

Les vidéoclips opératiques en temps de pandémie. Le cas du Teatro Colón à Buenos Aires

Luciana Colombo

Volume 11, Number 2, December 2024

Musique et intermédialité dans le cyberspace. *Popular music, live streaming, opéra*

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1116731ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1116731ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Observatoire interdisciplinaire de création et recherche en musique (OICRM)

ISSN

2368-7061 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Colombo, L. (2024). Les vidéoclips opératiques en temps de pandémie. Le cas du Teatro Colón à Buenos Aires. *Revue musicale OICRM*, 11(2), 109–143. <https://doi.org/10.7202/1116731ar>

Article abstract

This research is devoted to the analysis, from an aesthetic perspective, of a type of mechanism that emerged during the COVID-19 pandemic: “operatic video clips”. Their emergence was the result both of institutional strategies and of individual artists’ initiatives, aimed at making artistic practice possible during confinement. We will begin by analyzing this phenomenon from a global perspective, and then focus on a project carried out by the Instituto Superior de Arte del Teatro Colón (ISATC): *Casas de Ópera* (“Opera Houses”). Our aim is to show how, in the context of the pandemic, the video clip established itself as a means of renewing and disseminating the operatic genre, as well as transmitting social messages adapted to the situation. Based on our case study, we intend to demonstrate how these mechanisms emerged as a result of the context’s specific material and socio-cultural circumstances, as well as the socio-political implications to which they were subjected.

Les vidéoclips opératiques en temps de pandémie. Le cas du Teatro Colón à Buenos Aires

Luciana Colombo

Résumé

Cette recherche est consacrée à l'analyse, d'un point de vue esthétique, d'un type de dispositif qui a émergé pendant la période de la pandémie de COVID-19, les « vidéoclips opératiques ». Ceux-ci sont apparus tant comme le résultat de stratégies institutionnelles que d'initiatives d'artistes individuels, visant à rendre possible la pratique artistique pendant le confinement. Nous commencerons par analyser ce phénomène dans une perspective globale, puis nous nous concentrerons sur un projet réalisé par l'Instituto Superior de Arte del Teatro Colón (ISATC) : *CasasdeÓpera* (« Maisons d'opéra »). Nous entendons montrer comment le vidéoclip s'est imposé dans le contexte pandémique comme un moyen de rénovation et de diffusion du genre opératique, ainsi que de transmission de messages sociaux adaptés à la conjoncture. À partir de notre cas d'étude, nous souhaitons exposer l'émergence de ces dispositifs comme résultat des circonstances matérielles et socioculturelles spécifiques au contexte, mais aussi les implications sociopolitiques auxquelles ces dispositifs ont été soumis.

Mots-clés : Casas de ópera ; COVID-19 ; opéra et technologie numérique ; Teatro Colón de Buenos Aires ; vidéoclip.

Abstract

This research is devoted to the analysis, from an aesthetic perspective, of a type of mechanism that emerged during the COVID-19 pandemic: "operatic video clips". Their emergence was the result both of institutional strategies and of individual artists' initiatives, aimed at making artistic practice possible during confinement. We will begin by analyzing this phenomenon from a global perspective, and then focus on a project carried out by the Instituto Superior de Arte del Teatro Colón (ISATC): *CasasdeÓpera* ("Opera Houses"). Our aim is to show how, in the context of the pandemic, the video clip established itself as a means of renewing and disseminating the operatic genre, as well as transmitting social messages adapted to the situation. Based on our case study, we intend to demonstrate how these mechanisms emerged as a result of the context's specific material and socio-cultural circumstances, as well as the socio-political implications to which they were subjected.

Keywords: Casas de ópera; video clip; COVID-19 pandemic; opera and digital technology; Teatro Colón de Buenos Aires.

Cette recherche est consacrée à l'analyse, d'un point de vue esthétique, d'un type de dispositif qui a émergé pendant la période de la pandémie de COVID-19, les « vidéoclips opératiques ». Nous faisons référence à un type d'œuvre audiovisuelle, d'une durée relativement brève, dans laquelle s'opère une association entre une aria (ou un duo) du répertoire lyrique et des images qui, lui étant subordonnées, cherchent à l'illustrer¹. Ces dispositifs ont connu un essor dans la période pandémique tant comme le résultat de stratégies institutionnelles, visant à rendre possible la programmation et la diffusion de ce genre pendant le confinement, que d'initiatives individuelles d'artistes (chanteur·euses, metteur·euses en scène) qui semblaient trouver dans ce format un moyen de canaliser l'angoisse et de garder le contact avec leur public (en envoyant des messages encourageants ou humoristiques) dans une période qui s'avérait hostile à une échelle planétaire. Nous commencerons par analyser ce phénomène dans une perspective globale, puis nous nous concentrerons sur un projet réalisé par des enseignant·es et des étudiant·es de l'Instituto Superior de Arte del Teatro Colón (ISATC). *CasasdeÓpera* (« Maisons d'opéra »), nom donné à ce projet qui s'est déroulé de juillet à novembre 2020, consistait en une série de sept vidéoclips basés sur des œuvres lyriques célèbres (arias et chansons), entièrement conçus dans la sphère domestique et diffusés à la fois sur le site Web du théâtre et sur sa chaîne YouTube officielle. L'intérêt porté à l'analyse de ce projet découle de la créativité déployée pour sa production (face aux restrictions extrêmes et au manque de ressources matérielles) ainsi que par les traits esthétiques singuliers qui en découlent². D'un point de vue général, nous entendons montrer comment le vidéoclip s'est imposé dans le contexte pandémique comme un moyen de rénovation et de diffusion du genre lyrique, ainsi que de transmission de messages sociaux adaptés au contexte. À partir de notre étude de cas, nous entendons démontrer l'émergence de ces dispositifs comme résultat des circonstances matérielles et socioculturelles spécifiques du contexte, en nous intéressant également aux implications sociopolitiques (d'acceptation/rejet) auxquelles ils ont été soumis.

Dans le présent article, la recherche sera développée en trois sections : la première examine les conséquences de la pandémie dans le domaine de la culture d'un point de vue général et décrit les principales stratégies mises en œuvre par les maisons d'opéra du monde entier pour continuer à produire du contenu dans ce contexte. La seconde présente deux exemples concrets de vidéoclips opératiques créés dans le contexte pandémique par des artistes individuels, soit les chanteurs Daniel Emmet et Ryan McKinny. Ces deux créations mettent en scène l'expérience de la vie pendant le confinement en parodiant des arias d'opéra célèbres et ont connu un grand succès sur la plateforme YouTube depuis leur diffusion sur les chaînes personnelles des

1 Pour une définition plus approfondie et un historique du vidéoclip, voir Laurent Jullier et Julien Péquignot (2013), Antoine Gaudin (2015, 2018), Carol Vernallis (2004, 2013, 2018), Marc Kaiser et Michaël Spanu (2018) et Arnold Gina, Daniel Cookney, Kirsty Fairclough et Michael Goddard (2017).

2 De nombreux articles de presse ont traité ce projet et servi d'inspiration à cet article. Voir « CasasdeÓpera: la innovadora idea de artistas del Colón que llevan la lírica al formato del videoclip » (*Clarín Espectáculos* 2020), *Infobae* (2020), Natalio Cosoy (2020), Santiago Giordano (2020), Maximiliano Sardi (2020), Margarita Zelaryan (2020).

chanteurs. La troisième section se penche sur le projet *Casas de Ópera* du Teatro Colón, en analysant les techniques et le matériel utilisés dans le processus de création³, la relation sémantique du projet avec la conjoncture sociale et sa particularité esthétique. Une dernière partie analyse la réception du projet, à travers les commentaires laissés par les *viewers* (dont beaucoup font partie du public assidu de la programmation du Teatro Colón) sur la plateforme YouTube, les entretiens avec la directrice du projet Mariana Ciolfi⁴ et avec María Victoria Alcaraz, alors directrice du théâtre. Ces commentaires permettent de constater le tissage d'attentes et d'intérêts croisés à l'égard de cette initiative, entre les différents acteurs culturels qui y sont directement ou indirectement impliqués.

Notre sujet d'étude s'inscrit dans la lignée des nombreuses recherches menées ces trois dernières années pour analyser les modifications des pratiques artistiques et des habitudes d'écoute induites par l'apparition de la COVID-19 (Agamennone, Palma, et Sarno 2022 ; Hansen, Wald-Fuhrmann, et Davidson 2022 ; Fink *et al.* 2021 ; Cabedo-Mas, Arriaga-Sanz, et Moliner-Miravet 2021 ; Datta 2020). Les dispositifs que nous analyserons, qui sont évidemment identifiables comme des cas de « *coronamusic* » (Hansen *et al.* 2021⁵), pourraient alors être inclus dans la *Crowd-Sourced Database of Coronamusic*⁶. Comme l'observent Hansen *et al.*, les restrictions qui ont accompagné la pandémie ont entraîné la transposition de la vie musicale dans le monde numérique. Ainsi, les sites Web et les réseaux sociaux – tels que YouTube, Facebook, Twitter et TikTok – ont pris une place prépondérante dans les activités récréatives des confinés. Si les recherches susmentionnées sont consacrées au large éventail de produits culturels (audiovisuels) apparus dans le contexte pandémique (en se concentrant sur les processus de production, d'interprétation et de médiation), rares sont celles qui analysent les effets ou les processus créatifs directs de ce contexte sur le panorama de la création opératique. Dans cette voie, en revanche, on trouve des recherches comme celle de Timothée Picard (2022), qui analyse les effets de la pandémie et les stratégies mises en œuvre par les plus importantes maisons d'opéra d'Occident (en se concentrant principalement sur la scène française) pour se réinventer face à la fermeture de leurs bâtiments. Si cet article reconnaît que le contexte pandémique « amplifie le tournant numérique des

3 Cette analyse se base sur le visionnage des sept vidéos produites et mises en ligne sur la chaîne YouTube du Teatro Colón (voir liens *infra*), ainsi que sur un [documentaire](#) dédié au projet produit par la même institution et mis en ligne sur la même plateforme le 13 juillet 2020. Ce documentaire comprend des explications et des images du processus de création et des témoignages des artistes et des travailleurs du théâtre (conception digitale, costumes, éclairage).

4 Metteuse en scène, diplômée de l'Instituto Superior de Arte del Teatro Colón, diplômée de la Universidad de San Martín et du parcours d'art dramatique de l'Escuela de Teatro de Buenos Aires.

5 Il est à noter qu'il s'agirait des premières productions réalisées en Argentine à être incluses dans cette banque de données, rejoignant ainsi les exemples très peu référencés de « *coronamusic* » d'origine latino-américaine. Nous n'avons trouvé que quelques références à des vidéos réalisées à Porto Rico, au Brésil, en Colombie, au Costa Rica, au Mexique et en République dominicaine.

6 Il s'agit d'un corpus de liens vers des vidéos et des reportages sur les dynamiques musicales sous-jacentes à la pandémie, qui font explicitement ou implicitement référence aux nouvelles circonstances de la vie à ce moment-là (Hansen *et al.* 2021).

maisons d'opéra⁷ », il ne s'étend pas sur les particularités poétiques et esthétiques de ces stratégies. D'autres travaux importants à considérer à cet égard sont ceux de Sakhiseni Joseph Yende (2022) ainsi que de Nicola Bellini et Marina Raglianti (2023), qui, situés respectivement en Afrique du Sud et en Italie, analysent les capacités de transformation numérique de l'opéra dans ces pays pendant la crise épidémique. Cependant, le format du vidéoclip en tant que stratégie de production et de diffusion de l'opéra dans ce contexte ne constitue pas l'objet d'étude de ces travaux.

Il faut cependant préciser que les « vidéoclips opératiques » précèdent largement le contexte du confinement. Leur évolution doit être comprise comme le dernier maillon d'un long processus qui s'est développé depuis le début du XX^e siècle et qui est au cœur de nombreux travaux musicologiques et issus des études culturelles et philosophiques, tels que ceux réalisés par Nicolò Palazzetti (2021a ; 2021b ; 2021c ; 2022), Michel Veilleux (2003), Christopher Morris (2010), Emanuele Senici (2010 ; 2019) ou encore João Pedro Cachopo (2014 ; 2018). Le processus en question relève de la relation entre l'opéra et la technologie numérique, « une relation qui se base sur une imbrication des phénomènes médiatiques, des technologies d'enregistrement et des technologies de communication⁸ » (Palazzetti 2021b, p. 155). Bien que tous ces travaux soient fondamentaux pour comprendre cette évolution, nous n'avons pas encore eu connaissance d'une recherche qui étudie l'impact et le potentiel du vidéoclip (avec ses particularités esthétiques⁹), depuis les trois dernières décennies, dans le domaine de la création opératique ; cet aspect mériterait de faire l'objet d'un article à part entière¹⁰. L'essor de ce type de dispositif dans le contexte pandémique, illustré par le projet mené par l'ISATC, a été le moteur de ce travail. Nous espérons que cette recherche ouvrira la voie à d'autres études qui généreront davantage de connaissances qu'elle ne peut en contenir.

PARTICULARITÉS DU CONTEXTE PANDÉMIQUE ET STRATÉGIES DE SURVIE DES MAISONS D'OPÉRA

Maintenant que la pandémie semble révolue, on pourrait affirmer de façon consensuelle que l'art a été un palliatif fondamental face à l'incertitude et au stress générés par la propagation de la COVID-19 et le confinement. Qui n'a pas un ami ou un membre de sa famille qui s'est aventuré à jouer d'un instrument, à peindre ou à

7 Picard fait référence aux articles de Benjamin Goron, Daniel Turp et Guy Saez, parus dans le même ouvrage. Voir Goron, Turp, et Saez 2022 ; Goron et Turp 2022.

8 « *Ho dunque tracciato alcune coordinate e punti di riferimento per analizzare la storia culturale del rapporto fra opera e cultura digitale, rapporto che si basa su un intreccio di fenomeni mediatici, tecnologie di registrazione e comunicazione, divismo e persino fanatismo.* » Toutes les traductions de cet article sont les nôtres.

9 Antoine Gaudin propose deux définitions complémentaires du vidéoclip, « comme format médiatique et culturel, et comme principe de création musico-visuel », qui renvoient respectivement à deux « séries culturelles » distinctes (la « visualisation de la performance musicale » et « la musique comme source du mouvement des images »). Il se réfère ensuite à « l'expérience esthétique particulière qu'il propose à ses audio-spectateurs : celle d'une association spécifique entre musique et images, inscrite au cœur de divers agencements médiatiques contemporains » (Gaudin 2015, p. 167).

10 L'autrice prépare actuellement un article consacré à l'histoire du vidéoclip opératique. À paraître.

écrire pendant cette période ? Qui n'a pas fait la découverte, par le biais des réseaux sociaux, d'un nouvel interprète ou d'un nouveau genre artistique ? L'art a été l'allié de cette phase d'introspection que fut le confinement pour beaucoup d'entre nous, et qui est née d'une décision politique prise quasiment à l'échelle mondiale : « rester chez soi » (Fink *et al.* 2021, p. 1). Dans le domaine de la culture, cette directive est allée de pair avec la fermeture des cinémas, des théâtres, des musées et la suspension des concerts. Les politiques de fermeture des espaces publics ont obligé à déplacer l'espace de consommation culturelle dans le contexte domestique, ce qui a eu pour effet l'augmentation de la création de contenus à partir de technologies numériques et leur migration vers le Web¹¹. Ce processus a conduit à la favorisation de certaines pratiques par rapport à d'autres, ainsi qu'à la reconfiguration de certaines de celles-ci, en fonction du nouveau mode de vie imposé par la conjoncture. Autrement dit, le contexte de la pandémie a modifié notre rapport aux biens culturels (Jonchery et Lombardo 2020, par. 2¹²). En ce qui concerne le domaine musical lui-même, de nombreuses études montrent comment, pendant le confinement, la consommation de musique a migré des plateformes audio vers les plateformes vidéo (Carlson *et al.* 2021 ; Sim *et al.* 2020), YouTube étant la plus populaire à cet égard.

Les institutions culturelles et les artistes indépendants ont quant à eux tenté d'accroître ou même de créer une offre de contenu en ligne, et ce, par l'intermédiaire de leurs sites Web et des réseaux sociaux. Si, dans le cas de certaines institutions subventionnées par l'État ou financées par le secteur privé, la génération de contenu Web s'est imposée comme une nécessité pour justifier la poursuite des activités pendant la saison 2020-2021, dans le cas des artistes indépendants, il s'agissait surtout d'une stratégie pour rester actifs et créatifs, dans un contexte qui s'avérait « très violent d'un point de vue professionnel et existentiel », comme souligné par le sociologue Mathieu Grégoire (cité dans Merckx 2020, par. 5).

Les maisons d'opéra font partie de ces institutions qui, pour rester actives, ont dû être créatives dans la distribution de contenus culturels en temps de pandémie. À cet égard, Nicolò Palazzetti met en évidence certaines des stratégies mises en œuvre par certaines des plus importantes maisons d'opéra du monde :

L'Opéra de Paris a mis en ligne l'enregistrement d'un spectacle ou d'un concert tous les lundis soirs (*#loperachezsoi*) ; le Met de New York a mis gratuitement à disposition un titre différent de ses très riches archives *Live in HD* tous les soirs en *streaming* pendant 23 heures (l'initiative s'appelle *Nightly Met Opera Streams*) ; grâce à la collaboration avec Rai5 et la plateforme www.raiplay.it, le Teatro alla Scala a proposé un service encore plus ambitieux (six opéras par semaine à la

11 D'après Luca Befera, « *the emergence of the pandemic dramatically changed living conditions, implying isolation and an ever-growing need for human interaction. Digital communication consequently thrived, leading to the hegemony of computer mediation and the redefinition of relationships in everyday life* » (Befera 2022, p. 181).

12 Bien que le travail de Jonchery et Lombardo soit contextualisé dans la société française, ses observations nous semblent pertinentes pour d'autres contextes sociaux, car il fait référence à des mesures qui ont été appliquées à l'échelle mondiale.

télévision et un par jour sur le Web, chacun étant disponible pendant un mois¹³). (Palazzetti 2021b, p. 156)

Évidemment, la mise en ligne d'enregistrements issus de leurs archives a été l'une des principales ressources utilisées par ces institutions. C'est ce que constate également Timothée Picard :

Dès le début du confinement, la plupart des institutions lyriques systématisent l'accès gratuit à leur catalogue de captations en ligne, pour une durée plus ou moins limitée, avec de réels succès d'audiences et l'espoir qu'un nouveau public viendra remplir les salles une fois celles-ci rouvertes. (Picard 2022, p. 1338)

Si cette stratégie a été l'une des plus importantes, elle n'a pas été la seule ; il faut aussi prendre en compte la prolifération des vidéos collectives, qui sont nées du montage de vidéos individuelles que les artistes réalisaient depuis leur domicile. L'Opéra de Rome a été pionnier sur ce plan en lançant le 23 mars 2020 la vidéo « [#iorestoacasa, il video dei ballerini del Teatro dell'Opera di Roma](#) », montrant une version « domestique » de l'entraînement des danseurs sur la musique du *Beau Danube bleu* de Johann Strauss. Cette initiative a été immédiatement suivie par l'Opéra de Paris qui, les 14, 15 et 16 avril, a lancé « [“Dire merci” – Message de soutien de l'Orchestre, les Chœurs et le Ballet de l'Opéra national de Paris](#) » (figure 1¹⁴). Ces initiatives ont été rejointes par de nombreuses autres maisons d'opéra, qui ont commencé à réaliser des vidéos similaires¹⁵. En France, l'Opéra de Nice a été particulièrement actif à cet égard, en mettant en ligne sur sa [chaîne YouTube](#) une vidéo différente chaque jour du confinement, avec la mention suivante :

Amis Artistes, Chanteurs, Musiciens, Danseurs, Techniciens, Élèves,... du Spectacle en confinement, envoyez-nous vos capsules artistiques de 1 minute à 3 minutes en vidéos avec votre descriptif, votre nom, fonction au sein de la [grande] Famille du [Spectacle] à l'adresse suivante Opera.Nice.Restezchezvous@gmail.com[. Nous] les diffuserons sur nos chaînes [Web et] réseaux sociaux avec votre descriptif afin de renforcer les liens qui nous unissent et rompre ainsi avec ce moment d'isolement.

55 vidéos ont été mises en ligne par cette institution au cours de la période allant du 29 mars au 10 mai 2020, la plupart d'entre elles étant conformes à ce format de montage vidéo réalisé dans la sphère domestique.

13 « L'Opéra de Paris *rendeva fruibile online la registrazione di uno spettacolo o un concerto ogni lunedì sera (#loperachezsoi); il Met di New York rendeva accessibile ogni sera gratuitamente in streaming per 23 ore un titolo diverso proveniente dal ricchissimo archivio dei suoi Live in HD (l'iniziativa si chiama Nightly Met Opera Streams); attraverso la collaborazione con Rai5 e con la piattaforma www.raiplay.it, il Teatro alla Scala offriva un servizio ancora più ambizioso (sei opere a settimana in televisione e una al giorno in rete, disponibile ognuna per un mese).* »

14 Image courtoisie de ©Opéra de Paris.

15 Voir Datta 2020 et Daffern, Balmer et Brereton 2021. Bien que ces recherches dépassent le cadre des maisons d'opéra auxquelles nous nous référons dans cette section, elles présentent des informations fondamentales sur les pratiques des chœurs virtuels en période de pandémie.



Figure 1 : « “Dire merci” – Message de soutien de l’Orchestre, les Chœurs et le Ballet de l’Opéra national de Paris » (14 avril 2020).

À propos de cette pratique, la journaliste Ingrid Merckx souligne :

Si une forme s’est imposée pendant le confinement et restera peut-être comme l’un des emblèmes de cette étrange période, c’est celle de la vidéo participative où l’écran se découpe en vignettes, *split screen*, montrant des artistes en train de s’enregistrer à domicile. [...]

Les symphonies confinées ont inondé les réseaux sociaux. Avec plus ou moins d’impact et de qualités artistiques. Certaines se distinguant par l’humour, le côté artisanal assumé, qui marque aussi l’esthétique du bricolage vidéo en ligne. (Merckx 2020, par. 7 et 15)

Pour en revenir exclusivement au domaine opératique, si le contexte pandémique semble avoir surtout privilégié la diffusion d’enregistrements préexistants, c’est évidemment en raison de l’impossibilité de réunir le nombre d’artistes et de techniciens impliqués dans une production opératique, aussi réduit soit-il. De plus, il faut considérer que, par nature, le chant représentait l’une des pratiques musicales les plus risquées en période de pandémie. Il existe cependant des exemples de productions collectives adaptées au contexte pandémique, comme celui de l’Opéra San Jose de Californie qui a décidé, malgré les circonstances, de se lancer dans la production et l’enregistrement d’un opéra de chambre, soit *Three Decembers*, du compositeur Jake Heggie et du librettiste Gene Scheer. Afin de mener à bien ce projet, la directrice de l’opéra, Khori Dastoor, a fait créer un studio ultramoderne en utilisant une partie des installations du bâtiment. C’est ainsi que la pianiste et professeure Lois Svard décrit les coulisses de ce projet :

Producing an opera in the middle of a pandemic, even with no audience, is a monumental task. The cast was willing to go to great personal lengths to be able to participate in this production. They quarantined for two weeks prior to rehearsals and then lived together as a family or pod throughout rehearsal and filming. Everyone was tested frequently several times a week, temperatures taken every day, and everyone was aware that if one person became ill with the virus, the entire production would shut down. The conductor and the two pianists were all behind plexiglass screens. The crew wore personal protective equipment, the filming area in the Fred Heiman Digital Media Studio was disinfected every day, and there was

even a dedicated safety officer (who did double duty as a dresser) to ensure that safety protocols were followed. (Svard 2020)

Une autre stratégie adoptée par les maisons d'opéra pendant la pandémie a consisté à diffuser en *streaming* la performance des chanteurs, en partageant l'espace physique avec les pianistes ou en interagissant avec eux à distance. Un exemple en est le « [At-Home Gala](#) » du Metropolitan Opera de New York, qui a eu lieu le 25 avril 2020 (figure 2¹⁶). Cet événement virtuel a rassemblé plus de 40 des meilleurs artistes d'opéra, qui se sont produits depuis leur domicile dans 14 pays différents. Parmi les participants à cet événement virtuel, on trouve notamment Jamie Barton, Lisette Oropesa, Roberto Alagna, Aleksandra Kurzak et Renée Fleming.



Figure 2 : Écran d'accueil du « At-Home Gala » du Metropolitan Opera de New York.

D'autres vidéos de « galas d'opéra virtuels », produites par d'autres maisons d'opéra, ont également commencé à apparaître sur des sites Web et des réseaux sociaux. Du 6 au 15 juillet 2020, le Festival d'Aix-en-Provence présente sa « Scène numérique » en diffusant chaque jour sur son site Internet un récital ou un concert de la saison (Anastasio 2020). Timothée Picard constate que pendant la période de confinement, les maisons d'opéra et les festivals « rivalisent d'inventivité », et rend compte de quelques-unes des opérations les plus originales menées par certaines institutions françaises :

L'Opéra de Lorraine lance ainsi la série « Continuez », invitant une dizaine d'artistes prometteurs à improviser sur le vif une libre rêverie cinématographique autour du confinement et de la fin de saison annulée. L'Opéra-Comique propose un « karaoké de confinement » tandis que l'Opéra de Rennes prodigue les conseils d'un *coach* vocal et celui de Dijon fait susurrer des berceuses par téléphone. (Picard 2022, p. 1339)

De toute évidence, les stratégies mises en œuvre par les maisons d'opéra du monde entier pour maintenir leurs activités ont été nombreuses et diverses¹⁷. Dans cette

16 Image courtoisie du Metropolitan Opera.

17 Un autre exemple est celui du Finnish National Opera and Ballet (Finlande), qui, le 16 octobre 2020, a présenté le spectacle *Covid fan tutte*. Il évoquait « de manière satirique l'opéra classique de Mozart en adaptant son scénario pour refléter l'expérience de la Finlande pendant la crise du coronavirus ». Dirigée

section, nous n'avons pu retracer que quelques exemples qui, selon nous, illustrent les principales tendances. Cependant, les cas présentés dans cette section ne sont pas les seuls types de vidéos qui ont proliféré en relation avec l'univers opératique en période de confinement. En effet, on a aussi assisté à la création de vidéoclips sur des arias d'opéra, des duos, ou des mélodies célèbres. Cependant, cette tendance semble avoir été davantage menée à l'initiative d'artistes indépendants que de maisons d'opéra (dont certaines auraient par la suite accueilli ces propositions). C'est à ce type de dispositif que nous ferons référence dans la suite de cet article.

« NESSUN DORMA...ALLA CORONA ». QUELQUES EXEMPLES DE VIDÉOCLIPS OPÉRATIQUES EN TEMPS DE PANDÉMIE

La création artistique dans le contexte domestique a été l'une des principales ressources (voire l'unique) que les professionnels de l'opéra ont trouvées pour rester actifs pendant le confinement. Malgré les difficultés, cette activité a permis de faire face à deux aspects qui s'avèrent fondamentaux pour tout artiste : rester en forme, maintenir sa pratique (en ce qui concerne par exemple l'exécution instrumentale ou vocale) et continuer à développer et à partager sa créativité. Les réseaux sociaux, par ailleurs, ont fonctionné dans ce contexte comme la seule vitrine où les artistes pouvaient valoriser leurs compétences au moment présent. C'était l'unique moyen de communiquer aux amateurs d'opéra, ainsi qu'au reste des travailleurs du secteur (collègues, *managers*, directeurs artistiques, etc.), qu'ils étaient actifs et performants. Si la créativité était la meilleure réponse que certains artistes ont pu donner à l'angoisse professionnelle et existentielle provoquée par la situation, le vidéoclip s'est avéré être l'un des formats privilégiés pour l'exprimer¹⁸. Il s'agira ici de présenter deux exemples particulièrement originaux, conçus par des artistes indépendants.

Le premier concerne une vidéo du *crossover*-ténor Daniel Emmet¹⁹, qui a été mise en ligne le 21 avril 2020 sur sa chaîne YouTube. Intitulée « [Nessun Dorma...alla Corona](#) », cette œuvre reprend, comme son nom le laisse supposer, la structure musicale de la célèbre aria de *Turandot* (1926) de Giacomo Puccini. La vidéo commence avec le chanteur assis sur le canapé de sa maison et recouvert d'une épaisse couette. Il semble souffrir des symptômes de l'infection par la COVID-19, et se montre donc faible et fatigué. Après quarante secondes, qui coïncident dans l'aria avec l'apparition du chœur, l'écran se divise en neuf cadres (*split screen*), dans lesquelles on peut voir le même Daniel Emmet habillé de différentes manières, en représentation du peuple. L'image du centre le montre portant une casquette avec l'inscription « FUCOVID » (« FU » : acronyme utilisé comme substitut censuré de « *Fuck you* »). Les paroles, créées par le ténor lui-même, remplacent celles de l'aria originale, comme

par Esa-Pekka Salonen, et sur un livret adapté au « temps de COVID » de Minna Lindgren, l'œuvre a été diffusée en *streaming* et maintenue pendant six mois sur le site [operavision.eu](#) (*Opera Vision* 2024).

18 Voir *infra*.

19 Il a été l'un des dix finalistes de l'émission *America's Got Talent* de NBC. Il se caractérise par son éclectisme vocal, pouvant interpréter aussi bien certains tubes du répertoire lyrique que de la musique populaire.

on peut le lire dans la figure 3. Sur un ton humoristique, elles exposent le problème de la maladie, du confinement et adressent un message d'espoir à la communauté :

No, Corona! No, Corona! The days are getting longer, My cabin fever – stronger! All due to bat spit! On my couch, now, I must sit...in my pajamas!	Nessun dorma! Nessun dorma! Tu pure, o, principessa Nella tua fredda stanza Guardi le stelle Che tremano d'amore E di speranza
But when the quarantine is done, when we can gather all again, as one...we'll celebrate the things We took for granted, all over the planet, and will rise again!	Ma il mio mistero è chiuso in me Il nome mio nessun saprà! No, no, sulla tua bocca lo dirò Quando la luce splenderà!
Vinceremo!	Ed il mio bacio scioglierà il silenzio Che ti fa mia!
Year 2020 has been tough, We're holding out our hopes for 2021! Get lost, Corona!	(Il nome suo nessun saprà! E noi dovrem, ahimè, morir!) Dilegua, o notte! Tramontate, stelle! Tramontate, stelle! All'alba vincerò! Vincerò, vincerò!

Figure 3 : Paroles modifiées de « Nessun Dorma », par Daniel Emmet.

Les caractéristiques de cette chanson correspondent à ce que Mélanie Wald-Fuhrmann identifie comme des « chansons parodiques avec des thèmes relatifs à la COVID-19 ». Dans sa typologie de la *Database of Coronamusic* (Hansen *et al.* 2021), Wald-Fuhrmann la présente comme l'une des trois principales formes de création de répertoire qui, dans ce contexte, ont été créées et publiées sur des plateformes numériques. En ce qui concerne les thèmes abordés dans ce répertoire, elle explique :

There are songs that mainly refer to the SARS-CoV-2 virus, the COVID-19 disease, its transmission, and effective safety measures [...], either in a primarily informative and exhortative way, in a personal and emotional way, or ironically. The majority of songs, however, center on first-person experiences of living during the pandemic and under lockdown. Stockpiling and the shortage of goods; being stuck at home, either alone and bored, or annoyed by one's family members; and issues of childcare, homeschooling, and working remotely were the most frequently represented topics. Another group of songs resembles the balcony singing and virtual choirs' repertoires: they are primarily meant as a collective encouragement. Thoughts about death and survival are also present, as are the individual, societal, and political conflicts

that accompanied the pandemic, understanding it, and the fight against it. The types differ, however, in their concrete attitudes towards these topics, particularly in terms of the most prominent emotions represented, and whether or not humor, irony, and even sarcasm play a role. (Wald-Fuhrmann 2022, p. 229)

L'analyse de la réception de la vidéo de Daniel Emmet témoigne des effets émotionnels positifs de la « coronamusic » abordés dans les recherches de Melanie Wald-Fuhrmann (2022) et de Lauren K. Fink *et al.* (2021) : au moment d'écrire cet article (en septembre 2023), cette vidéo a été visionnée plus de 800 000 fois et a reçu 7 800 mentions « J'aime ». Les plus de 600 commentaires font tous l'éloge non seulement du talent d'Emmet en tant que chanteur, mais aussi de sa créativité et de son sens de l'humour : « *This is brilliant, thank you Daniel. You are not only a powerful and moving singer, you have a sense of humor and knack for entertainment that astounds me* » (2021²⁰) ; « *An awesome voice and great creativity!* » (2021). À travers les commentaires laissés par les *viewers* sur la plateforme YouTube, « *Nessun Dorma...alla Corona* » illustre comment la musique est devenue un régulateur d'humeur et une forme de consolation face à l'angoisse et à l'incertitude : « *I listen to this twice a day to help me stay sane with all these airports opening and closing constantly!!!! Thank you Daniel....* » (2021) ; « *Thank you for making this pandemic a little more bearable* » (2021).

Le deuxième exemple que nous allons évoquer est celui de « [Das Rheingold: Coronadämmerung](#) » (littéralement, « L'Or du Rhin : Le Crépuscule de Corona »), qui a été mise en ligne le 30 mars 2020 sur la chaîne YouTube du baryton-basse Ryan McKinny²¹. La vidéo est une parodie du duo « Wotan, Gemahl! Erwache! », qui met en scène les personnages de Wotan et Fricka dans *Das Rheingold* (1869) de Richard Wagner. Dans cette version pandémique, le couple discute par appel vidéo, en utilisant la plateforme FaceTime. La femme vient de se réveiller et, tout en se brossant les dents (on voit le dentifrice Colgate au premier plan), elle passe un appel vidéo à son mari. Wotan est encore endormi lorsque son téléphone commence à sonner, et il se réveille progressivement au cours des premières secondes de l'aria. Sur sa table de nuit, on peut voir des portions de pizza à moitié mangées et plusieurs canettes vides de la bière Miller Lite. Plus tard, Wotan se sert son petit-déjeuner avec un *shot* de vodka Grey Goose. Le célèbre château, nœud dramatique du duo, est représenté par un manoir évalué à 27 millions de dollars que Wotan trouve sur le site Web de la société immobilière américaine Zillow. La vidéo se termine sur Wotan regardant une série sur Netflix, assis sur son canapé, pleurant et finissant une tranche de pizza.

Certes, ce cas fait également partie des « chansons parodiques avec des thèmes relatifs à la COVID-19 » identifiées par Mélanie Wald-Fuhrmann. Cependant, contrai-

20 L'identité (alias) des *viewers* a été préservée.

21 Il s'agit d'un renommé chanteur d'opéra d'origine états-unienne. Il a notamment interprété les rôles de Leporello et Don Giovanni (*Don Giovanni*), Amfortas (*Parsifal*), Escaramillo (*Carmen*), etc. Il a chanté au Metropolitan Opera House, au Washington National Opera, au Lyric Opera of Chicago, au Houston Grand Opera, entre autres. Comme il est mentionné sur son site Web : « *He has partnered with artists like John Holiday, J'Nai Bridges, Russell Thomas, and Julia Bullock to create stunning films for Dallas Opera, Houston Grand Opera, Lyric Opera of Chicago, On Site Opera, and the Glimmerglass Festival.* » Voir McKinny 2022.

rement au cas précédent, il ne s'agit pas d'un cas de chanson sur timbre (les paroles originales du duo sont respectées dans leur intégralité), mais d'une adaptation humoristique médiatisée par une mise en scène absolument adaptée au contexte. Dans « Das Rheingold: Coronadämmerung », l'isolement et les stratégies de distraction dans l'angoissant (et solitaire) contexte domestique encadrent le célèbre duo wagnérien. La forme de production et de diffusion de cette œuvre coïncide également avec la pratique des parodies de COVID-19, relevée par Wald-Fuhrman, selon laquelle la forme la plus courante a consisté en une production dans laquelle il s'agissait d'interpréter une chanson célèbre (adaptée ou non sur le plan poétique ou musical), de l'enregistrer, de l'éditer et de la mettre en ligne sur une chaîne individuelle. La vidéo finale était alors accompagnée sur la plateforme de diffusion d'un texte informatif sur les artistes en question ou sur le contexte de création (Wald-Fuhrmann 2022, p. 231). La description sur la page YouTube de la vidéo de Ryan McKinny illustre cette démarche en mentionnant les artistes qui y ont participé, et en encourageant les spectateurs à faire un don aux artistes qui souffrent de difficultés économiques dans le contexte de la pandémie : « *Go to artistrelieftree.com and agmarelief.org to give what you can for artists in need due to the COVID-19 outbreak. Thank you to our partner operaforpeace.org. » Cette description contient également le mot-clic #KeeptheMusicGoing, qui a été largement utilisé dans le contexte de la pandémie. En cliquant dessus, les spectateurs sont automatiquement dirigés vers les centaines de vidéos YouTube qui y font référence (en plaçant en tête celles, nombreuses, qui ont été créées par Ryan McKinny) ; 854 vidéos provenant de 84 chaînes différentes ont utilisé ce mot-clic entre 2020 et 2021²².*

Les plus de 19 000 visionnages dont « Das Rheingold » fait l'objet au moment d'écrire cet article révèlent sa large diffusion (même si elle n'est pas aussi importante que dans le cas précédent²³). Les plus de 62 commentaires témoignent tous, quant à eux, de son succès. Comme dans le cas précédent, les *viewers* soulignent non seulement la qualité artistique des chanteurs et du pianiste accompagnateur (que l'on ne voit pas dans la vidéo), mais aussi le sens humoristique de la production : « *Absolutely EVERYTHING! FUNNY as hell! And beautifully sung, to boot! Thanks so much, dear colleagues, for sharing and loving! Who said Wagner is unapproachable??* » (2020) ; « *We need to have a special award category for Best COVID-19 home videos! This is one of my top five!* » (2020). Certains commentaires révèlent également de la familiarité des internautes avec le monde de l'opéra (en particulier avec l'univers wagnérien) et de leur enthousiasme pour cette initiative, dans laquelle ils estiment trouver plus d'originalité et de valeur artistique que dans les productions proposées par les maisons

22 Ce mot-clic, qui fait probablement référence à la chanson homonyme de Teresa Jennings, a été utilisé pour la première fois sur ce réseau social (dans le contexte pandémique) le 15 mars 2020 par Ryan McKinny lui-même. Dans cette [vidéo](#), l'artiste fait part de sa décision de relancer sa chaîne YouTube face aux annulations de concerts et à l'incertitude, et invite les spectateurs à envoyer leurs propositions quant à la musique qu'ils aimeraient découvrir. L'objectif de cette initiative, selon les mots de McKinny, est de bénéficier à différentes organisations qui aident les artistes dans cette période difficile.

23 La raison en est probablement liée à la fois à la popularité accrue de Daniel Emmet (qui a lancé sa carrière dans l'une des émissions de télévision les plus populaires des États-Unis, *America's Got Talent*) et à la célébrité de l'aria choisie (associée à ses nouvelles paroles parodiques en anglais).

d'opéra : « *Who needs directors' concepts now? Please can we go down to Nibelheim next..?* » (2020) ; « *Seriously, there's more substance here than in some complete Ring productions!* » (2020). Certains voient même dans cette initiative l'avenir du genre, faisant implicitement référence à son apparent déclin : « *This kind of thing could resurrect the Met Opera* » (2020) ; « *The future of Opera. Right here!* 🍷🍷🍷❤️ » (2020).

En relation à ce type d'initiatives, développées par des artistes de manière indépendante et poussées par le contexte, la soprano Christine Goerke affirme : « *During this period, I've seen my colleagues become insanely creative [...] It's given all of us permission, in a way, to step way outside of the box* » (Midgette 2021). La soprano Karen Slack, de son côté, a déclaré : « *The most innovative time was when we all had to sit at home and had no resources [...] No fancy company, fancy building. You were home on the phone, on your computer, with your earbuds. [...] It was the artists who kept opera relevant* » (Midgette 2021). Ces commentaires, qui s'ajoutent aux commentaires des *viewers* sur la plateforme YouTube dans les deux exemples susmentionnés, nous montrent à quel point ce type d'initiative a entraîné des répercussions positives, non seulement auprès des amateurs d'opéra, mais aussi auprès des collègues et des producteurs artistiques eux-mêmes.

Dans les deux cas que nous venons d'évoquer (qui ne constituent que quelques exemples des nombreuses [vidéos](#) similaires créées dans ce contexte), nous pouvons observer certaines particularités esthétiques du vidéoclip, en tant que dispositif inter-médial, qui ont été bien documentées dans de nombreux travaux tels que ceux d'Antoine Gaudin (2015, 2018), Carol Vernallis (2004, 2013, 2018²⁴), Marc Kaiser (2018), Laurent et Péquignot (2013), Arnold *et al.* (2017), entre autres. Nous faisons référence au caractère hybride (vidéo-musical) et relativement bref de ces dispositifs ; à la subordination des images à l'œuvre musicale, dont la structure préexiste et est respectée dans sa quasi-totalité²⁵ (Gaudin 2015, p. 170) ; et enfin, à la valorisation du « fait-maison » (avec un fort sens ludique et expérimental) qui a marqué la production de vidéoclips au cours des deux dernières décennies, à la suite de l'expansion des technologies numériques et de l'Internet dans la sphère domestique²⁶ (Gaudin 2015, p. 171).

24 Comme le souligne Carol Vernallis : « Le clip musical n'a que 35 ans, si l'on prend pour point de départ le lancement de MTV, mais il s'est métamorphosé sous la pression des importantes évolutions en matière de technologie, d'esthétique, d'institutions et de publics. » En ce qui concerne leur identité esthétique, Vernallis précise : « Il s'agit d'un genre qui possède ses propres conventions, ses manières à soi de créer un récit, de provoquer des émotions, de mettre en scène interprètes, décors et accessoires, ainsi que de transmettre l'espace et le temps » (Vernallis 2018, p. 55-56).

25 Si la structure musicale est respectée dans sa quasi-totalité, ce n'est le cas ni du livret (qui est parodié dans le premier cas), ni de la mise en scène, par rapport à ce qui était suggéré dans l'œuvre originale. Les deux exemples peuvent être considérés donc comme des cas de *regietheater* (théâtre de metteur-euse en scène), puisque les symboles et les actions produits déplacent l'œuvre de ce qu'auraient été les « intentions originales » des auteurs (compositeur et librettiste). Ce type d'attitude, qui s'est fortement développée au cours des dernières décennies avec la mise en avant du rôle des metteur-euses en scène, est vivement critiqué par ceux qui adhèrent à l'idée de « fidélité à l'œuvre », c'est-à-dire qui considèrent que les intentions des compositeurs (ou la tradition en matière d'interprétation) doivent être respectées, et qui ont pourtant tendance à placer la musique avant la mise en scène, comme si c'était d'elle qu'émanait le « véritable sens » dramatique de l'œuvre. Voir Senici 2019, p. 218.

26 Comme l'observe Gaudin : « On assiste à l'effondrement des barrières à l'entrée pour qu'un clip soit tourné (coût de plus en plus faible du matériel numérique de qualité professionnelle) et diffusé (il suffit d'un compte sur YouTube, Dailymotion ou Vimeo) » (Gaudin 2015, p. 170).

Il faut également considérer la capacité de ces dispositifs à se plier aux nouveaux modes de consommation de contenus culturels à partir des réseaux sociaux (principalement YouTube) et à transmettre des messages sociaux. Comme l'observent Marc Kaiser et Michaël Spanu, les clips sont « producteurs d'imaginaires collectifs [...], dépendants des modes de représentations hégémoniques des sociétés contemporaines, qu'ils peuvent perpétuer, transgresser ou contester » (Kaiser et Spanu 2018, p. 14). Dans le contexte de la pandémie, ils sont devenus un moyen parmi d'autres de véhiculer des messages sociétaux relatifs à l'importance de l'isolement et des soins de même qu'à l'encouragement collectif. La deuxième vidéo analysée dans cette section montre également l'imitation de la conception publicitaire du vidéoclip, en promouvant des marques ou certains « styles de vie » : les téléphones mobiles, les ordinateurs portables, les emojis, les *fast-foods*, les canettes de bière, les produits d'hygiène et de beauté, les appareils ménagers, les peluches, les réseaux sociaux et les plateformes de *streaming* sont bien visibles tout au long de la vidéo. Cette démarche témoigne de l'observation suivante, faite par Marc Kaiser et Michaël Spanu : le clip a été utilisé comme levier pour propulser « les rapports marchands propres au secteur musical » qui, après la Seconde Guerre mondiale, se sont concrétisés dans la « culture jeune ». Puis, les auteurs ajoutent : « Le clip a longtemps été perçu comme un “langage universel” pour jeunes adultes, autrement dit un moyen de toucher les publics du monde entier, en faisant la promotion de certains styles de vie, notamment grâce à l'appui financier des annonceurs présents entre les clips » (Kaiser et Spanu 2018, p. 10).

Comme l'observe Carol Vernallis : « L'esthétique des clips s'est répandue à presque toutes les formes audiovisuelles » (2018, p. 55). Dans cette section, nous avons voulu montrer comment ce phénomène s'est également produit dans le genre opératique pendant la pandémie, les cas d'Emmet et McKinny constituant des exemples de cette démarche. Examinons maintenant comment les éléments discutés jusqu'ici se manifestent dans le projet développé par les artistes du Teatro Colón.

CASASDEÓPERA (« MAISONS D'OPÉRA »). LA PROPOSITION DU TEATRO COLÓN DE BUENOS AIRES

Le projet *CasasdeÓpera* a consisté en un cycle de sept vidéoclips réalisés à partir d'œuvres lyriques (arias et chansons), conçues, interprétées et enregistrées entièrement par des artistes (étudiant·es et enseignant·es²⁷) du Teatro Colón de Buenos Aires, en Argentine, pendant la période de juillet à novembre 2020 (figure 5²⁸). Ces vidéos, qui ont reçu le soutien officiel de l'institution, ont été publiées sur le [site Web](#) du théâtre et sur sa [chaîne YouTube](#) officielle sous la devise « Vivez une expérience

27 Distribution : Lucía Alonso, Pablo Urban, Daniela Prado, Alejandro Spies, Augusto Nureña Santi, Rocío Fernandez, Lautaro Chaparro. Idée originale, scénario et direction générale : Mariana Ciolfi. Direction musicale et piano : Marcelo Ayub et Iván Rutkauskas. Conception artistique, costumes et maquillage : Stella Maris Müller. Conception des éclairages : Fabricio Ballarati. Montage sonore : Augusto Nureña Santi. Montage vidéo et identité visuelle : Comunicación Institucional Teatro Colón, Colón Digital (Jorge Codicimo).

28 Toutes les images de cette section sont courtoisie du Teatro Colón et correspondent au cycle numérique *CasasdeÓpera*, conçu et dirigé par Mariana Ciolfi.

unique. Profitez de l'expérience Colón chez vous », suivi des mots-clics #*QuedateEnCasa* #*CulturaEnCasa* #*CuidarteEsCuidarnos* (« Restez chez vous, Culture chez vous, Prendre soin de vous, c'est prendre soin de nous »). Le figure 4 présente la liste des œuvres interprétées et la date de leur mise en ligne sur la plateforme YouTube.

Vidéoclip	Date
« Danke », chanson de Martin Gotthard Schneider (1961)	13 juin 2020
« Lascia ch'io pianga », aria de l'opéra <i>Rinaldo</i> de Haendel (1711)	13 juin 2020
« Largo al factotum » de <i>Il barbiere di Siviglia</i> de Gioachino Rossini (1816)	13 juin 2020
« Barcarolle » (« Belle nuit, ô nuit d'amour ») duo de l'opéra <i>Les Contes d'Hoffmann</i> de J. Offenbach (1881)	7 août 2020
« Fuggi, crudele, fuggi », aria de l'opéra <i>Don Giovanni</i> de W. A. Mozart (1787)	10 septembre 2020
« Heute ist der schönste Tag in meinem Leben » (« Aujourd'hui est le plus beau jour de ma vie »), chanson de Hans May et Ernst Neubach (1936)	24 septembre 2020
« Canzonetta semplice », chanson d'Igor Krutoj et Dmitri Aleksandrovich Hvorostovsky (2009)	11 novembre 2020

Figure 4 : Liste des vidéoclips de *CasadeÓpera*.

Il s'agit d'une production artisanale, réalisée par les artistes eux-mêmes depuis leur domicile et avec des ressources très limitées, où chaque objet de la maison a été mis à disposition pour créer un modeste studio de tournage, un décor, un maquillage. Comme l'indique un [article](#) du journal argentin *Clarín*, publié le 18 juillet 2020 : « Il semble qu'en mode pandémique, les usages multiples puissent être une conséquence [de la situation] des communautés pauvres et, pourquoi pas, des travailleurs du Colón. » Cette affirmation permet de déceler deux aspects d'une réalité complexe (l'un incluant l'autre) : la situation d'appauvrissement du pays, qui va encore se détériorer dans les mois qui suivent, et la situation particulièrement défavorable des artistes du Teatro Colón, qui, selon le journaliste, commencent eux aussi à éprouver les conditions de vie des communautés pauvres, à propos desquelles cet article ne fournit cependant pas d'autres détails. Penchons-nous maintenant sur la situation particulière de l'Argentine (et plus particulièrement du Teatro Colón) dans le cadre de la création de ce projet.



Figure 5: Montage réalisé à partir d'images extraites de la vidéo « *Largo al factotum* » – CasadeÓpera.

Pendant cette période (juillet-novembre 2020), la population argentine était soumise à des conditions de confinement strictes. En effet, selon l'indice de rigueur gouvernementale de l'Université d'Oxford²⁹, l'Argentine se classait en deuxième position dans le monde pour la sévérité de ses règles de confinement, après le Honduras et devant la Libye³⁰ (Cassese et Arambillet 2020). Ce confinement strict, qui avait débuté le 19 mars 2020, a été maintenu sans interruption jusqu'au 8 novembre, pour une durée totale de 234 jours. Ces données montrent que les Argentins ont dû faire face, en plus de l'un des confinements les plus stricts, à l'un des plus longs du monde. La raison de ces mesures si extrêmes était sans doute liée à la carence des ressources sanitaires (lits de soins intensifs, respirateurs et tests) pour faire face à la propagation du virus. Le résultat de ces mesures sur le plan économique, pour un pays qui connaissait déjà de graves difficultés à cet égard, a été dévastateur. En 2020, l'inflation a dépassé les 36 % (INDEC 2020) et le taux de pauvreté a grimpé à 42 % (Gouvernement de l'Argentine 2020). Ces chiffres donnent une idée de la situation critique que traversaient alors les artistes, les organismes publics (dont le Teatro Colón³¹) et la population en général. Rien n'illustre mieux cette situation que le fait qu'onze mois seulement après le début du confinement, le gouvernement de la ville autonome de Buenos Aires a pris la surprenante décision d'installer un centre de détection COVID-19 dans le bâtiment du Teatro Colón : « À partir de lundi prochain, les habitants de Buenos Aires pourront faire leur dépistage au Teatro Colón, à l'entrée du 1171

29 Cet indice permet de déduire le degré de rigueur dans l'application des restrictions par les différents gouvernements en fonction de neuf indicateurs, parmi lesquels figurent la fermeture d'écoles et de lieux de travail ainsi que les restrictions de circulation et de transport.

30 Les auteurs soulignent qu'en pratique, l'Argentine était loin d'appliquer une quarantaine aussi stricte, se classant 15^{ème} dans le Community Mobility Reports de Google pour les zones résidentielles.

31 Il s'agit d'une entité autonome (*Ente Autárquico*) dotée d'une personnalité juridique propre et d'une autonomie fonctionnelle et financière. Selon l'article 2 de la loi G - n° 2.855 : « L'entité autonome Teatro Colón est l'organisme public qui a pour mission de créer, former, représenter, promouvoir et diffuser l'art lyrique, chorégraphique, musical – symphonique et de chambre – et expérimental, dans son expression d'excellence selon sa tradition historique, dans le cadre des politiques culturelles de la Ville Autonome de Buenos Aires », 10 octobre 2008, http://www.saij.gob.ar/legislacion/ley-ciudad_de_buenos_aires-2855-autarquia_teatro_colon.htm?14#:~:text=Art%C3%ADculo%20%C2%B0%20%2DMisi%C3%B3n%20El,en%20el%20marco%20de%20las, consulté le 31 janvier 2024.

rue Tucumán », rapporte le quotidien *ámbito* dans son édition du 28 janvier 2021. Soulignons également que le 22 mars 2020, un centre bénévole de fabrication de masques (avec des personnes issues des sections couture, scénographie et cordonnerie du théâtre) a été mis en place dans les ateliers situés au sous-sol du théâtre. Comme l'explique Enrique Bordolini, alors directeur scéno-technique du Teatro Colón, dans une *entrevue* : « Des costumes de la Renaissance, nous sommes passés à la fabrication de masques... et rien ne nous effraie. C'est une tâche de solidarité et aussi une tradition de ne pas quitter l'activité. Nous n'abandonnons jamais le Teatro ». Pour aller encore plus loin dans cette direction, il faut aussi mentionner le fait que plusieurs des travailleurs du Teatro Colón (le personnel de ménage et administratif ainsi que de nombreux artistes du ballet et de l'orchestre) assistaient bénévolement les patients infectés par la COVID-19 qui se trouvaient à l'hôtel Presidente, l'un des centres d'isolement que le gouvernement de la ville de Buenos Aires avait mis en place. Comme le précise le *site Internet* du même gouvernement :

Les artistes du Colón ont rejoint le programme de volontariat contre le coronavirus [...] Le personnel permanent du théâtre travaille 24 heures sur 24 pour couvrir les besoins de l'hôtel. Parmi eux, Paula Cassano (danseuse), Ayelén Sanchez (danseuse), Gerardo Wyss (danseur), Ruben Lávaque (*Valetto [sic]*), Alma Quiroga (violoniste) et Martín Boschet [alors directeur exécutif du théâtre], sont chargés de l'accueil et de la sortie des patients, entre autres tâches³².

Ce ne sont là que quelques exemples de la situation défavorable et complexe dans laquelle se sont retrouvés de nombreux travailleurs du Teatro Colón. Ce n'est qu'à partir de là que nous devons appréhender la genèse du projet *CasasdeÓpera* et analyser les particularités de ces œuvres. Examinons les mots de la directrice Mariana Ciolfi elle-même à propos du processus de conception :

Avec la pandémie, l'écran est devenu la scène et notre maison, l'espace de travail. Cela nous secoue tous, nous devons être réceptifs et ouverts pour pouvoir être créatifs, que cette situation inédite serve à créer quelque chose d'original [...]. Au début, l'important était de ne pas arrêter de répéter, de continuer à s'entraîner, au moins sur Zoom. [...] Au fil des jours, le besoin de recommencer à nous exprimer s'est fait sentir, nous avons commencé à en avoir assez de nous voir dans les petites fenêtres de l'ordinateur. Jusqu'à ce que nous décidions de quitter cette réalité, à la recherche de la fiction [...] nous avons commencé à générer un format numérique à partir des airs d'opéra et des chansons, avec notre propre identité visuelle, en pensant au Web [...].

Chacun travaillait sans sortir de sa maison et « opérait des changements » chez lui pour en faire son propre décor, il fallait donc s'occuper de plus de choses que d'habitude. Il a fallu apprendre aux chanteurs à installer les décors, à éclairer, à se maquiller et à se coiffer eux-mêmes, à savoir mettre une perruque. Bien que les

32 « *El plantel estable del teatro se reparte las jornadas para cubrir las necesidades del hotel las 24 horas del día. Entre ellos, Paula Cassano (bailarina), Ayelén Sanchez (bailarina), Gerardo Wyss (bailarín), Ruben Lávaque (Valetto), Alma Quiroga (violinista) y el antes mencionado Martín Boschet se ocupan de recibir y dar el alta a los pacientes, entre otras tareas.* »

circonstances nous aient obligés à un travail artisanal à bien des égards, nous avons veillé à conserver la même rigueur que pour la mise en scène d'un opéra, en définissant chaque personnage, en choisissant les costumes et en caractérisant chaque scène³³. (Mariana Ciolfi, interviewée dans Giordano 2020)

Les déclarations de Ciolfi ne font que confirmer ce que nous avons précédemment signalé : ce type de projet est né fondamentalement d'une idée (et d'une nécessité) d'artistes indépendants³⁴ et a été motivé par la nécessité de rester actif dans le contexte de l'enfermement extrême. La nécessité de créer et de communiquer des messages sociaux a bien entendu constitué un autre moteur fondamental.

Dans la section suivante, nous allons procéder à une analyse technique (éclairage scénique, scénographie, conception des costumes et du maquillage, musique et vidéo), sémantique et esthétique de ce projet. Les informations présentées ci-dessous ont été obtenues par l'observation et l'analyse des dispositifs eux-mêmes (via la plateforme YouTube), ainsi que par le biais des témoignages des participants apparus dans divers médias et dans un documentaire qu'ils ont eux-mêmes réalisé sur le développement du projet (*CasasdeÓpera | Documental*). Les images présentées sont destinées à illustrer nos observations.

Processus de création. Aspects techniques

En ce qui concerne l'éclairage scénique, suivant les instructions de Fabricio Ballarati (spécialiste de l'éclairage du Teatro Colón), les chanteur·euses ont utilisé des lampes de chevet et de table fixées à des pupitres et à d'autres meubles, qui permettaient de régler les différentes hauteurs et inclinaisons de la lumière. Du carton et du papier ont été utilisés pour construire des pavillons coniques de différents matériaux et tailles afin de rétrécir et d'orienter le faisceau lumineux. Du papier cellophane contribuait à colorer l'éclairage, et des bougies, à le tamiser. D'autres articles ménagers ont également été utilisés par les interprètes pour réaliser les différents effets de lumière possibles (figure 6³⁵).

33 « Con la pandemia la pantalla se ha convertido en el escenario y nuestra casa en el espacio de trabajo. Esto nos sacude a todos, tenemos que estar receptivos y abiertos para poder ser creativos, que esta situación inédita sirva para fundar algo original [...]. Al principio, lo importante era no dejar de ensayar, de seguir entrenando por lo menos por Zoom. [...] Pasaban los días y la necesidad de volver a decir algo crecía, empezábamos a hartarnos de vernos en las ventanitas de la compu. Hasta que decidimos salir de esta realidad en busca de la ficción [...] empezamos a generar un formato digital sobre arias de ópera y canciones, con una identidad visual propia pensando en la web. [...] Cada uno trabajó sin moverse de su casa e "intervino" su casa para que fuera su propio set, por lo que se tuvo que hacer cargo de más cosas que de costumbre. Hubo que instruir a los cantantes para que colocaran los fondos de escena, iluminaran, se maquillaran y se peinaran ellos mismos, para que supieran cómo ponerse una peluca. Si bien las circunstancias nos obligaban a un trabajo en muchos sentidos artesanal, fuimos muy cuidadosos en mantener el mismo rigor que tenemos para montar una ópera, en delinear cada personaje, elegir los vestuarios y caracterizar cada escena. »

34 Même si, dans ce cas, il s'est déroulé dans le cadre d'une chaire de l'Institut Superior de Arte del Teatro Colón (ISATC) qui avait été transféré dans l'environnement virtuel, via la plateforme Zoom.

35 Image courtoisie du Teatro Colón correspondant au cycle numérique *CasasdeÓpera* conçu et dirigé par Mariana Ciolfi. Source : *CasasdeÓpera | Documental*, op. cit.



Figure 6 : Processus de création – CasadeOpera.

Dans le cas de la scénographie, les artistes se sont servis à la fois de l'espace intérieur et de l'espace extérieur (balcons et patios) de leur domicile. À l'intérieur, ils ont su exploiter la diversité de chaque pièce : cuisines, chambres, salons et salles de bains. Ces dernières constituaient d'ailleurs un espace clé pour de nombreuses vidéos : les baignoires remplies d'eau (dans lesquelles les chanteurs·euses apparaissent immergé·es) ainsi que les bidets peuvent être observés dans des vidéos telles que « Danke », « Lascia ch'io pianga » ou « Barcarolle ». Pour créer les différents décors, ils ont utilisé des matelas doublés de tissus de différentes couleurs et textures. À cette fin, ils ont aussi recouvert les murs et des meubles divers avec des produits variés, tels que de la terre ou des autocollants (figure 6). Sur le plan des accessoires, ils ont utilisé les éléments les plus simples et quotidiens pour planter leur décor : miroirs, plantes, appareils électroménagers (réfrigérateur, fer à repasser), peluches, nourriture (fruits, légumes, pâtes, gâteaux), livres, coussins, grilles, accessoires de cuisine (bols, mixeur, couverts, lame), articles de nettoyage (plumeaux, arrosoirs), ballons, etc.

En termes de conception de costumes et de maquillage, dirigés par la spécialiste Stella Maris Müller, les artistes ont utilisé d'une manière tout à fait innovante les objets qu'ils avaient chez eux : perruques et moustaches, bijoux, lingerie, paillettes, dentelle, chapeaux, lunettes, manteaux de fourrure, fleurs, bigoudis, peignoirs. Les fruits et légumes constituent également un élément essentiel dans la composition des costumes et des décors (figure 7). Par ailleurs, la nudité occupe une place de choix dans certaines vidéos, notamment dans « Barcarolle ». Le maquillage est lui aussi mobilisé de différentes manières, allant d'une esthétique plus dépouillée (de type maquillage de jour) à des propositions plus proprement artistiques – un cas très intéressant à cet égard est la vidéo « Lascia ch'io pianga », dans laquelle les chanteurs·euses réalisent une figuration caricaturale de leurs larmes (figure 8). Enfin, sur le plan proprement scénographique, une esthétique éclectique et colorée a été privilégiée.



Figure 7 : Accessoires de fruits et de légumes – « Largo al factotum », CasasdeÓpera.

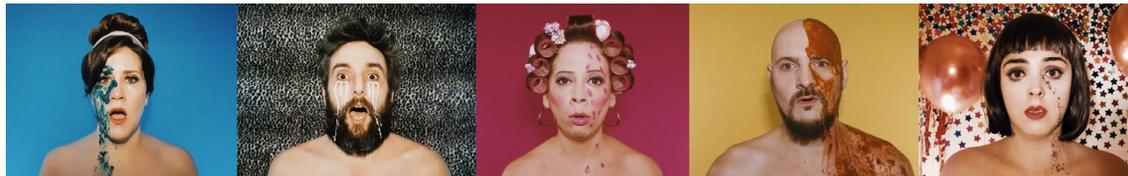


Figure 8 : Maquillage (larmes) – « Lascia ch'io pianga », CasasdeÓpera.

Pour réaliser la musique, selon le témoignage de Marcelo Ayub, chef d'orchestre et directeur musical du projet, la première étape a consisté en la réalisation d'une vidéo de lui-même (sur son ordinateur) en train de diriger les morceaux : « Je les jouais dans ma tête et je me dirigeais moi-même³⁶ ». Cette vidéo a été transmise au pianiste Iván Rutkauskas, qui a enregistré la musique en se basant sur le guide visuel de cette vidéo. Cette piste a été transmise ensuite aux chanteur-euses, qui ont enregistré leurs parties individuellement (avec leurs *smartphones* ou des enregistreurs audios portatifs). Toutes les pistes ont été éditées et mixées par Augusto Nureña Santi, chanteur basse de la compagnie et responsable du montage sonore. Le montage, incluant l'insertion d'éléments visuels comme le logo du projet et le générique de fin, a été réalisé par Jorge Codicimo, graphiste et coordinateur de la communication institutionnelle du Teatro Colón (avec le logiciel Adobe After Effects). Les réunions de travail autour de la conception du projet ont quant à elles été réalisées avec la plateforme Zoom (figure 9³⁷). Il est à noter que, bien qu'il s'agisse d'une production domestique, le travail a été énorme et, dans le cas de certaines vidéos, il a fallu investir plus de 100 heures de production (Cosoy 2020). Ces aspects montrent que, malgré les ressources limitées et le contexte critique, ces œuvres ont été conçues en adoptant une perspective intégrale et professionnelle.

36 « Iba tocándolas en mi cabeza y me iba dirigiendo a mí mismo. » CasasdeÓpera | *Documental*, op. cit.

37 Image courtoisie du Teatro Colón correspondant au cycle numérique CasasdeÓpera conçu et dirigé par Mariana Cioffi. Source : CasasdeÓpera | *Documental*, op. cit.



Figure 9 : Édition et montage audio-vidéo, CasasdeÓpera – Teatro Colón.

Approche sémantique

Le choix des pièces n'a pas été fait au hasard, une importance centrale ayant été accordée aux paroles des airs. D'après le témoignage de la directrice du projet, il a été question de privilégier les œuvres susceptibles d'entrer en résonance avec les difficultés que le contexte pandémique engendrait (tant sur le plan physique que psychologique) et dans certains cas, de transmettre une lueur d'espoir au public : « Par exemple, "Lascia ch'io pianga" vient d'une conversation que nous avons eue au milieu d'une répétition, où l'un des chanteurs a dit que nous avons tous pleuré au moins une fois au cours de la quarantaine, et personne n'a pu le nier » (Mariana Ciolfi, interviewée dans Cosoy 2020). L'attention particulière portée aux paroles explique peut-être en partie le fait d'avoir privilégié certaines chansons n'appartenant pas au canon du répertoire opératique (comme « Danke », « Heute ist der schönste Tag in meinem Leben » et « Canzonetta semplice »), par rapport à d'autres arias ou duos célèbres. Cependant, dans la plupart des cas, la résonance des paroles avec le contexte ne ressort pas de manière évidente ; examinons donc comment ces œuvres ont été présentées sur le [site Web](#) du Teatro Colón.

Sur « Barcarolle », on peut lire : « Nous l'avons choisie parce que sa musique nous transporte directement à Venise, sur ses gondoles et ses canaux, et qu'elle nous a semblé une belle façon de voyager avec l'imagination, en ces temps où nous ne pouvons pas encore le faire physiquement³⁸ ». À propos de « Danke », il est dit : « Nous l'avons choisie parce que nous avons tous beaucoup de raisons d'être reconnaissants, même si le confinement a redéfini certaines situations³⁹ ». Au sujet de « Lascia ch'io pianga », on explique : « Nous l'avons choisie pour sa beauté et parce

38 « La elegimos porque su música nos transporta directamente a Venecia, a sus góndolas y canales, y nos pareció una bella forma de viajar con la imaginación, en estos tiempos donde no podemos todavía hacerlo físicamente. »

39 « La elegimos porque todos tenemos mucho que agradecer, aunque el encierro haya resignificado algunas situaciones. »

que la liberté nous manque à tous en ces temps d'isolement pandémique⁴⁰ ». Le choix de « *Largo al factotum* » est quant à lui justifié ainsi : « Nous l'avons choisie parce que la quarantaine a entraîné la fermeture des salons de coiffure et que chacun cherche une solution à sa manière, alors nous avons pensé qu'il serait amusant de parler des conséquences pour nous⁴¹ ». Enfin, sur le choix de « *La canzonetta semplice* », on écrit : « Nous l'avons choisie avant tout pour son message : la vie, c'est profiter des choses simples. C'est ce que nous dit cette chanson simple, belle et vibrante, et nous voulions faire écho à ces paroles pour mettre fin à la période de confinement qui a été si difficile pour nous tous⁴² ». Ces cinq exemples illustrent les intentions précédemment évoquées, qui auraient également influencé le choix des deux autres œuvres : « *Fuggi, crudele, fuggi* », en référence probablement au souhait que le virus disparaisse, et « *Heute ist der schönste Tag in meinem Leben* », qui nous invite à valoriser le moment présent, comme en témoignent les paroles (« Aujourd'hui je veux m'enivrer / demain ce sera peut-être fini [...] aujourd'hui je ne pense pas à demain / aujourd'hui il n'y a pas de soucis⁴³ »).

De ce qui précède, il est possible d'affirmer que ces vidéoclips s'inscrivent dans la catégorie des « chansons parodiques avec des thèmes relatifs à la COVID-19 », identifiées dans le travail de Mélanie Wald-Fuhrmann⁴⁴ et rassemblées dans la *Database of Coronamusic* (Hansen *et al.* 2021). Tout comme les vidéos de Daniel Emmet et de Ryan McKinny, celles de *CasadeOpera* se concentrent sur l'expérience de la vie dans le confinement : les loisirs privilégiés (cuisine, lecture, jardinage, etc.), l'angoisse existentielle face à la solitude et à la mort, les désirs refoulés (vacances, sorties de la maison, retrouvailles avec les proches, voire reprise du travail). En jouant sans cesse avec l'humour et l'ironie, les interprètes cherchent à transmettre des messages de gratitude, de fraternité et de consolation.

Analyse esthétique

En termes de composition du récit, il est possible d'observer dans ces vidéoclips une prédominance du type performatif, qui met à l'avant-plan les chanteur·euses pendant qu'ils et elles interprètent les œuvres. La musique est toujours extradiégétique, de sorte que la source génératrice du son (dans ce cas, un piano) ne se manifeste jamais dans le champ visuel. Dans certaines des vidéos, on retrouve aussi des scènes de type allégorique ; nous nous référons à un type de plan dans lequel on construit un nouveau discours iconographique, qui n'est pas nécessairement associé au thème

40 « *La elegimos por su belleza y porque todos extrañamos la libertad en estos tiempos de aislamiento producto de la pandemia.* »

41 « *La elegimos porque la cuarentena obligó a cerrar las peluquerías y cada cual busca una solución a su manera, por eso nos pareció divertido hablar de las consecuencias que nos acarrea.* »

42 « *La elegimos fundamentalmente por su mensaje: la vida se trata de disfrutar de las cosas simples. Esto nos dice esta canción sencilla, hermosa y vibrante, y quisimos hacernos eco de estas palabras para finalizar el período de confinamiento que tan difícil fue para todos.* »

43 « *Heut will ich mich berauschen / morgen ist's vielleicht vorbei [...] Heute denk ich nicht an morgen / heute gibt es keine Sorgen.* »

44 Voir *supra*.

original de l'opéra ou des extraits interprétés (par exemple, les lèvres ou les corps nus dans « Barcarolle » ou les scènes domestiques dans « La canzonetta semplice »). Ces plans sont intercalés avec d'autres plans performatifs, dans lesquels il est à nouveau possible de voir les chanteur·euses en train d'interpréter l'œuvre. Dans le cas de « Fuggi, crudele, fuggi », on peut identifier le format fictionnel, consistant à raconter par le biais des images une intrigue qui, de manière plus ou moins évidente, fait allusion au drame sur lequel se fonde l'opéra. Dans ce cas, il s'agit d'un développement quasi policier auquel participent plusieurs personnages qui ont potentiellement assassiné le père de Donna Anna, l'un des personnages féminins de l'opéra *Don Giovanni* (1787), dont l'air est issu. Le concept général des vidéos est fondé sur l'apparition dans les scènes d'un·e ou deux chanteur·euses (dont l'un·e est le ou la soliste et principal·e protagoniste de la vidéo), tandis que les autres interviennent en tant que chœur, apparaissant généralement en *split screen* ou dans des plans intercalés. La fonction de ces interprètes « secondaires » est de contribuer par leurs gestes et leurs actions à renforcer le sens du message véhiculé.

Les plans de tournage – qui mériteraient de faire l'objet d'un article entier, mais dont nous nous limiterons ici à proposer une analyse sommaire – mettent quant à eux de l'avant une prédominance des plans rapprochés (gros plan ou plan poitrine) ou les plans moyens, probablement en raison de l'exiguïté de certaines pièces des maisons (notamment, les cuisines et les salles de bains), ainsi que le type de dispositif utilisé pour l'enregistrement vidéo, rendant difficile la réalisation de plans larges⁴⁵. Les plans de caméra sont toujours fixes et pour le montage, on utilise surtout la technique du sur-découpage, « souvent [analysée] dans les années 1980 et 1990 comme la marque formelle du clip⁴⁶ » (Gaudin 2014, p. 174). Le flux des images est toujours défini par le rythme et la structure de l'œuvre musicale (strophes, vers, couplets, intermèdes), qui, pour la plupart, n'ont pas été modifiés pour la production de ces vidéos. La sélection de ces œuvres, de durée relativement courte (entre 2 :05 et 4 :00), et la coupure des répétitions indiquées dans les partitions, contribuent certainement à leur mise en concordance avec les durées des chansons pop et rock, qui constituent le berceau du format vidéoclip⁴⁷ (Jullier et Péquignot 2013, p. 20). La brièveté est, comme nous l'avons mentionné, l'une des caractéristiques du vidéoclip et devient à son tour propice aux nouvelles formes de diffusion qui émergent avec l'utilisation des réseaux sociaux⁴⁸ (Gaudin 2014, p. 171).

45 Dans le documentaire *CasasdeOpera*, (*op. cit.*), la soprano Rocío Fernandez et le ténor Lautaro Chaparro témoignent de cette difficulté, en racontant le tournage d'une scène dans la cuisine de leur appartement. Voir 10 :00.

46 Selon Gaudin, cette procédure cédera de plus en plus la place à « une logique quasi opposée : celle du plan-séquence » (2014, p. 174).

47 Comme le signalent Jullier et Péquignot, « ce n'est certainement pas le "clip" qui créa le succès de la pop-rock mais bien le succès de la pop-rock qui fit du "clip" un pilier stratégique pérenne » (2013, p. 20).

48 D'après Gaudin (2014, p. 171) : « Souvent décrit, dans ses premiers temps d'existence, comme "l'extraterrestre" de la télévision (l'expression est de Michel Chion), le clip était en revanche parfaitement calibré pour le médium Internet. En tant que forme brève, il est adapté aux modes de consommation médiatique que révèlent les enquêtes sur les usages du Web (un temps moyen très court passé sur chaque contenu) ; en tant que média hybride (composé de musique, d'images et, souvent, de paroles intelligibles

En termes d'esthétique, ces clips vidéo montrent une affiliation au dadaïsme et au *pop art*, dans la mesure où ils mettent en relief des symboles typiques de la vie actuelle, avec une touche audacieuse, dans un environnement surchargé et coloré. Dans certains cas, l'accumulation de matériaux disparates et leur nature bricolée leur donnent une allure dérisoire, proche de l'esthétique kitsch. Les clips portent clairement une empreinte queer⁴⁹ et s'inscrivent en cohérence avec l'esthétique des cultures de masse et la promotion de modes de vie conformes aux modalités de consommation occidentale contemporaine⁵⁰. En ce sens, ils témoignent d'une intention globalisante, orientée vers un public plutôt jeune, ce qui constitue une caractéristique élémentaire de l'« univers » du clip, comme l'a démontré le travail de Kaiser et Spanu (2018, p. 10) : on peut y voir les chanteurs faisant des bisous face aux appareils photo (« Barcarolle »), des objets tels que des boîtes de pop-corn, des sucettes, des peluches et des ballons (« Heute ist der schönste Tag »), mais aussi des scènes de vacances avec leurs bains de soleil, des ballons gonflables, des glaces et des cocktails fruités (« La canzonetta semplice »), ou encore des liasses de dollars (« Fuggi, crudele, fuggi »), des muffins et des *donuts* (« Lascia ch'io pianga »), pour ne citer que quelques exemples (figure 10). Dans certains cas, les clips font aussi référence à des produits commerciaux, comme la bouteille de whisky Jack Daniels (« Largo al factotum »), des boîtes de concentré de tomates de la marque argentine Cica (« Lascia ch'io pianga ») et de la vodka de marque Absolut (« Danke ») (figure 11). Les artistes semblent ainsi avoir tenté d'imiter l'alliance entre le fait artistique et le monde de la publicité qui a largement caractérisé l'univers du vidéoclip. Comme le mentionnent Kaiser et Spanu, « l'exemple le plus criant de ce phénomène à double sens (la musique au service du commerce et *vice versa*) est sans doute celui de Pepsi et de Madonna [dans le cadre de la sortie du vidéoclip « Like a Prayer »] » (Kaiser et Spanu 2018, p. 10). Carol Vernallis souligne d'ailleurs à ce sujet : « Le financement de ces clips plus coûteux provient souvent du placement de produits : téléphones portables, lunettes de marque, et alcool » (Vernallis 2018, p. 63).

investissant divers niveaux de discursivité), il se prête particulièrement bien aux communications interpersonnelles incorporant l'échange de messages multimédias (sur les réseaux sociaux notamment). »

49 Conscients du dynamisme et la complexité de cette notion, nous nous référons à la subjectivité et à la dissidence en termes de sexualité et de genre, ainsi qu'à d'autres « vecteurs de positionnement identitaire », tels que la classe sociale et la nationalité. Voir Moira Perez 2017 ; 2022. Voir aussi Tiscornia et Araceli Méndez 2021.

50 Une telle approche de l'« univers opératique » n'est pas nouvelle, mais s'inscrit dans la continuité de l'activité de plusieurs metteur·euses en scène qui adoptent une esthétique similaire, parmi lesquels on peut citer l'Italien Romeo Castellucci, l'Américain Peter Sellars et l'Argentin Pablo Maritano.



Figure 10 : « Danke », CasasdeÓpera – Teatro Colón.



Figure 11 : Produits commerciaux, CasasdeÓpera – Teatro Colón.

L'analyse effectuée dans cette section a visé à identifier certaines des principales caractéristiques morphologiques et esthétiques du dispositif du vidéoclip. Comme nous avons tenu à le montrer, ce projet du Teatro Colón n'a pas seulement consisté en un tournage d'arias et de chansons, mais en une réelle reconfiguration de ceux-ci grâce à leur passage dans le format du clip. Comme l'ont souligné Carol Vernallis et Antoine Gaudin, depuis deux décennies, la possibilité de créer à des coûts réduits (en raison de la baisse des prix des technologies de production et de l'accès accru à l'Internet et aux technologies numériques) a eu pour effet la valorisation de l'austérité, du bricolage, du concept percutant et de la créativité par rapport à la démesure (Gaudin 2018, p. 171 ; Vernallis 2018, p. 60). Bien que cette proposition ait été considérée par de nombreux journalistes et critiques argentins comme absolument novatrice⁵¹, elle s'inscrit dans une tendance qui se développait déjà dans le domaine de l'opéra depuis quelques décennies et qui s'est intensifiée au moment de la pandémie. À cet égard, avant de conclure, il nous semble important de faire une dernière halte pour analyser la réception de ces œuvres.

51 Voir *Clarín Espectáculos* 2020 ; Giordano 2023 ; Maximiliano Sardi 2020.

À propos de la réception

Pour aborder la question de la réception, les données quantitatives sont précieuses. La figure ci-dessous détaille le nombre de vues, le nombre de mentions « J'aime » (*likes*), et le nombre de commentaires (positifs et négatifs) que ces vidéos ont reçus sur la plateforme YouTube en date du 29 août 2023, soit presque trois ans après leur mise en ligne.

Titre	Vues	« J'aime »	Commentaires		
			Total	Négatifs	Positifs
« Danke »	7000	166	17	14	3
« Lascia ch'io pianga »	12 036	266	22	20	2
« Largo al factotum »	8505	247	23	21	2
« Barcarolle »	6622	174	20	18	2
« Fuggi, crudele, fuggi »	2727	86	6	6	-
« Heute ist der schönste Tag in meinem Leben »	3263	103	10	10	-
« Canzonetta semplice »	3963	82	6	5	1

Figure 12 : Vues, mentions « J'aime » et commentaires sur YouTube en date du 29 août 2023.

Si l'on considère ces chiffres et qu'on les compare aux vidéos d'Emmet et McKinny abordées précédemment, il est évident que cette production n'a pas obtenu beaucoup de succès en termes de diffusion. Toutefois, cette affirmation devient relative si on compare ces résultats au nombre de personnes qui auraient pu voir ces vidéos dans le cas hypothétique où elles auraient été présentées dans une salle théâtrale de Buenos Aires. Au-delà de cette spéculation, ces chiffres montrent que l'intérêt du public pour le projet a considérablement diminué à la mi-2020, soit au moment de la publication des trois dernières vidéos (mises en ligne sur la plateforme au cours des mois de septembre et novembre 2020). L'une des raisons de cette baisse pourrait être le manque de nouveauté dont le projet a fait montre après la quatrième vidéo, mais il faut également tenir compte des recherches qui attestent que l'écoute de musique a globalement diminué quelques mois après le début du confinement (Hansen *et al.* 2021, p. 3). La baisse significative du nombre de visionnages dans les trois dernières vidéos serait donc moins liée au projet lui-même qu'à une tendance générale dans la consommation de vidéos et de musique en ligne.

Les autres données que l'on peut tirer de ces chiffres sont les suivantes : sur les 44 116 personnes qui ont regardé les vidéos au total, seulement 2,54 % les ont « aimées » et 0,23 % ont laissé un commentaire, parmi lesquels 9,6 % ont été négatifs. Si nous nous concentrons sur les commentaires positifs, qui représentent 90,4 % du total, nous trouvons principalement des remerciements et des éloges aux artistes pour leur initiative, leur créativité et leur talent. Nombre de ces commentaires soulignent par ailleurs la pertinence de ces vidéos dans l'optique de renouveler le répertoire

lyrique et d'attirer de nouveaux publics vers le genre opératique. En voici quelques exemples :

- « Savez-vous que votre approche désinvolte, audacieuse et loin d'être ennuyeuse attire de nombreux jeunes publics vers le monde de l'opéra ? Quelles mises en scène 🤔🤔🤔 en train d'écrire l'histoire, Teatro Colón. » (2020)
- « Je suis très émue. Merci d'avoir des interprètes qui font partie du patrimoine argentin. Je vous serre dans mes bras et vous remercie. » (2020)
- « Une grande créativité et la façon dont vous la chantez, vous me rendez heureuse⁵² ! » (2020)

Quant aux commentaires négatifs, ils critiquent sévèrement la valeur et la pertinence du résultat esthétique, estimant une décadence supposée du Teatro Colón lui-même et du genre opératique en général. Ces commentaires vont même jusqu'à dénoncer un prétendu gaspillage de fonds publics. Voici quelques-uns des exemples les plus frappants :

- « Puis-je demander, en tant qu'abonné, quel était le besoin de gaspiller de l'argent pour cette m**** ? Et même si c'était gratuit, ça reste de la m**** [...] Ces personnes sont-elles des étudiantes de Colón, ou quoi ? » (2020)
- « Je n'aime pas ces bêtises. » (2020)
- « Est-ce l'avenir de l'opéra ? Dommage que Hugh Hefner ne soit pas là pour en profiter ? (2020)
- Ce n'est sûrement pas à cause des acteurs, mais la pièce n'a absolument RIEN de valable (plutôt, c'est pitoyable) » (2020)
- « Comment une telle présentation peut-elle s'attirer de la sympathie ? C'est la destruction de l'opéra. La resignification totalement désagréable, la sexualisation de la mise en scène. Celui qui a trouvé un goût pour l'opéra classique ne peut que répudier cette idée. Cela montre clairement à tous que la décadence est déjà une réalité au Teatro Colón⁵³. » (2020)

Ces commentaires reflètent un profond rejet de cette proposition. Cependant, ce rejet n'est pas dirigé vers les chanteur·euses (presque aucun commentaire ne critique leur qualité vocale) mais vers le contenu des vidéos et l'institution Teatro Colón elle-même, pour avoir donné lieu à un projet de cette nature. Les auteurs de ces commentaires semblent représenter ceux que le musicologue Hervé Lacombe

52 « Sabéis que vuestras desenfadadas, atrevidas y alejadas de lo aburrido estáis atrayendo a mucho público joven al mundo de la Ópera? Que puestas en escena 🤔🤔🤔 haciendo historia, Teatro Colón. » ; « Me emociona mucho. Gracias por tener un elenco que es patrimonio argentino. Un abrazo y gracias. » ; « Genial la creatividad y como la cantan, me hacen feliz! ».

53 « ¿Puedo preguntar, como abonado, qué necesidad hubo de derrochar plata en esta m#####? Y aunque haya salido gratis es igualmente una m#####. ¿Qué significado oculto tiene, si es que lo tiene, que no soy capaz de discernir? ¿Estos pibes son alumnos del Colón, o algo así? » ; « No me gusta esta tontería » ; « Is this the future of opera? Too bad Hugh Hefner isn't around to enjoy it? » ; « Tal vez no son los actores porque son personitas pero la obra no tiene absolutamente NADA que valga la pena (mejor dicho, da pena) » ; « ¿Cómo congraciarse con semejante presentación? Esto es la destrucción de la ópera. La resignificación completamente desagradable, sexualizando la escenificación. Realmente quien ha encontrado el gusto por la ópera clásica no puede hacer otra cosa que repudiar esto. Esto deja en vista de todos que la decadencia ya es un hecho en el teatro Colón. »

désigne comme « la tendance conservatrice » (Lacombe 2007, p. 66), largement connue dans l'univers opératique. Ses adeptes se caractérisent par leur préférence de la tradition (plutôt que de toute forme d'évolution), par leur acceptation de « l'ordre établi » dans les formes de création et de consommation, et par leur attachement à une forme d'élitisme (plutôt qu'à toute tentative de démocratisation du genre). Dans le contexte argentin, la relation entre cette tendance et le Teatro revêt une tournure particulière : le Colón s'est imposé dès ses origines comme le projet d'une élite libérale⁵⁴ qui en fait le symbole de la « haute culture », nonobstant l'hétérogénéité de son public (Benzecry 2012, p. 46). Dès sa fondation, cette élite a promu l'opéra comme un vecteur d'« intégration » de la nation parmi les grandes métropoles modernes de l'Occident (*Ibid.*, p. 64). La programmation théâtrale ne constitue donc pas seulement une prestation culturelle, mais aussi une politique de prestige qui, historiquement, a cependant eu un « impact social limité », précisément en raison de sa « charge symbolique » (Buch 2003, p. 140). Une inquiétude apparaît dès qu'une initiative semble « attaquer » l'aura « noble » et « pure » de cette institution. Des épisodes de censure, survenus dans le contexte dictatorial, montrent la « régulation esthétique » qui s'opérait dans ce théâtre au service de la morale chrétienne et au détriment des excès supposés (de sexe ou de violence) présents dans les opéras⁵⁵. Comme le note Gustavo Fernández Walker à propos de l'étude de Benzecry (2012), les témoignages des fans d'opéra du Teatro Colón ont pour point commun de ne pas pouvoir distinguer l'opéra du lieu où ils se rendent pour l'écouter :

Comme si l'éphémère de l'expérience artistique trouvait dans l'architecture du Colón une manifestation concrète et, au moins idéalement, éternelle [...]. La promesse d'établir un contact avec la plus haute sphère de l'esprit qui surplombe les discours sur le Colón ne peut se réaliser qu'à condition d'abandonner toute trace d'une individualité qui, en tant que telle, reste toujours liée à l'éphémère et au mondain⁵⁶. (Fernández Walker 2015, p. 102)

54 D'après Gustavo Fernández Walker, « il n'est pas du tout déraisonnable de parler du Teatro Colón comme émergeant de la génération des années 1880 ». L'auteur fait ici référence à sa deuxième fondation en 1908 (Fernández Walker 2015, p. 35). La première fondation a eu lieu en 1857 sous la houlette de la « Generación del 37 » (qui a eu une importance cruciale dans la période de l'histoire argentine connue sous le nom de « Organización Nacional », 1852-1880). Ce mouvement intellectuel a été fortement influencé par le romantisme français et anglais. Ses membres se considèrent comme les descendants des indépendantistes de 1810 et cherchent à faire un pas en avant dans cette direction en mettant en place un système constitutionnel et législatif. Ils prônent également l'abandon de la « barbarie culturelle » et l'adoption des idéaux du siècle des Lumières (libéralisme, individualisme, rationalisme). Ces idéaux ont été poursuivis et renforcés pendant la période dite « República Conservadora » (1880-1916). C'est pendant cette période que s'est distingué le groupe d'écrivains et d'intellectuels connu sous le nom de « génération des années 1880 » (mentionné par Fernández Walker), et que fut inauguré le nouveau bâtiment du Teatro Colón (le 25 avril 1908). C'est ce bâtiment qui subsiste encore aujourd'hui.

55 Nous faisons référence à l'opéra *Bomarzo* d'Alberto Ginastera, qui a été censuré en 1967 sur ordre du dictateur Juan Carlos Onganía (en alliance avec l'Église catholique). Cet épisode est expliqué en détail dans l'ouvrage *L'affaire Bomarzo* d'Esteban Buch (2003).

56 « Como si lo efimero de la experiencia artistica encontrara en la arquitectura del Colon una manifestación concreta y, al menos idealmente, eterna [...] La promesa de establecer un contacto con la esfera más elevada del espíritu que sobrevuela los discursos acerca del Colón solo puede producirse a condición del abandono de todo rastro de una individualidad que, como tal permanece siempre ligada a lo efimero y a lo mundano. »

C'est précisément le caractère éphémère et mondain (de tout et de tous) qui vient au premier plan lors de la pandémie, et qui est « inoculé » dans le Teatro Colón (en tant que symbole) à travers le projet *CasasdeÓpera*. La « nature élevée » de ce théâtre qui, pour beaucoup, « fonctionne comme une forteresse ou un refuge contre les tempêtes sociales qui font rage autour de lui » (Fernández Walker 2015, p. 48) est alors « menacée » par un tel projet. Le ton audacieux, parfois kitsch, de ce dernier, ainsi que sa perspective queer sont perçus par le secteur plus conservateur de l'univers opératique comme transgressifs et choquants, et constituent donc une atteinte à la triade « théâtre - haute culture - nation ».

Cependant, et probablement à cause de cette charge symbolique qui accompagne historiquement le genre en Argentine, l'opéra a lutté avec détermination pour se redéfinir et se démocratiser, en particulier au cours de la dernière décennie. Des projets tels que *Ópera Periférica*⁵⁷ et *Opera Queer*⁵⁸ en sont la preuve. Ceux-ci démontrent une volonté de renouveler les manières de faire de l'opéra, ou comme l'affirment les fondateurs du second, « de construire d'autres scènes qui nous représentent beaucoup plus, nous les dissidents, dans notre totalité⁵⁹ [...] et c'est là que le public habituel du Colón meurt de rage [...] peut-être que, pour eux, nous ne serons jamais de l'opéra "à proprement parler" » (Tiscornia et Araceli Méndez 2021, p. 3-4). Ce désir de transformation se situe au centre de la critique des « gardiens de l'opéra » autant qu'il constitue le point de rencontre entre les projets d'*Ópera Periférica* et *Opera Queer* et celui de *CasasdeÓpera*⁶⁰ (le seul des trois à avoir été conçu dans le cadre du Teatro Colón).

Abandonnons désormais la perspective des spectateurs (et des *haters*) de ce projet pour examiner comment les artistes et les agents culturels impliqués dans sa réalisation et sa diffusion l'ont perçu une fois lancé. Il semble que tous aient été très satisfaits des résultats obtenus, ou du moins c'est ce qu'ils affirment dans certains des médias qui les ont interviewés. Examinons d'abord les commentaires des artistes (selon les mots de la directrice du projet, Mariana Ciolfi) :

Nous sommes très heureux et reconnaissants de l'accueil que le projet a reçu. Il a touché des personnes qui ne consomment pas d'opéra ou qui ne sont pas des mélomanes ni rien d'autre. On pense que c'est génial. Nous avons reçu de nombreuses vidéos et audios d'enfants chantant Haendel, Rossini, mettant des fruits sur leur tête

57 Ce projet conçoit l'opéra « comme un artefact multidisciplinaire ayant un impact sur l'ordre symbolique contemporain » et développe sa proposition dans une « perspective de genre, de diversité et de transformation sociale, en promouvant le dialogue entre les artistes, les territoires et les communautés ».

58 *Opera Queer* se définit comme « une proposition théâtrale dissidente et culturellement avant-gardiste qui remet en question et étudie les façons dont nous sommes interpellés par 300 ans d'héritage opératique » (Tiscornia et Araceli Méndez 2021).

59 « Le concept de dissidence ne se réfère pas seulement au non-binarisme en termes de sexualité, mais il est également utilisé dans une perspective postcoloniale pour contrecarrer l'eurocentrisme » (Tiscornia et Araceli Méndez 2021, p. 5).

60 « Nous sommes un groupe d'artistes formés au Teatro Colón, ce qui nous donne beaucoup d'outils, bien sûr, mais surtout des artistes qui ont soif de transformation », déclare Mariana Ciolfi dans *CasasdeÓpera | Documental, op. cit.*

en imitant les chanteurs. C'est incroyable⁶¹. (*Infobae* 2020)

María Victoria Alcaraz, alors directrice du Teatro Colón, de son côté a déclaré que le projet a été très bien accueilli, et a souligné que cela a permis au théâtre de toucher de nouveaux publics. Elle a même assuré qu'il était prévu d'installer un studio à l'intérieur du Teatro Colón pour commencer à enregistrer d'autres vidéoclips dès sa réouverture :

Dans un pourcentage très élevé, [le projet] est vu et apprécié par des personnes qui ne sont jamais venues au Colón [...] Et c'est d'autant plus intéressant parce que, selon une enquête réalisée par le théâtre lui-même, les 70 % des personnes qui se disent être très fières du Théâtre Colón ne sont jamais venues. [...] C'est donc là que nous trouvons un grand défi et une énorme opportunité d'aller les trouver et les inviter à venir au Teatro Colón⁶². (Alcaraz, citée dans Cosoy 2020)

Comme le montrent ces témoignages, le principal gain du projet aurait été de rapprocher l'opéra de nouveaux publics. Alors que la fermeture prolongée du bâtiment menaçait de détruire la relation avec les habitués du théâtre, l'esthétique du projet *Casas de Ópera* s'est présentée comme une opportunité de partir à la recherche de nouveaux spectateurs et spectatrices. Ce type de démarche n'était pas l'apanage du Teatro Colón : comme le montre le travail d'Alessandro Bratus *et al.* (2022), le théâtre Donizetti de Bergame (Italie) a transformé le festival Donizetti WebTV en une expérience plus proche d'un divertissement populaire afin d'élargir sa communauté théâtrale :

As illustrated by the Bergamo example, mediated intimacy and the construction of a popular narrative around traditional high-culture genres like opera suggest that these practices could have a permanent impact on cultural consumption by increasing audiences for traditionally exclusive genres such as classical concerts and opera. (Bratus *et al.* 2022, p. 219)

Cependant, les données présentées dans le cas du Teatro Colón montrent que cette initiative n'a pas eu un impact aussi massif (voir tableau 12). Analyser les raisons de ce constat serait extrêmement complexe (et dépasserait le périmètre de cet article), car cela demanderait d'examiner les questions de consommation et de politique culturelle non seulement dans le contexte argentin, mais aussi à l'échelle internationale. Cependant, nous pouvons énoncer quelques lignes directrices qui devraient être prises en compte : au niveau national, il faut considérer la forte charge symbolique du théâtre évoquée ci-haut (en relation avec l'élitisme et le rapport à la « haute culture »), les enjeux des politiques publiques en matière de promotion, de diffusion et de consommation culturelle (en se concentrant évidemment sur le genre opératique

61 « *Estamos muy felices y agradecidos con la recepción que ha tenido el proyecto. Ha llegado a gente que no consume ópera ni son melómanos ni nada. Eso nos pareció genial. Nos llegó cantidad de videos y audios de niños cantando Hendel, cantando Rossini. poniéndose frutas en la cabeza imitando a los cantantes. Es increíble.* »

62 « *En un porcentaje muy alto, muy alto, está siendo visto y disfrutado por personas que nunca vinieron al Colón, dijo Alcaraz. Y esto es especialmente interesante, porque según una encuesta del propio teatro, el 70% de las personas que dicen estar muy orgullosas del Colón, no fueron nunca al Colón. Entonces ahí encontramos un gran desafío y una enorme oportunidad para salir a buscarlos e invitarlos a que vengan al Teatro Colón.* »

et, plus précisément, sur le Teatro Colón⁶³), ainsi que les problèmes économiques et éducatifs auxquels une grande partie de la population est confrontée depuis des décennies (et qui rendent l'accès aux biens culturels très difficile). D'un point de vue international, il faut considérer la crise du genre opératique (en termes de création d'œuvres, de fréquentation des salles et en tant que phénomène social et esthétique) qui a été maintes fois soulignée par plusieurs théoriciens depuis la deuxième décennie du XX^e siècle, parmi lesquels Hervé Lacombe :

Confronté au « monde moderne », aux nouvelles formes de divertissement comme le cinéma, aux diffusions massives des musiques « populaires » de tout bord, il ne pouvait plus jouer le même rôle qu'au temps de Wagner et de Verdi [...]. Désormais, il ne s'agit plus de pleurer sur l'écroulement d'un monde et la fin d'un art, mais de répondre à un état de fait, de réunir des forces, de trouver de nouvelles formes d'action et d'existence, d'accepter pour les uns d'être théâtre élitiste ou, pour les autres, d'attirer de nouveaux publics par des actions pédagogiques et de communication adaptées à la société moderne. (Lacombe 2007, p. 152)

Le projet *Casas de Ópera* a précisément incarné une nouvelle forme d'action et d'existence pour l'opéra, probablement dans le contexte le plus difficile de son histoire. L'analyse de la réception de ces œuvres nous a permis de découvrir les différents intérêts en jeu dans la réalisation de ce projet : celui des artistes de continuer à (re)créer l'opéra ; celui des spectateurs (dont certains sont des abonnés du théâtre) d'approuver ou de rejeter les nouvelles propositions (selon leur réceptivité plus ou moins grande à l'innovation dans le domaine opératique) ; et celui de l'institution de continuer à générer et diffuser des contenus en essayant d'attirer de nouveaux publics face à la menace que représente la perte d'audience dans une optique de pérennité du théâtre.

CONCLUSION

La production dans le domaine lyrique ne s'est pas arrêtée pendant la période de confinement due à la pandémie de COVID-19, mais a été propulsée vers de nouvelles voies. Cela a été possible non seulement grâce au travail de gestion effectué par les maisons d'opéra, mais aussi (et surtout) grâce à la volonté des artistes, qui ont décidé de ne pas se décourager et de continuer à créer malgré les difficultés du contexte. Notre article a commencé par donner les principales pistes de compréhension du processus de production et de diffusion de l'opéra pendant la pandémie. Ce parcours nous a conduit à identifier le vidéoclip comme l'un des formats choisis à cette fin (illustré par les initiatives de Daniel Emmet et Ryan McKinny). L'analyse technique, sémantique et esthétique du projet réalisé par les artistes du Teatro Colón de Buenos Aires a ensuite montré que ce type de production répond aux logiques créatives du vidéoclip. Cela résulte en grande partie du fait que la directrice du projet a su allier le manque de moyens – émanant d'un contexte social, politique et économique particulièrement difficile – à une caractéristique qui a imprégné le dispositif du vidéoclip au cours des dernières décennies, soit la valorisation du fait maison (avec un fort sens

63 Voir Fernández Walker (2015), Benzecry (2012) et Saá (2022).

ludique et expérimental), par opposition à l'esthétique colossale qui se dégageait des grandes entreprises de production de contenu audiovisuel aux origines de ce format. Tant sur le plan sémantique qu'esthétique (avec leur empreinte pop, audacieuse et parfois kitsch), ces œuvres reflètent des préoccupations et des intérêts sociaux, politiques et culturels actuels qui suscitent, dans certains cas, l'agacement et le rejet du secteur conservateur du monde de l'opéra, mais aussi un certain enthousiasme de la part des amateurs du genre qui prônent son renouveau. Les autorités du théâtre, quant à elles, ont estimé ce projet utile pour attirer de nouveaux publics qui, jusqu'à présent, n'avaient pas été séduits par l'institution, ni par le genre lyrique en général. *CasasdeOpera* a ainsi constitué un cas d'étude quant à la manière dont le contexte pandémique a repoussé les limites de la création opératique, tout en s'inscrivant dans la continuité d'une alliance entre celle-ci, les technologies numériques et les réseaux sociaux. Il reste à voir si ce type de projet, par son attitude disruptive, peut faire face au faste et à l'élitisme dans lesquels le genre opératique s'est ancré au cours de ses 400 ans d'histoire (et qui persiste dans l'imaginaire collectif), et si l'articulation discursive et conceptuelle avec les nouveaux paradigmes (imposés par les modes de vie et de consommation actuels) peut effectivement attirer un nouveau public vers l'univers opératique. Le format du vidéoclip, en raison de sa courte durée et de sa capacité à vivre sur le Web, semble être l'un des formats les plus appropriés pour que l'opéra continue à se réinventer. Cependant, il est trop tôt pour évaluer l'impact de ce format en termes de conquête de nouveaux publics ; ceci devra sans doute faire l'objet d'une étude approfondie dans les années à venir.

BIBLIOGRAPHIE

- Agamennone, Maurizio, Daniele Palma, et Giulia Sarno (2022), *Sounds of the Pandemic: Accounts, Experiences, Perspectives in Times of COVID-19*, CRC Press.
- Anastasio, Sofia (2020), « Le Festival d'Aix-en-Provence présente sa Scène numérique », *France Musique*. 16 juin, <https://www.radiofrance.fr/francemusique/le-festival-d-aix-en-provence-presente-sa-scene-numerique-2368882>, consulté le 13 décembre 2023.
- Befera, Luca (2022), « Rethinking Intermedia Practices during the Pandemic », dans Maurizio Agamennone, Daniele Palma, et Giulia Sarno (dir.), *Sounds of the Pandemic: Accounts, Experiences, Perspectives in Times of COVID-19*, CRC Press, p. 181-198.
- Bellini, Nicola, et Marina Raglianti (2023), « Reluctant Innovators: Dynamic Capabilities and Digital Transformation of Italian Opera Houses in the Pandemic Crisis », *Administrative Sciences*, vol. 13, n° 3, p. 83, <https://doi.org/10.3390/admsci13030083>.
- Bratus, Alessandro, Alessandro Caliandro, Fulvia Caruso, Flavio Antonio Ceravolo, et Michela Garda (2022), « Musical Performance during and after the COVID-19 Pandemic », dans Maurizio Agamennone, Daniele Palma, et Giulia Sarno (dir.), *Sounds of the Pandemic* (1^{re} édition), London, Focal Press, p. 176-190, <https://doi.org/10.4324/9781003200369-17>.
- Buch, Esteban (2011), *L'affaire Bomarzo. Opéra, perversion et dictature*, coll. Cas de figure 19, Paris, Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales.
- Buxton, David, et Marc Kaiser (2018), « La vidéo musicale comme "marchandise échouée" », *Volume ! La revue des musiques populaires*, vol. 14, n° 2, p. 193-200, <https://doi.org/10.4000/volume.5591>.
- Cabedo-Mas, Alberto, Cristina Arriaga-Sanz, et Lidon Moliner-Miravet (2021), « Uses and Perceptions of Music in Times of COVID-19: A Spanish Population Survey », *Frontiers in Psychology*, vol. 11, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.606180>.

- Cachopo, João Pedro (2014), « Opera's Screen Metamorphosis: The Survival of a Genre or a Matter of Translation? », *The Opera Quarterly*, vol. 30, n° 4, p. 315-329.
- Cachopo, João Pedro (2018), « The Aura of Opera Reproduced: Fantasies and Traps in the Age of the Cinecast », *The Opera Quarterly*, vol. 34, n° 4, p. 266-283.
- Carlson, Emily, Johanna Wilson, Margarida Baltazar, Deniz Duman, Henna-Riikka Peltola, Petri Toiviainen, et Suvi Saarikallio (2021), « The Role of Music in Everyday Life During the First Wave of the Coronavirus Pandemic: A Mixed-Methods Exploratory Study », *Frontiers in Psychology*, vol. 12, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.647756>.
- Cassese, Nicolás et Delfina Arambillet (2020), « Mito o realidad. ¿La Argentina tuvo la cuarentena más estricta del mundo? », *La nación*, 25 novembre.
- Citron, Marcia J. (2000), *Opera on Screen*, New Haven, Yale University Press.
- Cosoy, Natalio (2020), « Las creativas óperas clásicas que el Teatro Colón transformó en medio de la cuarentena (1/5) », *France24*, 31 août, <https://www.france24.com/es/20200831-cultura-peligro-operas-teatro-colon-argentina>, consulté le 31 janvier 2024.
- Daffern, Helena, Kelly Balmer, et Jude Brereton (2021), « Singing Together, Yet Apart: The Experience of UK Choir Members and Facilitators During the COVID-19 Pandemic », *Frontiers in Psychology*, vol. 12, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.624474>.
- Datta, Anita (2020), « 'Virtual Choirs' and the Simulation of Live Performance under Lockdown », *Social Anthropology*, vol. 28, n° 2, p. 249-250, <https://doi.org/10.1111/1469-8676.12862>.
- Fink, Lauren K., Lindsay A. Warrenburg, Claire Howlin, William M. Randall, Niels Chr. Hansen, et Melanie Wald-Fuhrmann (2021), « Viral Tunes: Changes in Musical Behaviours and Interest in Coronamusic Predict Socio-Emotional Coping during COVID-19 Lockdown », *Humanities and Social Sciences Communications* vol. 8, n° 1, p. 1-11, <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00858-y>.
- Gaudin, Antoine (2015), « Le vidéoclip, un art populaire intermédial à l'ère numérique. Perspectives épistémologiques », dans Guillaume Soulez et Kira Kitsopanidou (dir.), « Le levain des médias. Forme, format média », *MEI – Médiation et information*, n° 39, Paris, L'Harmattan.
- Gaudin, Antoine (2018), « Le clip comme forme d'expression musico-visuelle. Pour une esthétique de la relation musique-images », *Volume ! La revue des musiques populaires*, vol. 14, n° 2, p. 97-110.
- Gina, Arnold, Daniel Cookney, Kirsty Fairclough et Michael Goddard (2017), *Music/Video. Histories, Aesthetics, Media*, Londres, Bloomsbury.
- Giordano, Santiago (2020), « En "Casas de ópera" la pantalla es el gran escenario ». *Página 12*, 24 juillet, <https://www.pagina12.com.ar/280470-en-casas-de-opera-la-pantalla-es-el-gran-escenario>, consulté le 31 janvier 2024.
- Goron, Benjamin, et Daniel Turp (2022), « Le tournant numérique des maisons d'opéra », dans Hervé Lacombe (dir.), *Histoire de l'opéra français*, Paris, Fayard, p. 1069-1075.
- Goron, Benjamin, Daniel Turp, et Guy Saez (2022), « La "scène numérique" », dans Hervé Lacombe (dir.), *Histoire de l'opéra français*, Paris, Fayard, p. 1075-1080.
- Gouvernement de Buenos Aires (2022), « Rodríguez Larreta recorrió el DetectAr del Teatro Colón », <http://buenosaires.gob.ar/noticias/rodriguez-larreta-recorrio-el-centro-de-testeo-del-teatro-colon>, consulté le 31 janvier 2024.
- Gouvernement de l'Argentine (2020), « Nota sobre la evolución de la pobreza y la indigencia », *Presidencia de la Nación*, 7 janvier, https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/nota_sobre_la_evolucion_de_la_indigencia_y_pobreza_sl_2020.pdf, consulté le 31 janvier 2024.
- Hansen, Niels Chr, John Melvin G. Treider, Dana Swarbrick, Joshua S. Bamford, Johanna Wilson, et Jonna Katariina Vuoskoski (2021), « A Crowd-Sourced Database of Coronamusic. Documenting Online Making and Sharing of Music During the COVID-19 Pandemic », *Frontiers in Psychology*, vol. 12, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.684083>.

- Hansen, Niels Chr., Melanie Wald-Fuhrmann, et Jane Whitfield Davidson (dir.) (2022), « Social Convergence in Times of Spatial Distancing. The Role of Music During the COVID-19 Pandemic [Research Topic] », *Frontiers in Psychology*, <https://doi.org/10.3389/978-2-88974-651-4>.
- Jonchery, Anne et Philippe Lombardo (2020), « Pratiques culturelles en temps de confinement », *Culture études*, vol. 6, n° 6, p. 1-44.
- Jullier, Laurent et Julien Pequignot (2013), *Le clip. Histoire et esthétique*, Paris, Armand Colin.
- Kaiser, Marc (dir.) (2018), « Watching Music », *Volume ! La revue des musiques populaires*, vol. 14, n° 2, <https://doi.org/10.4000/volume.5536>.
- Kaiser, Marc et Michaël Spanu (2018), « “On n’écoute que des clips !” Penser la mise en tension médiatique de la musique à l’image », *Volume ! La revue des musiques populaires*, vol. 14, n° 2, p. 7-19.
- Lacombe, Hervé (2007), *Géographie de l’opéra au XX^e siècle*, Paris, Fayard.
- McKinny, Ryan. (2022), « Biography », *Ryan McKinny*, <https://ryanmckinny.com/bio>, consulté le 13 décembre 2023.
- Merckx, Ingrid (2020), « Chanter, jouer, répéter, confiner. Le spectacle vivant au temps du Corona », *Revue du Crieur*, vol. 17, n° 3, p. 62-75.
- Midgette, Anne (2021), « Fleeing the Gilded Cage. The COVID shutdown stalled careers. For some opera singers, it also opened doors », *NPR Classical*, <https://www.npr.org/sections/deceptivecadence/2021/12/14/1063035430/opera-singers-pandemic-covid-shutdown-career-freedom>, consulté le 31 janvier 2024.
- Morris, Christopher (2010), « Digital Diva. Opera on Video », *The Opera Quarterly*, vol. 26, n° 1, p. 96-119.
- Ópera Periférica (s. d.), <https://www.operaperiferica.com.ar>, consulté le 16 juin 2024.
- OperaVision (2024), « COVID fan tutte », *OperaVision*, <https://operavision.eu/fr/performance/covid-fan-tutte>, consulté le 6 juin 2024
- Palazzetti, Nicolò (2021a), « Backstage Live. Theatre, Opera and the Obscene in the Visual Age », *Chigiana. Journal of Musicological Studies*, vol. 51, p. 43-59.
- Palazzetti, Nicolò (2021b), « Ripensare l’opéra lirica nell’era di Internet, a ritroso fino a Jules Verne », *De Musica*, vol. 25, n° 1, p. 134-159.
- Palazzetti, Nicolò (2021c), « Opera Fandom in the Digital Age. A Case Study from the Teatro alla Scala », *The Opera Quarterly*, vol. 37, p. 18-42.
- Palazzetti, Nicolò (2022), « Opera, Audio Technologies and Audience Practices in the Late Nineteenth Century. The Case of Jules Verne », *Sound Stage Screen*, vol. 2, n° 2, p. 33-59.
- Pérez, Moira (2017), « A Queer Approach to the Representations of Argentina’s Recent Past: Anxieties around the Subjects of “our” History », *InterAlia*, vol. 12, p. 120-138.
- Pérez, Moira (2022), « Queer Time(s) », *Kein Hexenwerk*, vol. 2, p. 13-15.
- Picard, Timothée (2022), « L’opéra en temps de pandémie. Survivre et se réinventer », dans Hervé Lacombe (dir.), *Histoire de l’opéra français*, Paris, Fayard, p. 1337-1346.
- Ramaut-Chevassus, Béatrice (1998), *Musique et postmodernité*, coll. Que sais-je ?, Paris, Presses universitaires de France.
- Redacción Clarín (2020), « CasadeÓpera: la innovadora idea de artistas del Colón que llevan la lírica al formato del videoclip », *Clarín Espectáculos*, 18 juillet, https://www.clarin.com/espectaculos/casadeopera-original-idea-artistas-colon-lleva-lirica-formato-videoclip_0_Z_CJfuqze.html, consulté le 31 janvier 2024.
- Rédaction *ambito* (2021), « El Teatro Colón será un centro de testeo de COVID-19 », *ambito*, 28 janvier, <https://www.ambito.com/informacion-general/teatro-colon/el-sera-un-centro-testeo-covid-19-n5166027>, consulté le 31 janvier 2024.

- Rédaction Infobae (2020), « Qué es “Casas de Ópera » », *Infobae*, 20 juillet, <https://www.infobae.com/cultura/2020/07/21/que-es-casas-de-opera-la-innovadora-apuesta-audiovisual-del-teatro-colon-en-tiempos-de-aislamiento/>, consulté le 31 janvier 2024.
- Saá, Guido Agustín (2022), « El “Nuevo Teatro Colón” (2009-2019) », *Artes en Filo* #2, p. 23-45.
- Sanghee (2008), « Singer Kimera Back Home After 20 Years », *The Korea Times*, 10 mars, http://www.koreatimes.co.kr/www/news/people/2013/08/178_32109.html, consulté le 31 janvier 2024.
- Sardi, Maximiliano (2020) « Ópera en videoclips », *Noticias*, 1^{er} août.
- Senici Emanuele (2010), « Porn Style? Space and Time in Live Opera Videos », *The Opera Quarterly*, vol. 26, n° 1, p. 63-80.
- Senici Emanuele (2019), « “In the Score” Music and Media in the Discourse of Operatic Mise-en-Scène », *The Opera Quarterly*, vol. 35, n° 3, p. 207-223.
- Sim, Jaeung, Daegon Cho, Youngdeok Hwang, et Rahul Telang (2020), « Virus Shook the Streaming Star: Estimating the COVID-19 Impact on Music Consumption », *SSRN Electronic Journal*, <https://doi.org/10.1287/mksc.2021.1321>.
- Svard, Lois (2020), « Reimagining Opera During the Pandemic », *The Musician Brain*, <https://www.themusiciansbrain.com/reimagining-opera-during-the-pandemic/>, 5 décembre, consulté le 31 janvier 2024.
- Tiscornia, Jazmín María, et Giselle Araceli Méndez (2021), « Deconstruyendo la ópera para que no muera: entrevista a Ópera Queer », *Transposition. Musique et Sciences Sociales*, n° 9, <https://doi.org/10.4000/transposition.6457>.
- Veilleux, Michel (2003), « L’opéra, du cinéma à la vidéo » dans Jean-Jacques Nattiez (dir.), *Musiques. Une encyclopédie pour le XXI^e siècle*, « 1. Musiques du XX^e siècle », Arles-Paris, Actes Sud/Cité de la musique, p. 969-992.
- Vernallis, Carol (2004), *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*. Columbia University Press.
- Vernallis, Carol (2013), *Unruly Media: YouTube, Music Video, and the New Digital Cinema*, Oxford University Press.
- Vernallis, Carol (2018), « L’œuvre débordante de Beyoncé ; ou l’histoire et l’avenir du clip musical », traduit par Dario Rudy, *Volume ! La revue des musiques populaires*, vol. 14, n° 2, p. 55-82, <https://doi.org/10.4000/volume.5570>.
- Wald-Fuhrmann, Mélanie (2022), « Coronamusic(King) », dans Maurizio Agamennone, Daniele Palma, et Giulia Sarno (dir.), *Sounds of the Pandemic* (1^{re} édition), London, Focal Press, p. 193-212, <https://doi.org/10.4324/9781003200369-19>.
- Walker, Gustavo Fernández (2015), *Colón: Teatro de operaciones*. Eterna Cadencia.
- Yende, Sakhiseni Joseph (2022), « The Quest for New Digital Skills for Opera Artists and Opera Companies during the COVID-19 Pandemic », *Preprints.org*, <https://doi.org/10.20944/preprints202210.0039.v1>.
- Zelarayan, Margarita (2020), « Aire fresco », *Noticias*, 1^{er} août.