólica de la obertura: potenciar la relevancia musical del equipo/director interpretativo	no		no		no	
89	Función simbólica de la obertura: presentar el equipo gracias a los créditos y mostrar el tono y la intención dramática de la obra (las dos cosas)	no		si	Después de presentar un fuego sugerente y a los personajes, con el tono de la obra, abrimos a detalles de la interpretación de la orquesta no diegética.	si	Aunque predomina la función no diegética, se presenta mínimamente el tono, aunque se respeta sobre todo la interpretación musical.	

**OBERTURAS
SIGLO XXI**

ITEMS DE ANÁLISIS

	ITEMS DE ANÁLISIS	27		28		29		30		
		2010	Glydenbourne	2011	Sydney Opera	2013	Champs Elysees Paris	2013	Met	
Análisis de las oberturas	79	Apertura con los créditos del nombre del teatro	no	sobre negro, sin recrearse solo pone el título, lo primero. Pero apenas es perceptible	si	Primero el teatro, luego el título de la obra	si	Además de la cadena de TV que lo retransmite		
	80	Muestra del exterior del teatro o de la ciudad donde tiene lugar la grabación	no		no		no			
	81	Muestra del interior del teatro	no		si	Abra directamente con el interior del teatro	si	Todos los títulos sobre un plano en movimiento muy lento del teatro que muestra el interior, hasta que baja a la orquesta y el foso. Sonido diegético de fondo. También vemos a la gente esperar a que de comienzo la representación.		
	82	Muestra del director y de la orquesta	si	Abrimos directamente a la cara del director. Uso de primeros planos cerradísimos sobre la cara del director de orquesta.	si		si			
	83	Añadido de títulos de crédito antes de la obertura (doble función de presentación)	no		no		no	Solo unos breves de presentación		
	84	Sobre impresión de los créditos en la obertura de la obra	si		si	Crean un cuadro muy curioso, sobre un planteamiento frontal vemos los títulos de crédito sobre el decorado del propio telón, que es como de cartón. Van pasando de la orquesta a esta composición de escenario y viceversa.	si	Un único plano fijo donde, a un lado aparece el director interpretando la partitura, y al otro lado se suceden los créditos		
	85	Prevalecen los Elementos audiovisuales no diegéticos	si	Todo el planteamiento es una estructura no diegética sobre la interpretación de la orquesta. Hasta que llega el resumen del cast como si fuese tipo televisivo.	si	Todo el planteamiento es absolutamente no diegético, donde se favorece concentrar la atención en la música	no	Aunque se introduce la obertura, muy pronto cuando esta está sonando vamos a la representación, donde ya se nos cuenta una historia figurativa, con dos enfermeras y los personajes principales.		
	86	Predominan los Recursos exclusivos del lenguaje audiovisual	no	Aunque hay una presentación de CAST bastante prolongada Aunque la intención es no diegética.	no	solo hay créditos	no	El planteamiento es escénico, pero no exclusivamente audiovisual.		
	87	Función simbólica de la obertura: presentar narrativamente el tono de la obra y los personajes	no		no		no			
	88	Función simbólica de la obertura: potenciar la relevancia musical del equipo/director interpretativo	no		si		no			
89	Función simbólica de la obertura: presentar al equipo gracias a los créditos y mostrar el tono y la intención dramática de la obra (las dos cosas)	si	Tras presentar la importancia de la interpretación, se habla del tono de los personajes y de la actuación de la obra.	no		si	A partir de la presentación de la orquesta y de la trama que se produce paralelamente en escena, se producen las dos cosas.			