IL PIERMARINI

Scala, al via la webtv tutti gli spettacoli in diretta streaming e on demand

La Scala vara la sua web tv. La nuova piattaforma streaming sarà accessibile dal 9 febbraio all'indirizzo LaScala.tv, e la prima diretta andrà online il 14 febbraio con il collegamento live dal teatro per la quinta replica dei *Vespri siciliani* di Verdi nel nuovo allestimento diretto dalla bacchetta di Fabio Luisi, con la regia di Hugo de Ana e Marina Rebeka protagonista.

La nuova piattaforma proporrà opere, balletti, concerti e spettacoli per bambini. Il pubblico potrà registrarsi già dal 9 febbraio per vedere gli spettacoli in diretta oppure rivederli on demand, e in questo caso avrà a disposizione una settimana di tempo dall'acquisto del titolo. Le riprese saranno affidate a una struttura interna coordinata da un regista televisivo, che collaborerà con i registi dei vari allestimenti. Già dalla pandemia, infatti, il teatro si è dotato di nove telecamere installate in sala per la registrazione degli spettacoli, alcuni dei quali andranno ad arricchire un archivio video destinato a diventare sempre più completo. Negli intervalli, l'approfondimento: l'autore e regista Mario Acampa guiderà gli spettatori dietro le quinte a conoscere i protagonisti e i segreti della messa in scena. Ma sono previsti anche altri approfondimenti, dai documentari ai contenuti speciali. I biglietti avranno un costo nettamente inferiore ai 10 euro, variabile a seconda del tipo di spettacolo. Si prevede che almeno per il primo anno non ci saranno ricavi, e l'iniziativa, sperimentale, avrà un carattere soprattutto culturale, per allargare il pubblico e permettere anche agli spettatori lontani di assistere agli allestimenti scaligeri: in particolare la web tv andrà a colmare la richiesta di quei Paesi, come il Giappone, dove da tempo la Scala non arriva con le tournée. In questi giorni si è giunti inoltre a un accordo con i lavoratori: qualora ci fossero dei ricavi, coro, orchestra e ballo che partecipano alla rappresentazione avrebbero diritto a delle royalties.

Il nuovo canale di comunicazione si rivolge naturalmente non solo al pubblico lontano, ma anche agli appassionati che già conoscono e frequentano il teatro, che avranno l'occasione di tornare sugli spettacoli già visti, recuperare quelli persi e accedere a contenuti di approfondimento: chi è già iscritto alla newsletter potrà usare le stesse credenziali per accedere alla piattaforma. Un occhio di riguardo è riservato ai giovani e alle scuole: è previsto infatti l'avvio di un progetto pilota con diversi istituti scolastici, che potranno seguire un percorso di prove e visione degli spettacoli collegandosi dalle loro sedi.

L'iniziativa si inserisce nel più ampio progetto di modernizzazione del Piermarini lanciato dal sovrintendente Dominique Meyer. Negli ultimi anni il teatro ha inaugurato il nuovo sistema di biglietteria elettronica, ha rinnovato la grafica e il contenuto dei programmi di sala e della rivista, è diventato più green con la progressiva eliminazione della carta per programmi, spartiti, contrattualistica e documentazione interna. Un percorso che proseguirà alla vigilia della nuova stagione con il nuovo sito internet, la nuova app di servizi e la versione digitale della rivista, e il rinnovamento del sistema di sottotitolazione dei visori sugli schienali delle poltrone, ormai obsoleto, che saranno sostituiti da tablet con traduzioni in otto lingue.

— **s. sp.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Piattaforma online dal 9 febbraio e debutto il 14 con una replica dei Vespri siciliani di Giuseppe Verdi

I punti

Tutto il cartellone live e a richiesta

1 La piattaforma

Si chiama LaScala.tv Sarà attiva dal 9 di febbraio e ci si potrà registrare per il primo spettacolo: I vespri siciliani di Verdi in programma per la sera di San Valentino

2 Non solo dirette

Il canale streaming durante le dirette offrirà interviste con i protagonisti e diversi altri filmati. Gli spettacoli resteranno disponibili on demand per dieci giorni

L'intervista

Claudio Ricordi "Serve una regia studiata su misura"

di **Nicola Baroni**

«Nessun rischio per i teatri: una buona offerta culturale continua a essere tale e l'opera in streaming non si sostituisce all'esperienza in teatro». Ma con qualche accortezza: «Non si può vedere l'opera su un televisore o uno schermo del pc da 19 pollici». Claudio Ricordi, conduttore radiofonico e pronipote di Giovanni Ricordi, con il suo programma settimanale su Radio Popolare durante il lockdown ha seguito le strategie messe in campo dai teatri per andare in scena a sale vuote. Ed è convinto che l'opera in streaming e on demand sia figlia anche del Covid.

Cos'è cambiato con la pandemia?

«L'opera filmata e i film d'opera esistevano già prima ovviamente, penso per esempio al *Don Giovanni* di Losey. Ma con la chiusura al pubblico molti teatri e registi si sono trovati davanti a una pagina bianca e hanno sperimentato. Penso agli spettacoli messi in scena durante la pandemia a Milano, Roma e Bologna, in cui a volte si usavano tutti gli spazi del teatro, con gli attori che cantavano dai palchetti e su pedane che coprivano la platea, mentre l'orchestra suonava sul palcoscenico. Oppure penso al *Gianni Schicchi* di Damiano Michieletto. Spesso i risultati sono stati notevoli».

Il Metropolitan di New York ha un servizio on demand da molti anni.

«Quello è un esempio di teatro che ha incassato molto dalla vendita on demand dei propri spettacoli. Il Met ha scommesso sul fatto che in una città come New York non mancherà mai il pubblico in sala, e il servizio in streaming e on demand non può fare concorrenza agli spettacoli in cartellone. Il rischio non è che questi servizi svuotino i teatri, ma che i loro costi per alcuni teatri italiani non siano sostenibili economicamente».

Non basta riprendere lo spettacolo e metterlo a disposizione online?

«No, servono telecamere, operatori video, una regia molto attenta. Un tempo bastava posizionare qualche telecamera, ora invece la regia televisiva assume la stessa importanza della regia dello spettacolo. Lo si vede bene alla Prima della Scala, quando a volte le regie televisive fanno venir voglia di spegnere».

Cosa non va?

«Certi primi piani eccessivi dei cantanti, anche nell'ultimo *Boris Godunov*. Non ce n'è bisogno: un piano americano è più che sufficiente per rendere l'avvicinamento al protagonista. Lo diceva già Eduardo, che seguì la regia delle riprese di *Napoli milionaria!*. E non bisogna esagerare con gli stacchi veloci perché c'è il rischio di perdersi: era successo con la *Tosca* del 2019. La regia televisiva dovrebbe sempre partire dal punto di vista dello spettatore teatrale».

Consigli per il pubblico in pantofole?

«Schermo grande con un buon audio interno oppure una soundbar esterna o le cuffie. Lo si può vedere anche con lo schermo di un buon pc, ma non con le casse interne, altrimenti la qualità perde il 50».

Ora cosa manca?

«Forse un servizio che permetta di cercare contenuti trasversalmente nelle piattaforme messe a disposizione dai vari teatri e reti televisive di tutto il mondo: potrebbe essere una buona idea per una startup».

▲ Claudio Ricordi

"Nessun rischio per i teatri, l'opera in digitale non si sostituisce all'esperienza che si vive andando a teatro"

VkVSIyMjMjM0Nml3YzQtNmFkMS00ZWM1LTlkNzctOThmMWE3NjRhNmQ2IyMjNDEwMzZlNDktNjJmYi00MjJmLTliNmEtOTk1MDEwNzZiYmZhIyMjMjAyMy0wMS0yMFQwNjo0OTowNyMjI1ZFUg==

Prima
Un'immagine di scena del Boris Godunov che ha aperto la stagione dell'opera alla Scala Fino ad ora lo streaming degli spettacoli era affidata alla Rai Ora il Piermarini ha una sua struttura con doppia regia e nove telecamere

GLI ALTRI

Video ed extra vincono nei musei mentre i teatri rallentano

Da Brera alla Triennale fino al Duomo, i siti delle grandi istituzioni culturali incrementano la produzione di materiali originali. Costi molto elevati scoraggiano il mondo dello spettacolo

di **Teresa Monestiroli** *e* **Simona Spaventa**

Nei mesi bui della pandemia, quando la vita culturale si era trasferita integralmente online, erano perlopiù degli esperimenti. Timidi, talvolta un po' raffazzonati, ma comunque l'unico modo per mantenere un legame col pubblico. Finita l'emergenza, in molti hanno capito che l'ambiente virtuale aveva potenzialità da esplorare. E quella che sembrava un'attività estemporanea è diventata per tanti parte integrante dell'offerta culturale.

È successo alla Pinacoteca di Brera che a fine 2020 ha lanciato la rivoluzionaria piattaforma "Brera Plus", un museo virtuale che offre agli abbonati – col biglietto del museo si può entrare in Pinacoteca tre volte e accedere per un anno alla piattaforma online – contenuti esclusivi e originali come documentari, concerti, film ed eventi in diretta streaming realizzati apposta per il web. Secondo il direttore James Bradburne, la visita in presenza e il rapporto diretto con l'opera d'arte restano insostituibili, ma non sono più il punto d'arrivo. Al contrario, diventano il punto di partenza di un viaggio potenzialmente infinito di cui una delle tappe potrebbe essere un ritorno del visitatore in quelle stesse sale, per guardare le stesse opere con occhi diversi.

Se Brera ha rivoluzionato il rapporto col pubblico, Triennale pur mantenendo la formula del biglietto d'ingresso ha spinto altrettanto sul digitale, costruendo un ricco palinsesto da fruire da casa, originale e gratuito, che affianca i podcast legati alle mostre – il primo fu lanciato nel 2019 –, una radio live che il mercoledì racconta i temi della settimana attraverso interviste e collegamenti in diretta e un magazine che riflette sui temi chiave della contemporaneità. Un programma che nasce dall'esperienza di Triennale Decamerone – le moderne "novelle" in diretta che hanno tenuto compagnia al pubblico durante la pandemia – dove si trovano perfino videogiochi creati appositamente per le Esposizioni internazionali da scaricare gratuitamente.

▲ **Pomeriggi musicali** C'è grande richiesta per i video dei concerti online

▲ **Pinacoteca** Brera ha lanciato la piattaforma Plus, un vero museo virtuale

Anche la Fabbrica del Duomo, che con la pandemia ha visto crollare gli ingressi, si è buttata sul virtuale lanciando nel 2021 una card che offre contenuti digitali come i tour in 3D del Duomo e i webinar di approfondimento, oltre all'hub "Milan Cathedral Remix" con 500 immagini in alta definizione che svelano le bellezze della cattedrale e alla DuomoTv su Youtube, partita durante il lockdown e ancora accesa, dove vengono trasmessi celebrazioni e concerti.

Un discorso diverso vale per i teatri. Anche se in molti durante il lockdown si sono organizzati per andare in scena in streaming, passata l'emergenza in pochi stanno investendo ancora sul fronte digitale, convinti che l'esperienza dal vivo sia insostituibile e scoraggiati dai costi per realizzare riprese video di qualità. Ci crede ancora il Teatro No'hma, il primo a mobilitarsi allo scattare del blocco, che ancora mette i suoi spettacoli completi in streaming gratuito su Youtube. Tra le ammiraglie, il Piccolo Teatro era stato il primo teatro italiano a creare la propria web tv nel lontano 2009, poi chiusa nel 2021 quando il teatro, in piena pandemia, lanciò il progetto Piccolo Smart, uno spazio virtuale per mantenere il contatto con il pubblico durante la chiusura. In Piccolo Smart, a cui si accede dal sito, ancora oggi si trovano video e audio realizzati appositamente per il web. In particolare, il canale *Oltre la scena* raccoglie approfondimenti intorno agli spettacoli: teaser, trailer, making of, registrazioni degli incontri con il pubblico.

Anche il Parenti nel 2020 si era attivato implementando il suo canale Youtube con le pillole quotidiane di Andrée Ruth Shammah e pubblicando gratuitamente due spettacoli completi, *Fairytale* di Filippo Timi e un monologo di Gene Gnocchi. Oggi, i contenuti extrateatrali si sono concentrati su Radio Parenti, la web radio a cui si accede liberamente registrandosi sulla piattaforma Parentionair.it. Stessa cosa per l'Elfo dove lo streaming era pensato come sostegno al pubblico durante il lockdown, ma mai come un sostituto del teatro dal vivo: durante la chiusura lanciarono su Youtube tre spettacoli online a settimana, gratuiti come i video di approfondimento prodotti ad hoc – le prove di *Moby Dick*, uno speciale su Fassbinder e altro – che sono ancora visibili sul sito del teatro alla sezione Elfologia. Poi la produzione si è fermata.

Sul fronte musicale, i Pomeriggi Musicali hanno una ricca raccolta di video di concerti sul sito. Durante la pandemia, infatti, l'orchestra non si è mai fermata e i live, a porte chiuse, venivano registrati per il web. Il 2022, con la ripresa a pieno regime, ha segnato una pausa dello streaming, ma c'è una grande richiesta dall'estero e le registrazioni potrebbero riprendere dall'autunno.

Il commento

Così si può creare pubblico nuovo puntando subito alla grande qualità

di **Angelo Foletto**

→ *segue dalla prima di Milano*

Come ha fatto l'Associazione nazionale fondazioni lirico-sinfoniche A.N.FO.L.S. Arrivando dopo, forte delle esperienze altrui, la Scala ha il dovere e responsabilità di fare meglio. Per fortuna l'attivismo tv / internettiano delle istituzioni culturali nei mesi di forzata chiusura è servito a fare un po' di chiarezza. Ad esempio, sul rapporto tra pubblico da casa e pubblico in sala che non è di concorrenza. Gli ebook non hanno ucciso i libri di carta. La web tv di un teatro d'opera o festival (il modello virtuoso più vicino è la bergamasca Donizetti OperaTube nata per il festival 2020: 3.000 iscritti, 2.200 abbonati da 41 Paesi) non svuota le platee. A volte, come ha recentemente ribadito Peter Gelb, general manager del Metropolitan che da ottobre è sul web, può creare un pubblico nuovo: spettatori invogliati a conoscere l'opera dal vivo. Certo, molti teatri internazionali partono avendo alle spalle l'esperienza di una struttura tele-produttiva collaudata; che ha consentito di essere da anni nel giro delle «dirette» del circuito L'Opera al cinema – che, coincidenza, riprende la stagione il 15 febbraio con la diretta di *Barbiere di Siviglia* da Londra – mentre la Scala s'è sempre appoggiata a Rai Cultura. Quindi deve in un certo senso partire da zero. Un vantaggio con le persone giuste: l'autore e regista Mario Acampa è una bella mossa.

Ma proprio per il suo nome, la Scala non può accontentarsi di mettere a profitto la portabilità web degli spettacoli passati e futuri (anche se l'edizione dei *Vespri siciliani*, abbondantemente potata e in italiano, non è il miglior biglietto da visita) scendendo in gara con le numerose piattaforme web che propongono musica e balletto. Se vuole ritagliarsi subito lo spazio che la sua storia pretende deve lavorare su palinsesto e contenuti in modo da creare un suo pubblico. Migliorando la domanda degli utenti. Puntando sulla qualità tecnica, le riprese audio anzitutto elemento paradossalmente debole della Rai, su cui oggi non è possibile essere in coda. Sulla progettazione artistica oltre che sulla confezione: l'occhio dell'utente è molto esigente, come dimostra la manifattura ineccepibile delle serie televisive. Senza dimenticare che davanti allo schermo di casa l'appassionato non può fischiare ma cambiare canale in fretta se il prodotto non corrisponde alle promesse e al marchio.

VkVSIyMjMjM0Nml3YzQtNmFkMS00ZWM1LTlkNzctOThmMWE3NjRhNmQ2IyMjNDEwMzZlNDktNjJmYi00MjJmLTliNmEtOTk1MDEwNzZiYmZhIyMjMjAyMy0wMS0yMFQwNjo0OTowNyMjI1ZFUg==