

Los públicos de la ópera: entre el poder y la creatividad

The Operatic Audiences: Between Power and Creativity

Resumen

Este artículo explora la clasificación de los públicos de ópera. A través de las investigaciones de Herbert Lindenberger, David T. Evans y Nicholas Abercrombie y Brian Longhurst el presente trabajo se concentra en estudiar el sector del público que puede eventualmente administrar un espectáculo de ópera. La discusión contempla dos estudios de caso que permiten discutir y definir el término de público empoderado.

Palabras clave: ópera, público de ópera, público empoderado, meta-ópera, administración de ópera

Abstract

This article explores the classification of the audiences of opera. It considers the research of Herbert Lindenberger, David T. Evans, and those of Nicholas Abercrombie and Brian Longhurst, with particular emphasis on the study of the audience that, eventually, can coordinate an operatic event. The discussion considers two case studies, which allows the exploration and definition of the term: Empowered audience.

Key words: Opera, Audience of Opera, Empowered audience, Meta-opera, Management of Opera

Fuentes Humanísticas > Año 33 > Número 63 > II Semestre > julio-diciembre 2021 > pp. 121-132.

Fecha de recepción 01/03/21 > Fecha de aceptación 20/12/21

wspws54@hotmail.com

* Investigador independiente.

*Dal cervello di qualche Demonio
L'invenzione dell'Opera in musica
Per flagello degli uomini uscì*

(Ranieri de' Calzabigi:
Libretto de *L'Opera Seria*)

Este artículo estudia la tipología de los públicos de ópera, con particular énfasis en aquel que tiene un carácter empoderado y que, por ende, fácilmente puede volverse un administrador de ópera (*opera manager*).¹ Para este estudio se abordarán los trabajos de Herbert Lindenberger (1998) y David T. Evans sobre el público de la ópera (1999), pero también se considera el estudio de audiencias de Nicholas Abercrombie y Brian Longhurst (1998). Este trabajo espera mostrar cómo determinado tipo de público de ópera puede convertirse en un ente con poder y que eventualmente influye en la actividad operística; i.e. la programación. También mostraré dos casos donde se puede ver este tipo de público, mismos que serán útiles para una mejor comprensión del fenómeno. Este artículo considerará ejemplos: uno de producción de ópera en vivo y otro de transmisión a través de canales privados de *Youtube*.

Antes de comenzar quisiera partir con unas definiciones básicas que serán de utilidad para entender el desarrollo del análisis. Los términos por definir son: público, patrocinadores, prosumidores y público empoderado, que es la que propongo en el presente trabajo.

Público es descrito por Richard Butsh (2008, p. 11), primero como una oposi-

ción a la multitud y Butsch retoma lo dicho por Jeffrey Weintraub para hablar de un grupo que responde de forma más ordenada y lógica, a diferencia de la multitud que sería lo opuesto. Aclaro que aquí no se discute sobre el espacio público, sino el hecho que una persona sea parte de la audiencia de un evento con las características descritas por Butsh y Weintraub. Otra contribución importante es la de Gustave Le Bon (1895) quien resalta cómo el público teatral se coordina para ser exigente con las virtudes del protagonista. Entonces, para estos autores el público se presenta como un contraste a las masas, es una comunidad coordinada hacia un propósito relativamente uniforme.

Los patrocinadores, según Bonita M. Kolb (2000, p. 87), tanto individuales como los provenientes de alguna compañía privada han sido, a la par de los apoyos de instituciones gubernamentales, de las fuentes principales de ingresos para la creación cultural. Los patrocinadores, señala Kolb, obtienen beneficios: acceso al público de la organización, uso del recinto o del evento, boletos para sus empleados, publicidad de su marca o nombre, asientos en el consejo directivo o visitas con los artistas (Kolb, 2000, p. 91). Entonces, el patrocinador participa en un esquema establecido y regulado. Su participación no es tanto espontánea como cuidadosamente organizada y con claro establecimiento de relaciones de poder.

Por empoderado me refiero aquí al rasgo de poder para realizar cierta función más allá de ser público; más adelante se explicarán los límites de este poder. Por administrador de ópera me refiero a aquel que administrará contenidos operísticos

¹ Más adelante se definirán los términos.

dedicados a un tercero, sea que produzca dichos contenidos o no.²

Prosumidores, por otro lado, se establece como aquellos que hacen el acto del prosumo, es decir aquel que es consumo y producción al mismo tiempo. George Ritzer y Nathan Jurgenson (2010) argumentan que el prosumo es una actividad primigenia en la economía y que en últimos años ha apoyado a mostrar la individualidad del consumidor. Esto se puede entender como un público que participa en el proceso creativo. Autores como Damien Chaney (2012) describen esto como el valor de la creación y menciona como ejemplo las artes donde la coproducción o co-creación son frecuentes. Entonces, podemos hablar ahora de un proconsumidor.

El público empoderado es, entonces, un tipo de público parecido al prosumidor, pero a diferencia de éste, el empoderado tendrá interés en la administración del evento cultural. Así que no necesariamente hablamos de un acto repetitivo, sino de un proceso de especialización

paulatina de la administración, con su correspondiente perfeccionamiento.

Al comentar sobre los públicos de ópera, quisiera comentar brevemente sobre la historia del género en sus primeros años. Al principio, la ópera se presentaba sólo en la corte, así fue con *Euridice* de Jacopo Peri, la cual se estrenó en Florencia en 1600, y con *L'Orfeo* de Claudio Monteverdi que se estrenó en Mantua en 1607. El cambio ocurrió en Venecia a mediados del siglo XVII cuando se crearon teatros públicos, por lo que la entrada al espectáculo ya no dependía de la lista de invitados, sino que cualquiera que pudiera costear el boleto podría acceder al evento de moda.³ Este cambio no sólo fue de sede y de apertura, sino que también implicó un cambio en el desarrollo de las tramas de ópera y del propósito que éstas tenían. Mientras en la corte se trata de un espectáculo único a presentarse en un evento importante, por ejemplo, una boda, en un teatro público se convierte en un espectáculo que se repetirá muchas veces. Las tramas también sufrieron cambios ya que la ópera de corte enaltece al patrocinador principal, en tanto que la ópera pública incluye diversas tramas y siempre tendrá como función principal el entretenimiento. Esta perspectiva, sea como evento repetitivo o evento único, la encontraremos a lo largo de la historia de acuerdo con las estructuras administrativas que produzcan ópera. Los ejemplos que mostraré podrán dar cuenta de lo anterior.

² La definición de administrador de ópera es propuesta mía, aunque se puede hacer una revisión a los organigramas de diferentes casas de ópera para descubrir que los puestos son de directores en diversas áreas: musicales, artísticos, publicidad, etc. El nivel de especialización varía mucho de teatro a teatro, de acuerdo con sus necesidades, es por eso por lo que prefiero usar un nombre genérico como el de administrador que permita abarcar las diversas opciones.

Organización del Teatro Real en Madrid, España: <https://www.teatro-real.com/es/el-teatro/quienes-somos/organos-de-gobierno>

Organización de la Royal Opera House en Londres, Reino Unido: <http://www.roh.org.uk/about/royal-opera-house/whos-who>

Organización del Teatro alla Scala en Milán, Italia: <http://www.teatroallascala.org/it/la-scala/chisiamo/chisiamo.html>

³ Para conocer más sobre el desarrollo de la ópera en el primer siglo del género y su contraste entre ópera de corte y pública, léase a Bianconi (1986).

Los cambios organizativos que la ópera ha sufrido no han sido ajenos a la misma creatividad del género y aquí quiero hablar un poco de lo que la ópera puede decir de sí misma a través de la meta-ópera; i.e. óperas que hablan del género en sí. Estas meta-óperas podrán ser útiles para el desarrollo de un marco teórico sobre el público empoderado, así como descubrir características especiales en los públicos de ópera a lo largo del desarrollo de este género. Hay muchas meta-operas, algunas fueron compuestas por Francesco Gnecco, Manuel Fernández Caballero (Zarzuela), Antonio Salieri, Wolfgang Amadeus Mozart o Florian Gassmann. Pero en este trabajo quisiera hablar en concreto de *Ariadne auf Naxos* (Ariadna en Naxos). Esta ópera fue compuesta por Richard Strauss y con libreto de Hugo von Hofmannsthal y se estrenó en una primera versión en 1912 y una segunda versión en 1916. Dicha obra se divide en un prólogo y la presentación de la ópera homónima al título del espectáculo. El prólogo muestra cómo una compañía de ópera se prepara para amenizar la fiesta de un conde y estrenar la *Opera Seria* Ariadne,⁴ pero el Conde hace cambios de último momento y decide que también habrá una obra cómica por par-

te de una compañía de ópera bufa,⁵ es más, decide que ambas compañías trabajen juntas en un sólo espectáculo. La ópera al final narra cómo Ariadna es liberada de Naxos por Baco y en el proceso la compañía cómica participa con diversos números.

Esta meta-ópera tiene la característica de mostrar parte del proceso creativo y el producto terminado, i.e. la presentación. Por ahora, lo que me interesa es que el lector conozca un poco más del prólogo: hay un diálogo donde el Mayor-domo, personaje hablado, discute, en representación del Conde, con los artistas que son personajes cantados, sobre la inserción de una obra bufa dentro de la ópera seria. A continuación, proporciono el breve diálogo:⁶

MAESTRO DE MÚSICA

Mi obra es importante y de calidad.
No puede ser representada
con cualquier utillaje...

⁴ El Diccionario de Música de Oxford define ópera seria de esta forma: En los siglos XVII y XVIII, la ópera seria era el principal género operístico, que se volvió formal y complejo, junto a una elaborada muestra de arias. Los tiempos mitológicos eran la norma y la mayoría de éstos fueron escritos para varios compositores por el libretista Metastasio. Los últimos y grandes ejemplos de esta forma son *Idomeneo* (1781) y *La Clemenza di Tito* (1791) de Mozart. (Traducción César Moreno Zayas) (Rutherford-Jhonson, y Kennedy (eds), 2013).

⁵ El Diccionario de Música de Oxford define ópera bufa de esta forma: Ópera cómica, la opuesta a la ópera seria. Empezó con el uso de temas cómicos involucrando a los personajes en situaciones de la vida cotidiana. Ejemplos son *Le Nozze di Figaro* de Mozart, *Il Barbiere di Siviglia* de Rossini y *Don Pasquale* de Donizetti. (Rutherford-Jhonson, y Kennedy (eds), 2013).

En este texto usaré la forma española Bufa, con una f, en vez de la italiana que incluye dos f. Existe una alternancia entre ambas formas y habrá textos en español que usarán la forma a la italiana. En caso de citas textuales que usen el término con dos efes, éste se mantendrá sin cambios.

⁶ Libreto de *Ariadne auf Naxos* traducido del alemán por Josep Francesc Pertusa y publicado en 2003 en el sitio kareol.es [Consultado el de 2 de julio 2018.]

MAYORDOMO

Pero es a mi noble señor, "summo et unico loco",⁷

a quien corresponde decidir con qué espectáculo divertirá a sus convidados después de ofrecerles una magnífica cena.

MAESTRO DE MÚSICA

¿Deberé representar la ópera heroica Ariadna, tras la digestión?...

MAYORDOMO

Durante ella...

A las nueve en punto arderán los fuegos artificiales

y en medio de ellos irá la "Ópera Buffa".

Ahora, si me lo permitís, debo retirarme.

Este diálogo hace dos separaciones importantes: una es entre un arte serio, dramático y casi sagrado en contraste a una obra cómica. La otra división es separar al público patrocinador y al equipo artístico. Creo importante resaltar que el público aquí, i.e. el Conde, no hace gran distinción entre el tipo de eventos (bufos o serios) y por ende termina combinándolos a capricho. Pero existe incluso una separación más entre los distintos tipos de públicos de ópera. Tenemos por un lado al Conde, que nunca vemos, ni oímos, pero es quien paga y coordina el evento, están sus invitados y está el Mayordomo que no canta y cuyo trabajo es sólo cumplir las órdenes del Conde. Si nos concentramos en el personaje hablado del Mayordomo podremos pensar que el recitativo se convierte en un elemento ca-

racterístico del público, en tanto que el canto se restringe al equipo artístico. Esta situación hace recordar que para Theodor Adorno (1999, p. 11) "el género [de la ópera] celebra este proceso en el canto de la gente, quien, como tal, está –y debe estar– avergonzada para cantar". Traducción mía. Aunque sabemos que Strauss y Hoffmansthal hacen una distinción categórica entre el público y el no público, similar a la propuesta por Adorno, los autores van un poco más allá en su descripción al mostrar también el poder del primero sobre el segundo. Esta distinción de poderes puede describirse de la siguiente forma: mientras el público responde a la pregunta de ¿qué se debe hacer?, el grupo artístico, no público, responderá a la pregunta de ¿cómo se debe hacer?

La descripción del público de ópera de la meta-ópera puede avanzar, ya que mientras que los invitados atienden un evento al que fueron invitados, el Conde como público con autoridad decide tener un evento operístico en su casa y al final tenemos al Mayordomo que alaba el gusto de su jefe, e incluso aclara la terminología adecuada de la obra cómica. No podemos saberlo, pero también podemos imaginar la posibilidad que el Mayordomo se acercara a la ópera más por obligación que por el verdadero interés en el género. Esta propuesta anterior nos permite destacar una división importante a detallar. El Conde es a quien posiblemente le gusta la ópera y decide llevarla a su fiesta, hecho que hace que consciente o no se volviera un administrador de ópera. Entonces, el Conde no sólo patrocinó el evento, sino además estableció su público meta, horarios, repertorio y lo más importante cierta estructura al evento; el

⁷ Latín en el original que se traduce como el lugar más alto y singular. Traducción mía.

cual debe terminar antes de las 9 p.m. porque a esa hora habrá fuegos artificiales. Por otro lado, esta meta-ópera permite ver que el público de ópera no es sólo uno y que convendría hablar en plural como lo he insertado a lo largo de este trabajo, ya que involucrará a los invitados e incluso al Mayordomo; todos con sus diferentes grados de interés en el género y de capacidad de decisión sobre el mismo. Esta es una conclusión muy natural y de la que ya habían hablado estudiosos de la ópera como Herbert Lindenberg (1998) y David T. Evans (1999).

Para profundizar en el tema se abordarán las tipologías de público de ópera y sus diferencias según las categorías propuestas por Lindenberg y Evans. Ambos investigadores dedicaron parte de sus investigaciones al público de ópera y se aventuraron cada uno a proponer, de forma un tanto escueta, una tipología. Lindenberg divide al público entre: *Avid*, *Passive*, *Conscientious*, *Faultfinding*, y *Uncompromised*. Evans por su parte divide al público en: *Opera Lovers*, *Fanatics* y *Regulars*.⁸ (Ver tabla 1)

Mientras que Lindenberg da una breve explicación de lo que él entiende en su clasificación, Evans no da definiciones de ella. La tipología de Lindenberg distingue entre el público asiduo a la ópera, mientras que la clasificación de Evans parece mostrar más la variedad de público que pueda existir en un evento operístico. Evans parte del que ama la ópera como género, el que es fanático por algún artista, compositor, o algún aspecto artístico y el que asiste sólo regularmente.

De ambas clasificaciones quisiera resaltar el ávido de Lindenberg y el amante de la ópera de Evans. Estas categorías parecen centrarse en el género operístico de una forma holística y no especializada, como un fanático o un concienzudo podrían actuar. Si pensamos en el ejemplo de *Ariadne auf Naxos*, podríamos entonces tratar de clasificar al Conde cómo ávido o hasta concienzudo, según la clasificación de Lindenberg, aunque sería amante de ópera en la clasificación de Evans. Pero de esta clasificación no es claro cómo categorizar al tipo de público que puede eventualmente dejar de ser público y decidir patrocinar y hasta producir ópera. Entonces, a pesar de que estas clasificaciones son de gran ayuda porque se especializan en la ópera, es necesario complementar con otros estudios de audiencias que den más claridad a este asunto, particularmente al público empoderado que es en el que se centra este trabajo.

Propongo comparar brevemente las tipologías de Evans y Lindenberg con la tipología del público, no sólo operístico de Nicholas Abercrombie y Brian Longhurst, publicada en 1998. Su clasificación muestra un proceso que describe al tipo de público en relación con sus habilidades. Entonces, puede observarse cómo ser público es un proceso que puede ir desde conocimientos generales, hasta llegar a conocimientos muy específicos. En la tabla 2 se muestra por un lado que el consumidor puede manejar un conocimiento general y sólo referencial mientras que por el otro lado encontramos al productor insignificante que posee conocimientos más precisos. Si continuamos hablando del público ávido o del amante de ópera, en la tabla correspondería tal vez al en-

⁸ Uso los nombres en inglés, aunque en el cuadro mostraré la traducción de los términos.

Tabla 1

	Lindenberger	Evans
Avid (ávido)	Admirador de un género en específico y a veces buen conocedor de la ópera	Opera Lovers (Amantes de la ópera)
Passive (pasivo)	Aquel que acompaña a alguien a la ópera. Está más por compromiso	Fanatics (Fanáticos)
Conscientious (Concienzudo)	Van mucho a la ópera, pero tratan de ser perfeccionistas	Regulars/Regulares
Faultfinding (crítico)	Se centra en expresar comentarios negativos	
Uncompromised (Desentendido)	Critica también, pero discrimina mucho sobre lo que quiere ver y lo que no	

tusiasta o al productor insignificante. Entonces, ¿Cómo ubicar al público empoderado? Y principalmente ¿Cómo definir con más claridad al público empoderado? Antes comenté que el público empoderado parece ser aquel con el deseo y la posibilidad de hacer un evento, en este caso la ópera. En el ejemplo, el Conde de *Ariadne auf Naxos* es un público empoderado que no patrocina un evento de alguien más, sino que el planea su propio evento, pero no participa como artista, sino que se concentra en el trabajo administrativo. Así que, si pensamos en las características del productor insignificante donde se refiere a alguien que tiene suficiente conocimiento del género artístico en cuanto a gastos de producción, proceso de producción, dificultades técnicas y hasta el impacto en el público, entonces podríamos decir que el Conde de *Ariadne* no es un productor insignificante, ya que pasa por alto el proceso de producción

de la ópera bufa y de la seria, además de realizar cambios de último momento. Por lo tanto, el público empoderado no necesariamente estaría en el extremo del proceso descrito por Crombie y Longhurst, pero tampoco sería necesario que esté en las categorías de amante de ópera y ávido, así que el resultado es un tipo de público que no ha estado categorizado adecuadamente. Al final, queda preguntarse en cómo es que este público empoderado decide hacer ópera, siendo consciente que tiene conocimientos, aunque estos no son profundos. La respuesta es compleja porque considero que pueden existir muchas razones que motiven a que este tipo de público (amante de ópera, ávido, entusiasta o productor insignificante) decida desarrollar su propio proyecto de ópera. Me aventuro a proponer que es una decisión personal, posiblemente motivada por el contexto, pero para encontrar una mejor respuesta hay

Tabla 2 Formas de experiencia del público

Habilidad	Consumidor	Fan	Cultista	Entusiasta	Productor insignificante
Técnica	Muy específico	Más contexto, en especial con las estrellas	Más del contexto, y sabe usar más sus habilidades	Aumenta el uso de tales habilidades en la producción por gusto	Uso de la habilidad en producir algo para el mercado
Análítica	Muy general	Dentro de los géneros de comparación	Inmersión en el género y comparaciones intra genéricas	La inmersión lleva a aumentar la productividad	Comparación para localizar los nichos empresariales adecuados.
Interpretativa	Modo referencial, gusto en las compras del consumidor	General y acostumbrado a la legitimación con el fan	Acostumbrado en la autenticidad de sus argumentos	La inmersión lleva a menos cambios de dirección	Comparación por ganancias

que hacer una investigación con ejemplos concretos.

En la búsqueda de una definición del público empoderado mostraré dos ejemplos que entran en la clasificación que propongo. Los ejemplos provienen de la producción y/o presentación de ópera en vivo o a través de algún medio, pero todos involucran el poder de decisión de un ente con poder. El primer ejemplo será el Festival de Glyndebourne y luego transmisiones de ópera por Youtube. De estos dos ejemplos, sólo Glyndebourne es productor de su propio contenido, ya que los canales de Youtube o algún otro sitio similar, se especializan en la selección del contenido creado y transmitirlo: normalmente sin pedir autorización al creador del material. (Ver tabla 2)

El Festival de Glyndebourne es muy importante en el Reino Unido. Es un festival muy británico y ahora explico el porqué. La idea apareció cuando su creador visitó el Festival de Bayreuth, dedicado a las óperas de Richard Wagner, y quiso emularlo en su propiedad de campo en el pueblo de Lewes (sur de Inglaterra). Se inauguró en 1934 y fue creado por John Christie. El festival empezó a reunir gran cantidad de público y ya para la década de los 40 podían hacer premieres mundiales de óperas británicas;⁹ e.g. *Al-*

⁹ Para información sobre la historia del Festival recomiendo los datos que aparece en su sitio web: <https://www.glyndebourne.com/about-us/our-history/a-brief-history-of-glyndebourne/>

bert Herring de Benjamin Britten se estrenó ahí.¹⁰ El festival logró también en la segunda mitad del siglo xx estrenar obras barrocas perdidas. Actualmente, una de sus características es que la gente va a hacer también un *picnic* y uno de los intermedios es de 90 minutos; llamado intermedio largo. El intermedio largo permite el picnic o comer en uno de los restaurantes y es una actividad muy británica ya que muchos teatros, incluyendo la Royal Opera House de Londres, promueven visitar los restaurantes o consumir algún producto durante los intermedios de las óperas. No es difícil identificar las similitudes entre el Conde de *Ariadne auf Naxos* y John Christie. De hecho, el caso de Glyndebourne es significativo porque tenemos cómo un miembro del público de ópera se inspira en eventos similares, el Festival de Bayreuth, para desarrollar su proyecto. Su actitud como público fue la de entender la empresa como una obligación: “[I] felt that it [opera] was almost non-existent ... in England, so we ought to begin to bring it here”.¹¹ Así es como el desarrollo de Glyndebourne impresiona por el repertorio que ha podido crear y por la promoción de una experiencia particular.

No abundaré en el resto de la historia del festival porque ya implica la contratación de especialistas en el género y no del público empoderado. Lo que sí destaco es que John Christie, con ayuda de su esposa, la soprano Audrey Mildway,

decidió hacer uso de su casa en Lewes y amplios terrenos para construir un teatro y crear el festival. Para estos gastos hizo uso de dinero propio y obviamente de sus propiedades. Entonces, el poder dependerá de los recursos existentes que junto a su interés motivarán o no el desarrollo de una empresa. El éxito de la empresa puede deberse a los conocimientos del mismo público, en este caso John Christie, y a las asesorías que pudiera haber recibido de profesionales, aquí podríamos mencionar a su esposa. Así que el público empoderado puede quedarse en el interés de hacer algo, pero necesitará la creación de un equipo profesional que permita la realización.¹² Una cita de lo que su esposa le dijo es prueba de este proceso: “If you’re going to spend all that money, John, for God’s sake do the thing properly!”¹³ Con estos datos ya podemos dibujar un poco más al público empoderado, el cual no necesariamente sabrá de los procesos de producción, pero sí tendrá un conocimiento administrativo y/o económico que le sea de utilidad. Glyndebourne es, entonces, un ejemplo de un proyecto desarrollado por un público empoderado.

El siguiente ejemplo es sobre las transmisiones por internet. Muchos teatros ya hacen transmisiones en vivo. Algunos las hacen de forma gratuita en sus portales de internet como la Bayerische

¹⁰ <https://www.glyndebourne.com/about-us/our-archive/performance-archive/production/403>

¹¹ “Sentí que la ópera era casi inexistente en Inglaterra, así que teníamos que traerla aquí”. Historia de Glyndebourne. <https://www.glyndebourne.com/about-us/our-history/early-years/>

¹² Aquí se podría incluso discutir si el Mayordomo de *Ariadne auf Naxos* era en sí un conocedor del género y pudiera ser quien coordinara el equipo operístico.

¹³ “Si vas a gastar todo ese dinero, John, por Dios, hazlo adecuadamente”. Mi traducción. <https://www.glyndebourne.com/about-us/our-history/early-years/>

Staatsoper,¹⁴ otras compañías transmiten desde su portal, pero se requiere de un pago como lo hace la Wiener Staatsoper,¹⁵ también hay otras compañías que ofrecen la transmisión a algún foro (cine, auditorio, teatro) con quien hacen un contrato para permitir la transmisión de la función en vivo o de forma diferida como el Metropolitan Opera House de Nueva York,¹⁶ aunque también lo hace la Royal Opera House de Londres.¹⁷ Entonces, hay un gran fenómeno virtual de funciones de ópera, sea de forma gratuita o de pago. Este movimiento de información operística es hasta cierto punto efímero porque los videos por lo general estarán por un tiempo específico en línea o la experiencia operística será sólo durante la transmisión, por lo que los videos posteriormente desaparecerán o serán de acceso restringido. Es por el aspecto efímero que encontramos otro ejemplo de empoderamiento: los administradores de canales de *Youtube* o de otros sitios de video o de audio. Estos canales obtienen legal o ilegalmente videos o audios de transmisiones de muchos teatros y los suben a su portal para ponerlos de forma gratuita al alcance de los usuarios de esos sitios *web*. Por ejemplo, en *Youtube* existía el canal *Maneb*, pero este canal ha tenido diferentes variantes: M6an4eb¹⁸ o Mgan8eb opera-World.¹⁹ El dueño del canal obtiene

los videos, es decir, selecciona el material y lo pone a disposición de sus seguidores, esta selección hace que su público se interese en él y lo siga. La ilegalidad del material implica que por derechos de autor los videos puedan ser eliminados o incluso el canal completo sea cancelado. Entonces, el dueño de este sitio deberá abrir nuevas cuentas donde volverá a subir el material y es así que tenemos un público empoderado que en este caso muestra interés en el género, obtiene el material, selecciona, lo distribuye, y si fuera necesario lo volverá a subir, pero también tenemos un ejemplo de formación de audiencias, la cual sabrá el proceso de vida de un canal de *Youtube* de ópera (aparece, sube videos y posiblemente desaparece) y que seguirá a su Youtuber preferido aunque el canal deba cambiar de nombre. Este ejemplo se relaciona tanto al Conde de *Ariadne* o a John Christie en que los tres toman decisiones administrativas y no necesariamente artísticas, pero las decisiones de ellos serán cruciales para la creación y el mantenimiento del espectáculo operístico como ellos proponen.

La ópera como género parece compartir diversas características a lo largo de su historia. La descripción del público teatral de Le Bon como los casos de *Ariadne auf Naxos* y *Glyndebourne* en la primera mitad del siglo XX, hasta los últimos casos de gestión del entretenimiento a través de internet dan cuenta de cierta constancia en los parámetros de determinado público de ópera. En conclusión, el público empoderado no es necesariamente un prosumidor, no es tampoco un productor insignificante, ávido o un amante de ópera y no necesariamente es un patrocinador. Es un público que tiene

¹⁴ Ver: https://www.staatsoper.de/en/staatsopertv.html?no_cache=1

¹⁵ Ver: https://www.staatsoperlive.com/en/info/#tab_o

¹⁶ <https://www.metopera.org/Season/In-Cinemas/HD-Events-Participate/>

¹⁷ Ver: <https://www.roh.org.uk/cinemas>

¹⁸ Ver: <https://www.youtube.com/channel/UCPWyRxWl9xCtARawJPEUrtQ>

¹⁹ Ver: <https://www.youtube.com/channel/UCk-XZOiyiQ1OLZV4wxlSZxg/videos>

una personalidad única que, aunque pueda detectarse en las clasificaciones de Lindenberger, Evans, y la de Crombie y Longhurst, no implica que dichas categorías expresen las características y mentalidades administrativas que este tipo de público posee. Es interesante ver que existe una voluntad activa de este público para decidir cuáles son las necesidades de su grupo cercano y qué es lo que debe ser mostrado. Aunque esta postura pueda verse de forma autoritaria, también hay que recordar que existe otra parte, el público asistente o seguidor del canal de *Youtube*, que aceptará dicha propuesta. Es necesario investigar más casos de este público y explorar los motivos que los llevan a hacer estas acciones. Christie, por ejemplo, dijo que Inglaterra necesitaba ópera, pero ¿qué pasa en *Youtube*? o ¿qué pasa en proyectos como los clubes de ópera donde la gente se reúne a ver ópera? Entonces, el caso del público empoderado es único y amerita una investigación más profunda que permita a través explorar no sólo los efectos de este público, es decir las clases, los canales de *Youtube* o los festivales, sino también los motivos que llevan a crear esos espacios y momentos operísticos. Podríamos aventurarnos a decir que la motivación real es el impacto que causa la ópera en ellos y que desean transmitirlo, sabiendo que existe un vacío en la distribución operística, pero las verdaderas respuestas aguardan a una profunda investigación que pueda incluir cualquier otro evento donde podamos explorar el comportamiento del público empoderado.

Bibliografía

- Abercrombie, N. y Longhurst, B. (1998). *Audiences*. Londres y Nueva Delhi: Sage.
- Adorno, T. (1999). *Sound Figures*. Stanford: Stanford University Press.
- Bianconi, L. (1986). *Historia de la música volumen 5: Siglo XVII*. Ciudad de México: Turner.
- Butsch, R. (2008). *The Citizen Audience: Crowds, Publics, and Individuals*. New York: Routledge.
- Evans, D. (1999). *Phantasmagoria: A Sociology of Opera*. Farnham: Ashgate/Arena.
- Kolb, B. (2000). *Marketing Cultural Organisations: New Strategies for Attracting Audiences to Classical Music, Dance, Museums, Theatre and Opera*. Cork: Oak Tree press.
- Le Bon, G. (2018). *Psicología de las masas*. Madrid: Verbum.
- Lindenberger, H. (1998). *Opera in History: From Monteverdi to Cage*. Stanford: Stanford University Press.

Hemerografía

- Chaney, D. (2012). "The Music Industry in the Digital Age: Consumer Participation in Value Creation", *International Journal of Arts Management*, 15 (1).
- Cuartero Otal, J. (2000). "Algunas consideraciones sobre la agentividad en español", *Anuario de Estudios filológicos* XXIII.
- Ritzer, G. y Jurgenson, N. (2010). "Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of digital 'prosumer'", *Journal of Consumer Culture*, 10 (1).

Cibergrafía

- Bayerische Staatsoper: https://www.staatsoper.de/en/staatsopertv.html?no_cache=1. [Consultado el 2 de julio de 2018].
- Diccionario de Música de Oxford: <http://www.oxfordreference.com/abstract/10.1093/acref/9780199578108.001.0001/acref-9780199578108-e-6677>. [Consultado el 2 de julio de 2018].
- Glyndebourne Festival: <https://www.glyndebourne.com/about-us/our-history/a-brief-history-of-glyndebourne>. [Consultado el 2 de julio de 2018].
- Kareol <http://www.kareol.es> [Consultado el 2 de julio 2018].
- Metropolitan Opera House de Nueva York: <https://www.metopera.org/Season/In-Cinemas/HD-Events-Participate/>. [Consultado el 2 de julio de 2018].
- M6an4eb: <https://www.youtube.com/channel/UCPWYRxWI9xCtARawJPEUrTQ>. [Consultado el 2 de julio de 2018].
- Mgan8eb OperaWorld: <https://www.youtube.com/channel/UCk-XZOiyiQ1OLZV4wxlSZxg/videos>. [Consultado el 2 de julio de 2018].
- Rutherford-Jhonson, y Kennedy (eds). (2013). *The Oxford Dictionary of Music*. Versión en línea. <http://www.oxfordreference.com/abstract/10.1093/acref/9780199578108.001.0001/acref-9780199578108-e-6677>
- Royal Opera House en Londres: <http://www.roh.org.uk/about/royal-opera-house/whos-who>. [Consultado el 2 de julio de 2018].
- Teatro Alla Scala en Milán <http://www.teatroallascala.org/it/la-scala/chissimo/chissimo.html>. [Consultado el 2 de julio de 2018].
- Teatro Real en Madrid: <https://www.teatro-real.com/es/el-teatro/quienes-somos/organos-de-gobierno/>. [Consultado el 2 de julio de 2018].
- Wiener Staatsoper: https://www.staatsoperlive.com/en/info/#tab_o. [Consultado el 2 de julio de 2018].