

La città del loisir.

Il sistema produttivo dello spettacolo

dal vivo a Napoli tra '800 e '900

di ROSSELLA DEL PRETE

Premessa

L'Italia non possiede giacimenti petroliferi, non produce gas per il mondo, ma, da sempre, produce uomini e donne, menti ed arte, cioè ben altre forme di energia, e tutte "rinnovabili". I nostri ambasciatori nel mondo, i grandi promotori dell'Italia, sono ancora oggi Raffaello Sanzio, Leonardo da Vinci, Michelangelo Buonarroti, ma anche Giuseppe Verdi, Enrico Caruso, Salvatore Di Giacomo. Il nostro patrimonio culturale, materiale ed immateriale – dai monumenti allo spettacolo dal vivo, dal mercato dell'arte all'industria culturale e creativa, dai beni Unesco al paesaggio –, è il nostro vero *made in Italy*, ma servono mosse precise e decise a valorizzarlo, a cominciare dall'investimento nella ricerca storica, l'unica in grado di ricostruire percorsi culturali e processi di sviluppo connessi all'arte e alla cultura. E' impossibile promuovere e valorizzare ciò che non si conosce a fondo: la ricerca storica diventa così indispensabile e va collocata al primo posto della «filiera della cultura»¹.

Fu sempre in Italia che nacque la prima forma strutturata di compagnia teatrale ossia la prima forma manageriale di spettacolo e fu il Cavour che, per primo, definì il teatro

¹ Su questi argomenti siamo già intervenuti in altre occasioni. Ricordiamo qui l'*Introduzione a La città e i suoi fiumi. Il cammino delle acque beneventane nella storia della sua comunità (secc. XVII-XX)*, a cura di R. Del Prete, Benevento, 2009, pp. 9-16; Ead, *Arts & Business: cultural institutions and artistic market in the Italian history in support of cultural tourism*, in *Competition and Innovation in Tourism: New Challenges in an Uncertain Environment*, a cura di A. Morvillo, Napoli, 2012, pp. 521-539; Ead. *Il Teatro nell'industria culturale e creativa italiana*, in «Amaltea». Trimestrale di cultura on line- Anno VII, n. 3/2012; Ead., *L'Archivio dell'Istituto San Filippo Neri. Nuove fonti per lo studio dell'economia beneventana (secc. XVII-XX)*, Milano, Franco Angeli, 2013.

d'opera «una vera e grande industria con ramificazioni in tutto il mondo», affidata allora ad agenti e impresari di grandissima abilità ed oggi a nuovi profili professionali, come quello del *manager*; che ha il compito di gestire un'antichissima forma d'arte, spesso, però, conoscendola poco, perché non sempre supportato dalla storia. Il management dell'arte e della cultura dovrebbe oggi garantire la sopravvivenza delle imprese di spettacolo dal vivo, portando il pubblico giusto allo spettacolo giusto, diffondendo l'arte, ma senza *svenderla*, senza *sminuirla*, come accade, purtroppo, quando la si inserisce in banali e strumentali circuiti commerciali che, se pagano in termini di profitto, poco o male incidono su una reale crescita sociale e sulle *energie rinnovabili dell'arte*.

L'affascinante mondo dello spettacolo dal vivo esprime, oggi come in passato, una realtà eterogenea, composita e molto complessa, in cui coesistono anime, vocazioni e storie estremamente differenti. È proprio questa complessità a generare un disorientamento generale ogni volta che tentiamo di precisarne l'assetto istituzionale, legislativo, finanziario ed organizzativo. Ma siamo pur sempre di fronte ad un mondo, quello dell'arte, che è sempre stato inserito in un più ampio sistema economico-produttivo, subendo e definendo le dinamiche di un particolare spazio di mercato, in cui domanda e offerta da sempre s'incrociano come in qualunque altro settore. Fare arte vuol dire anche attività di produzione e di distribuzione, di esercizio e di programmazione di uno spazio, di promozione, formazione, divulgazione ovvero di supporto e servizio ad iniziative artistiche. E' tutto questo che rende l'arte un "settore produttivo" al pari degli altri, ma è la sua essenza a diversificarlo e, per certi versi, la sua capacità o incapacità di *mantenere uno sguardo sul mondo*, tentando di comprenderlo, interpretarlo, rappresentarlo.

1. *Cultural Economics*

È trascorso mezzo secolo da quando Francis Haskell con il suo *Patrons and Painters* (1963) aprì la strada allo studio del mecenatismo nella Roma del Seicento e formulava la sua idea pionieristica di una possibile sintesi tra discipline diverse – la storia, la storia economica e la storia dell'arte –, per descrivere quel fenomeno pluridimensionale del

collezionismo, legato a principi sociali ed economici che regolano un mercato e producono un consumo consapevole².

Recenti ricerche di impostazione storico-sociale hanno proposto un nuovo approccio interdisciplinare allo studio dei consumi culturali ed in particolare dei consumi dell'arte, ponendoli in relazione al loro contesto materiale, sociale ed economico, con l'intento di evidenziare ancora una volta la mancanza di una tradizione storiografica consolidata e di paradigmi interpretativi condivisi tra gli storici di diversa specializzazione³.

Uno dei contributi più importanti e innovativi è sicuramente quello di Goldthwaite, che ha descritto la grande tradizione artistica italiana del Rinascimento come un importante fenomeno economico, ponendo l'arte alle origini della moderna società dei consumi: tra i principali capitoli di spesa delle classi abbienti dell'età moderna vi erano quelli destinati alla costruzione e all'arredo dei palazzi privati ed alla collezione di opere d'arte⁴. Un tipo di consumi che, già nella società rinascimentale esprimeva un nuovo codice culturale: l'*élite* nobiliare definiva e mostrava la propria identità attraverso l'architettura e la decorazione, nella costruzione dei palazzi e nell'arredamento degli spazi interni. Quadri e suppellettili divennero oggetti ricercati e più erano di genere alto e raffinato, più assicuravano al proprietario una particolare identità in ambito pubblico. E tanto più il potenziale acquirente (la *domanda*), assegnava a tali oggetti valori e contenuti simbolici, a valenza culturale, altrettanto gli artisti si prodigavano nel raffinare tecnica, resa e qualità complessiva del prodotto, inventandolo e re-inventandolo più volte, affinché, non solo rispondesse alle esigenze del richiedente, ma addirittura formasse l'acquirente alle caratteristiche dell'oggetto.

Appare evidente il rapporto diretto che si instaurò tra l'incremento generale della domanda ed il complessivo aumento della produzione pittorica e artistica in generale. Il pittore (l'*offerta*) nell'atto continuo di rispondere ad esigenze sempre più specifiche e diversificate espresse da committenti e acquirenti (*domanda*), cercò di organizzarsi,

² F. HASKELL, *Mecenati e Pittori: studio sui rapporti tra arte e società italiana nell'età barocca*, Firenze, Sansoni, 1966. Su questi temi cfr. anche *Mercanti di quadri*, a cura di L. Spezzaferro, numero monografico, «Quaderni storici», 116/2, 2004, pp. 327-532.

³ *Consumi culturali nell'Italia moderna*, a cura di R. Ago - O. Raggio, numero monografico, «Quaderni storici», 115/1, 2004; P. COEN, *Il mercato dei quadri a Roma nel sec. XVIII. La domanda, l'offerta e la circolazione delle opere in un grande centro artistico europeo*, Firenze, L. Olschki, 2010.

⁴ R. A. GOLDTHWAITE, *Ricchezza e domanda d'arte in Italia dal Trecento al Seicento. La cultura materiale e le origini del consumismo*, Milano, Unicopli, 1995.

escogitando nuove modalità realizzative, finalizzate all'aumento, diversificazione e specializzazione della propria opera (*prodotto*)⁵.

In un saggio più recente, lo studioso americano propone agli storici economici alcune linee programmatiche di ricerca, prendendo in esame i diversi parametri con cui affrontare lo studio dell'economia dell'arte⁶. Restando legati ad uno schema esplicativo di base entro cui ricondurre la struttura essenziale del mercato artistico, da una parte vi è la domanda, ovvero il consumatore, guidato dai bisogni e dal gusto, dall'altra il produttore, ovvero l'artista, mosso dall'impulso artistico. Goldthwaite invita pertanto gli storici economici ad analizzare il mercato dell'arte partendo da almeno tre punti:

- 1) la produzione, intesa come tecnologia, organizzazione del lavoro, tipologia e caratteristiche del prodotto;
- 2) il mercato nella forma più immediata delle vendite d'arte o dei prezzi quali misure per il giudizio circa la resa qualitativa della produzione in generale;
- 3) la domanda, ovvero l'aspetto più problematico da considerare⁷.

Ma l'analisi di Goldthwaite, come quella di Haskell o di Gombricht, o di altri storici dell'arte o storici economici⁸, continua a parlare di mercato dell'arte e di consumi culturali privilegiando soltanto una delle quattro principali aree tematiche del settore della *cultural economics*: quella della cosiddetta *visual art*, che comprende la pittura e la scultura, cui si può unire quella relativa alla *fine art*, che rivolge la sua attenzione a prodotti come mobili, antiquariato, gioielli, orologi e più in generale agli oggetti da collezione. Cioè un mercato dell'arte basato sulla compravendita di oggetti materiali e "tangibili", pur nella difficoltà di definirne i prezzi.

Per ciò che invece riguarda il mercato musicale, che rientra nell'ampio settore delle *performing arts* (musica strumentale ed operistica, balletto, teatro...), gli esempi di applicazione di ricerca storico-economica si riducono ancor di più e, tranne il caso

⁵ Ivi, pp. 254-261.

⁶ R. A. GOLDTHWAITE, *Economic Parameters of the Italian Art Market (15th – 17th Centuries)*, in FANTONI – MATTHEW - MATTHEWS-GRECO, *The Art Market in Italy (15th – 17th Centuries)*, Modena, Panini, 2003, pp. 423-44.

⁷ Ivi, pp. 425-26.

⁸ Tra gli storici economici italiani che si sono occupati di mercato dell'arte, ricordiamo Enrico Stumpo e Renata Ago, e quelli di nuova generazione, Guido Guerzoni, Valeria Pinchera, Isabella Cecchini.

esemplare dell'inglese John Rosselli⁹, e quello più recente di Stefano Baia Curioni (con un taglio più aziendalistico)¹⁰, non sapremmo quali nomi ricordare, se non, con un pizzico di immodestia, il nostro e quelli di tanti colleghi storici della musica¹¹.

Ora, se nel settore delle *visual arts*, si sono ormai chiariti alcuni dei principali indirizzi di ricerca, in quello delle *performing arts* c'è ancora tanto da fare. Pur considerando ancora applicabili i tre punti fondamentali suggeriti da Goldthwaith per l'analisi del mercato dell'arte, è necessario ricordare che un'esecuzione musicale, un balletto, uno spettacolo teatrale, non sono prodotti unici, realizzati da una sola "mano", ma costituiscono il risultato di una cooperazione assai complessa ed articolata, in cui agiscono componenti e forze disparate, ciascuna in grado di pesare sul risultato finale in maniera differente, ma significativa. L'opera, per esempio, non è un libretto o una partitura (il cui valore peraltro è misurabile nell'ambito dell'industria dell'editoria), non è vocalità o scenografia, coreografia o drammaturgia: è un insieme di questi e molti altri fattori tutti incidenti sul prodotto finito e fra loro interdipendenti ed interagenti. Inoltre, uno spettacolo operistico comporta in ogni caso uno sforzo economico ed organizzativo considerevole e il coinvolgimento di numerose e disparate forze-lavoro, ciascuna con la propria specifica competenza tecnica.

Una qualunque forma di spettacolo dal vivo (concerto, rappresentazione teatrale, balletto...) è poi indirizzata ad una fruizione dalle motivazioni o distinzioni sociali di volta in volta diverse, è promossa da singoli o da gruppi per interessi che vanno dall'autocelebrazione al lucro; è realizzato da prestatori d'opera occasionali o da professionisti specializzati¹².

⁹ Assolutamente pionieristico l'approccio storico-economico di John Rosselli nei suoi studi sui teatri musicali ed i relativi operatori (cantanti, impresari, musicisti...). Egli sosteneva che la crescita della ricchezza e della borghesia si fosse sempre accompagnata, tra la fine del '700 e la vigilia della I guerra mondiale, all'espansione del teatro lirico.

¹⁰ Stefano Baia Curioni è esperto di impresa culturale e dedica la sua ricerca alla comprensione dei processi di trasformazione dei sistemi di produzione artistica moderna e contemporanea. Si è occupato di editoria musicale in *Mercanti dell'Opera. Storie di Casa Ricordi*, Milano, Il Saggiatore, 2011.

¹¹ Paolo Maione, Francesco Cotticelli, Francesca Seller, Cesare Corsi, Pierpaolo De Martino, Bianca Maria Antolini che, per prima si è occupata di editoria musicale.

¹² Una pietra miliare nella storiografia italiana su questi temi è il volume IV della Storia dell'Opera Italiana, *Il sistema produttivo e le sue competenze*, a cura di L. Bianconi – G. Pestelli, Torino, EdT, 1987, che comprende un corpus di saggi - firmati da Franco Piperno, John Rosselli, Fiamma Nicolodi, Fabrizio Della Seta, Elvidio Surian e Sergio Durante -, tutti di grandissimo interesse per uno storico economico che voglia occuparsi di musica e di teatro.

Tutte le *performing arts* godono di una medesima prerogativa: sono uniche ed irripetibili perché si realizzano in un determinato luogo, in un dato tempo ed alla presenza di un determinato pubblico. Il *contesto* in cui avviene la performance è determinante per stabilire un rapporto emozionale, uno scambio, un *baratto* con il pubblico. Perché di baratto si tratta nel momento in cui l'*offerta* di una performance cambia con il cambiare del pubblico e del contesto in cui essa si realizza. L'*offerta* dello spettacolo dal vivo opera in un *contesto* quali-quantitativo, in continua evoluzione, che definisce ed influenza il suo spazio di mercato. Esso potrà essere demografico (quantità, tipologia...), economico (reddito pro-capite, attività produttive prevalenti...), politico-istituzionale (leggi, forze in campo...), socio-culturale (tessuto sociale, livello di istruzione...), organizzativo (infrastrutture concorrenti...), ma eserciterà sempre la sua influenza sulla produzione ed ancor più sulla rappresentazione dello spettacolo.

In generale gli studi di *cultural economics* hanno indicato una serie di principi di base per lo studio degli aspetti economici delle arti, sostenendo in particolare che l'arte, come gli altri prodotti, è soggetta a vincoli di scarsità e che la realizzazione e il consumo di un'opera d'arte sono il risultato di comportamenti individuali¹³. Sulla scia di queste interpretazioni, ciò che proveremo a fare in questo breve spazio, sarà guardare allo sviluppo di un mercato musicale e del suo sistema produttivo in una delle principali capitali europee dell'arte, Napoli, città dei teatri per eccellenza e meta privilegiata prima del *Grand Tour*, poi del turismo *tout court*.

2. Per una storia economica dell'arte e della cultura

Se gli *economisti* hanno individuato ed ormai ampiamente accettato l'importante nesso che lega arte ed economia, al punto che l'Economia dei beni e delle attività culturali è ormai un insegnamento riconosciuto nell'ordinamento universitario italiano nel settore dell'Economia Politica, gli *storici dell'economia* ancora stentano a riconoscere la *scientificità* e l'*attinenza* del tema rispetto al proprio settore disciplinare. E se, dal canto loro, gli storici dell'arte si occupano ormai da tempo anche di

¹³ B. FREY - W.W. POMMERHNE, *Muse e mercati. Indagine sull'economia dell'arte*, Bologna, Il Mulino, 1991.

produzione, committenza e mercato dell'arte, gli storici dell'economia, privilegiando l'appartenenza a discipline economico-quantitative, continuano a trascurare un settore che oggi, come in passato, è inserito in un articolato sistema globale di scambi culturali ed economici¹⁴.

Appaiono così molto limitati i casi di studio di storia economica dell'arte e della cultura, forse per la difficoltà d'integrare le analisi di carattere quantitativo e seriale con quelle di tipo qualitativo legate ad altre categorie storiografiche, giudicate troppo umanistiche¹⁵. Tuttavia, è un dato acquisito, gli storici economici sono a metà tra l'Economia e la Storia, l'una arroccata tra i bastioni delle scienze esatte, destoricizzata e disumanizzata, l'altra, disciplina umanistica per eccellenza, costretta a mediare tra due culture e due modi di pensare che, purtroppo, ancora oggi, continuano spesso a restare straniero l'uno all'altro¹⁶. Tuttavia fu proprio uno dei padri fondatori della Storia Economica italiana, Carlo Cipolla, a suggerire come risolvere quell'insanabile dualismo di base (*quantità vs qualità*), invitando a passare «dietro le quinte» del lavoro dello storico economico, a seguire il suo reperimento e critica delle fonti, e il suo sforzo *creativo* nella fase della ricostruzione. La metafora utilizzata ben si adatta al nostro contesto di riferimento:

Uno spettacolo teatrale normalmente lo si segue dalla platea: e allora (se le cose van bene) son solo luci e sfavilli e il pubblico è tutto assorbito dallo svolgersi della vicenda o dal susseguirsi delle note musicali o da tutte e due le cose insieme. Ma uno spettacolo teatrale può essere visto anche da dietro le quinte: e allora le cose appaiono ben diversamente. La vicenda recitata o musicata non interessa più. Quel che interessa è lo sforzo produttivo ed il modo con cui viene portato avanti. Si vedono cordami, cavi elettrici, riflettori, macchinari, attori appena usciti di scena con i segni dello sforzo compiuto e il trucco colante assieme al sudore, altri attori pronti ad entrare in scena che si danno gli ultimi ritocchi e si preparano l'espressione facciale richiesta dal ruolo, un via vai silenzioso di attori, comparse, amministratori che si sussurrano frasi o si

¹⁴ R. MOULIN, *Mercato dell'arte contemporanea e globalizzazione*, «Economia della cultura», X, 2000, 3, pp. 273-84; p. 277; A. ESCH, *Prolusione. Economia ed arte: la dinamica del rapporto nella prospettiva dello storico*, in *Economia e arte secc. XIII-XVIII*, a cura di S. Cavaciocchi, Atti della «Trentaseiesima Settimana di Studi» 30 aprile-4 maggio 2001, Firenze, 2002, pp. 21-49; F. CODIGNOLA, *Globalizzazione e mercato dell'arte culturale*, «[Tafters Journal](#)», n. 24, giugno 2010.

¹⁵ V. PINCHERA, *Arte ed economia. Una lettura interdisciplinare*, «Rivista di Storia economica», Il Mulino, n. 2, agosto 2006, pp. 241-66; p. 246.

¹⁶ C. M. CIPOLLA, *Tra due Culture. Introduzione alla Storia economica*, Bologna, Il Mulino, 2003.

fanno cenni incomprensibili, il tutto in un'apparenza di gran confusione. L'opera dello storico è normalmente seguita dal pubblico dal punto di vista della platea, e il pubblico è invitato ad immergersi nella vicenda storica narrata, senza preoccuparsi di tutto quel che c'è dietro le quinte, cioè di tutto ciò che sta dietro la narrazione storica: i materiali che lo storico ha raccolto, come li ha raccolti e come li ha ricomposti nella interpretazione di quel gran *puzzle* [...] che è la storia...¹⁷.

Nel 1990, un altro autorevole storico economico, Luigi De Rosa, riassume le tappe che avevano portato la storia economica dalle incertezze degli esordi all'allora stato della ricerca e lamentava l'arretratezza e la scarsa conoscenza che ancora persisteva per la storia dei servizi pubblici¹⁸ – e il teatro è un *servizio pubblico*¹⁹. De Rosa si chiedeva inoltre «cosa ne sap[essimo] della storia economica dei sistemi di comunicazione, di quella delle poste, del telegrafo [...] della radio e della televisione [...] o della storia economica del cinema, del varietà, del teatro, dell'editoria». Ricordava poi gli studi di John Rosselli sull'impresariato teatrale e suggeriva

certo, John Rosselli non è riuscito ad estendere oltre l'età di Verdi l'indagine sul funzionamento e sulla struttura impresariale dei teatri lirici. Ma la teoria che la crescita della ricchezza e della borghesia si accompagnò sempre, tra la fine del Settecento e la vigilia della prima guerra mondiale, all'espansione del teatro lirico, dovrebbe essere sperimentata anche per il periodo posteriore. Pur nel cambiamento del gusto teatrale, dovrebbe accertarsi se risponde a verità, come sostiene Rosselli, che il successo del teatro lirico, o di qualunque altro genere di spettacolo, sia sempre stato funzione della congiuntura economica favorevole²⁰.

Ebbene noi ne siamo sempre stati convinti e per questo negli anni abbiamo continuato a guardare con un particolare interesse al variegato mondo dello spettacolo dal vivo (teatro, musica, opera, danza) quale elemento centrale di un'*industria culturale* la cui storia è ancora tutta da ripercorrere perché ancora tutto da inventare è il suo

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ L. De Rosa, *L'avventura della storia economica in Italia*, Roma-Bari, Laterza, 1990, pp. 218-219.

¹⁹ Sul concetto di teatro come servizio pubblico cfr. P. Grassi, *Teatro, pubblico servizio*, in «Avanti!», 25 aprile 1946; C. Merli, *Il teatro a iniziativa pubblica*, Milano, Led-edizioni, 2007.

²⁰ L. De Rosa, *L'avventura della storia economica*, cit., p. 219.

campo di studio più adeguato: la storia economica e finanziaria dell'arte e della cultura, appunto.

Un aspetto dei beni culturali che ha interessato gli economisti classici e che non ha ancora trovato una soluzione soddisfacente è l'individuazione delle regole che ne determinano il "valore", ovvero il prezzo. Per alcuni si tratta essenzialmente di un valore "erratico", slegato da qualunque legge economica in grado di determinarlo²¹, per altri le oscillazioni "imprevedibili" dei prezzi delle opere d'arte vengono spiegate ricorrendo a tre fattori: le scelte di portafoglio, l'irriproducibilità delle opere, l'esistenza di forme di monopolio²².

L'interesse dell'analisi economica per il settore culturale aumenta significativamente a partire dagli anni '60 del secolo XX, in corrispondenza alla crescita dei consumi culturali. Le ragioni sono diverse. Innanzitutto, si assiste al ruolo crescente che la domanda e la produzione di beni e di attività culturali rivestono nelle economie più avanzate. Una crescita connessa anche all'utilizzo dei beni e delle attività culturali come mezzi di produzione di altri beni di mercato e non di mercato (produzione di informazioni, divertimento, audiovisivi, contenuti per l'industria multimediale, input per i processi di istruzione e formazione; risorse di attrattività turistica, ecc.). In secondo luogo, il settore culturale è, in tutto o in parte, beneficiario di spesa pubblica, e quindi, crescendo, è diventato rilevante in termini di scelte collettive²³.

Partendo da una doppia definizione del settore culturale che "in senso stretto" comprende il patrimonio culturale (tutela, conservazione, restauro, valorizzazione, gestione), le biblioteche, gli archivi, i musei, lo spettacolo dal vivo (teatro, musica, opera danza), la produzione e la distribuzione di arte contemporanea (nelle arti visive,

²¹ William Baumol sostiene che «sulla base di considerazioni a priori e dell'analisi di diverse centinaia di dati relativi ai prezzi [...] nel mercato delle arti visive, particolarmente in quello delle opere dei grandi artisti non più viventi, può non esistere un valore d'equilibrio, cosicché il prezzo di questi oggetti d'arte può dirsi, nel senso classico, strettamente "non naturale"» [W. J. Baumol and W. G. Bowen, *Performing Arts, The Economic Dilemma; a Study of Problems Common to Theatre, Opera, Music and Dance*, New York, Twentieth Century Fund, 1966].

²² J.M.Keynes, *Art and State*, in «The Listener», 26 august,1936, in G. Pennella e M. Trimarchi, *L'Arte e lo Stato*, «Quaderni di Problemi di Amministrazione Pubblica», Bologna, Il Mulino, 1993, p.27; A. Smith, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, 1776, libro II, cap. 3.

²³ Il settore culturale, al pari di altri settori dell'economia pubblica, è diventato così un laboratorio sperimentale per l'introduzione di vincoli di efficacia, di efficienza e di equità nella spesa destinata al *welfare*, mentre al contempo è cresciuta l'esigenza di documentare e di quantificare, laddove possibile, l'entità dei benefici economici e sociali che giustificano apparati di regolazione collettiva per questi beni (P. Leon, *Beni culturali: il dilemma fra Stato e mercato*, in «Economia della Cultura», n. 1, 1991)

sceniche, musicali, letterarie, architettoniche, ecc.) e “in senso ampio”, dalle attività già citate, si allarga alle “industrie culturali” (editoria, informazione, cinema, discografia), in questa sede focalizzeremo l’attenzione sullo spettacolo dal vivo, quello in parte già indagato da John Rosselli²⁴ e poi da Fiamma Nicolodi²⁵, ma che presenta, ancora oggi, soprattutto per il Mezzogiorno d’Italia, numerose zone d’ombra.

Agenti teatrali e impresari, rappresentano i capisaldi di un mondo in cui spiccano alcune figure di *leader* commerciali non privi di talento. A loro si deve, oltre all’attività teatrale ed operistica vera e propria, la pubblicazione di alcune riviste d’agenzia che, pur all’interno di una logica commerciale e d’impresa, forniscono informazioni preziose e di prima mano, non soltanto sulla vita e l’attività produttiva di molti artisti e delle loro compagnie, ma anche su destini di molti testi drammatici, altro prodotto culturale su cui si consumarono diversi investimenti.

3. Le città, l’arte, la cultura, i teatri

Punto di partenza per uno studio come il nostro dovranno essere le città, naturalmente le più ricche, le più vivaci e creative.

Napoli è tra queste.

La città produce cultura che, a sua volta, crea identità e rendite di posizione, elementi-chiave per il suo sviluppo e la sua competitività. Se questo è vero oggi, lo era

²⁴ L’approccio assolutamente pionieristico di John Rosselli è attestato da una corposa bibliografia: J. Rosselli, *The Castrati as a Professional Group and a Social Phenomenon, 1550-1850*, Brighton, 1980; Id. *Governi, appaltatori e giochi d’azzardo nell’Italia napoleonica*, “*Rivista Storica Italiana*”, 1981; Id., *Agenti teatrali nel mondo dell’opera lirica italiana dell’Ottocento*, Olschki, 1982; Id. *The opera industry in Italy from Cimarosa to Verdi: the role of the impresario*, Cambridge University press, 1984; Id., *L’apprendistato del cantante italiano: i rapporti contrattuali fra allievi e insegnanti dal ‘500 al ‘900*, Olschky, 1989; Id., *Music & musicians in nineteenth century Italy*, Batsford 1991; Id., *Elenco provvisorio degli impresari e agenti teatrali italiani dal 1770 al 1890*, 1983; Id., *From princely service to the open market: singers of Italian opera and their patrons: 1600-1850*, 1988; *Sulle ali dorate: il mondo musicale italiano dell’Ottocento*, Il Mulino 1992; *La musica sul palcoscenico*, in “*Il trionfo della borghesia*”, a cura di V. Castronovo, Electa 1992; *Il cantante d’opera: storia di una professione (1600-1990)*, Il Mulino 1993.

²⁵ F. Nicolodi, *Il sistema produttivo dall’Unità a oggi*, in *Storia dell’Opera italiana*, a cura di L. Bianconi e G. Pestelli, Edt, Torino 1987, pp. 167-229; Ead., *Il teatro lirico e il suo pubblico*, in *Fare gli Italiani. Scuola e cultura nell’Italia contemporanea*, a cura di S. Soldani e G. Turi, 1° vol., *La nascita dello Stato nazionale*, il Mulino, Bologna 1993, pp. 257-304.

ancor di più in passato, pur in assenza di raffinati strumenti d'indagine economica e di promozione territoriale.

Prima ancora di suggerirne di nuovi e più efficaci, andranno individuate e ricostruite alcune azioni di politica culturale storicamente già sperimentate. Oggi avvertiamo l'esigenza sempre più pressante di nuovi *sistemi di governance*, ma spesso non conosciamo quelli attuati in passato; pensiamo alle politiche culturali come parte integrante di una strategia complessiva in grado di creare *reti urbane materiali e immateriali* grazie ad una forte coesione interna, frutto di un lavoro congiunto tra Società e Istituzioni, pronte ad abbracciare la stessa sfida, ma trascuriamo il bagaglio di esperienze accumulato nei secoli; invociamo una corretta definizione del *rapporto Stato-Città* in un'ottica di cooperazione, anche a livello territoriale, ma dimentichiamo quelli che in diverse epoche storiche, per esempio nell'Italia postunitaria, definirono un sistema teatrale e culturale pubblico; e ancora, auspichiamo un più efficace *rapporto pubblico-privato*, attraverso una semplificazione delle procedure amministrative e fiscali, e l'opportunità di ritorni in termini di immagine e visibilità per le imprese che intendono investire in arte e cultura, dimenticando quanto sia già largamente avvenuto in passato.

La cultura, da sempre – e non da oggi –, costituisce un imprescindibile elemento di sviluppo e di crescita per la città, il cui patrimonio artistico e culturale rappresenta il *brand* in grado di contraddistinguere una città dall'altra, una città italiana dal resto del mondo. Il ruolo che la cultura può rivestire nello sviluppo urbano è straordinariamente importante non solo per la sua entità, ma soprattutto per la continuità e l'intreccio con il contesto territoriale ed antropico. Il rapporto tra patrimonio culturale e sviluppo economico territoriale è un tema centrale e complesso, ma strategico: culture, identità, conoscenze, innovazioni e creatività sono fattori rilevanti dei processi di progresso socio-economico e di riduzione della povertà. Ma soltanto partendo dalla conoscenza e da una solida base documentaria, è possibile dedicare risorse e attenzioni alla catena del valore del bene culturale.

Oggi le *città d'arte e di cultura* costituiscono uno degli elementi più caratterizzanti del nostro sistema di offerta culturale: esse si pongono come un potenziale fattore di vantaggio competitivo non soltanto sul versante del mercato turistico, ma anche su quello della produzione creativa vera e propria. Per capire cosa sia esattamente una *città*

d'arte è necessario cogliere la relazione tra l'identità storica e simbolica di una città e i suoi processi di sviluppo economico e sociale. Il potenziale di sviluppo di una città *d'arte* viene oggi, sempre più spesso, declinato soprattutto sul versante turistico, spesso facendo riferimento a una retorica celebrativa e a un immaginario oleografico e datato, ma, di fatto, poco indagato dalla ricerca storica. La città-cartolina si ritiene così adeguata a soddisfare le aspettative di un mercato turistico di massa dai gusti non particolarmente sofisticati, ma con buone capacità di spesa. Una scelta che, alla lunga, non ha pagato perché ha finito per modellare la città a misura di un *customer orientation*, svilendone progressivamente l'autenticità, la vitalità culturale, la capacità d'innovare, consegnandosi a una logica di puro sfruttamento di una rendita dalle basi sempre più esili. Se si vuole dare nuovo slancio e nuova attualità alle città *d'arte*, e si vuole creare sviluppo attraverso la cultura, è necessario entrare appieno in una logica d'investimento, rischio, sperimentazione, sapendo che la cultura ha un senso, anche economico, soltanto quando è viva, capace di esplorare nuovi territori, indurre il cambiamento, liberare nuove energie²⁶.

Ciò che oggi invociamo come necessario, fu proprio ciò che in tarda età moderna accadde nelle antiche città *d'arte* italiane. L'autenticità, la vitalità culturale, la capacità d'innovare caratterizzarono la vita culturale e produttiva di Napoli tra Settecento e primo Novecento, fino ad arrivare al *boom* della «canzone napoletana» che, valorizzando l'identità culturale più vera del popolo partenopeo, riuscì a conferire nuovo vigore all'economia urbana, proiettando la città di Napoli, in maniera assolutamente inaspettata, sulla scena internazionale e, ancora oggi, ne costituisce l'elemento più caratteristico ed il *prodotto* più vendibile nell'offerta turistica.

Ripercorrendo quel periodo di grandi trasformazioni, spiccheranno non soltanto i ritratti di operatori, che oltre ad essere gestori in economia dei teatri furono anche dei veri e propri progettisti di un'idea di spettacolo, ma anche le diverse forme di finanziamento pubblico e privato di cui lo spettacolo dal vivo beneficiò nei secoli e l'imponente indotto economico e commerciale che animò la vita cittadina. L'obiettivo è, dunque, quello di offrire un'ulteriore riflessione su un'industria culturale che ha le sue

²⁶ Pier Luigi Sacco (a cura di), *Cultura e creazione del valore: processi formativi e nuovi modelli di sviluppo per le economie post-industriali*, Soveria Mannelli, 2004: Id. *Introduzione a Modelli di sviluppo delle città d'arte, I Rapporto nazionale*, a cura di G. Scognamiglio, F. Velani, Lucca, Promo P.A. Fondazione, 2011, pp. 21-25.

radici più profonde nella costruzione di un mercato musicale che sin dall'inizio incrociò quello teatrale: si tratta dell'ampio settore delle *performing arts* (musica strumentale ed operistica, balletto, teatro...) che, come si è detto, a differenza delle *visual arts*, presenta una sua particolare complessità.

Non è un caso se, tra gli studiosi di turismo, sia cresciuta l'attenzione alla socialità dei visitatori italiani e stranieri nelle città, soprattutto intorno ai luoghi dello spettacolo. Diverse sono le trasformazioni vissute dalle città italiane ed europee in relazione al settore della cultura e del tempo libero, settori di sviluppo soggetti a dinamiche di mercato così come di discorso politico e di azione; punti focali sia per l'imprenditoria locale che per la *governance* della città.

In particolare, le capitali europee del secolo XIX furono segnate dall'espansione dei loro spazi teatrali²⁷, ma l'inflazione di edifici teatrali che ne derivò non fu una meccanica risposta all'aumento della domanda di intrattenimento da parte di società urbane in espansione. Nell'Italia risorgimentale, si trattò piuttosto di un massiccio investimento da parte delle autorità e delle *élites* locali nel quadro di un progetto di "modernizzazione" dell'apparato urbano, che va letto come un atto di affermazione della loro specificità culturale²⁸.

A partire dalle dimensioni materiali del teatro di fine Ottocento, è possibile ricostruire l'evoluzione della sua funzione sociale, proprio nel momento in cui l'affermarsi di una produzione teatrale di tipo più commerciale ne minacciava il prestigio culturale con cui era sorto.

L'evoluzione delle architetture teatrali e le modalità del loro inserimento nello spazio urbano, determina, ancora oggi, i cambiamenti delle frequentazioni del teatro e della sua produzione. Luoghi centrali della vita culturale, in grado di registrare i più piccoli mutamenti del gusto e del costume di un popolo, i teatri hanno sempre caratterizzato ogni fase dello sviluppo della civiltà occidentale.

E' sempre la città, con le sue piazze e i suoi luoghi pubblici, che si afferma nel teatro all'italiana, con il tipico impianto a ferro di cavallo, contornato da diversi ordini di palchi a simulare finestre e balconi. Tra l'architettura del teatro e lo spazio urbano si

²⁷ C. Charle, *Les théâtre et leurs publics à Paris, Berlin et Vienne 1860-1914*, in *Capitales culturelles*, a cura di C. Charle e D. Roche, Paris, Publ. de la Sorbonne, 2002, pp. 403-420.

²⁸ C. Sorba, *Teatri. L'Italia del melodramma nell'età del Risorgimento*, Bologna, Il Mulino, 2001.

stabilisce quindi un rapporto di osmosi che mette in scena la città: il teatro è l'elegante messa in scena di una realtà idealizzata; la città presenta caratteri scenografici sia nella configurazione dei suoi spazi che nei rituali delle feste. Il legame con la città diventa più esplicito se guardiamo alla permeabilità degli spazi di servizio al teatro, che diventano percorsi di attraversamento e luoghi di sosta in continuità con quelli urbani. La costruzione di un impianto complesso come quello dedicato a spettacoli e manifestazioni culturali all'interno di un tessuto urbano, già consolidato o di nuova formazione, costituisce un'azione strategica per la riqualificazione di intere porzioni di città in aree centrali o periferiche²⁹.

Negli anni, nella progettazione degli spazi teatrali, si è posta sempre maggiore attenzione alla funzionalità e alla efficacia dell'atto scenico, perfezionando la "macchina teatrale", l'assetto acustico della sala, provvedendo ad una disposizione più "democratica" dei posti per il pubblico, ottimizzando la qualità della visione dello spettacolo da parte di tutti. Ma è forse nell'aspetto urbanistico che l'edificio teatro ha avuto le modifiche più rilevanti, trasformandosi in un complesso culturale che oggi racchiude in sé numerose funzioni di servizio e costituisce un centro di attrazione culturale e ricreativa³⁰.

Ciò che pure si carica di un profondo valore simbolico è la posizione dell'edificio teatrale nell'impianto urbano: storicamente situato nei pressi delle Vie Magistrali, dei centri storici, delle piazze più frequentate o a ridosso di palazzi reali. E' il caso del Real Teatro di San Carlo a Napoli: il sito destinato all'inserimento dell'edificio teatrale nella struttura urbana è al tempo stesso costitutivo dell'identità del teatro e determinante

²⁹ Sul valore simbolico e sulle trasformazioni sociali e architettoniche dei teatri cfr. tra gli altri F. Cruciani, *Lo spazio del teatro*, Roma-Bari, Laterza, 2005; R. Pasqualetti, *Editoriale*, in *Il teatro nella città contemporanea*, Collana Architetture Pisane (20), Pisa, Edizioni ETS, 2010, pp. 7-15; M. Serino, *Spazio urbano e spazio teatrale nell'organizzazione dello spettacolo dal vivo*, in *Metropolis*, 26 luglio 2011 – [Tafter Journal](#).

³⁰ All'interno di esso, oltre alla sala principale per l'opera, troviamo sale per conferenze, scuole di musica e di ballo, musei, biblioteche, spazi commerciali, sale giochi, ristoranti e via dicendo. L'edificio teatro crea un punto focale del tessuto urbano e può conferire verso l'intorno o verso nuovi insediamenti residenziali, capacità relazionali forti, innalzandone il livello della qualità abitativa, nonché condizionandone in positivo il decoro urbano. Non solo. Spesso il teatro, oltre a costituire un punto di riferimento architettonico, ridisegna addirittura il profilo della città. [R. Del Prete, *Benevento City of Theaters*, relazione presentata all' International Workshop, *Heritage and Cityscapes*, Roma 5-6 Ottobre 2012, Facoltà di Economia "Federico Caffè", in corso di pubblicazione].

nell'atteggiamento del suo pubblico, al punto da definire il tipo di frequentazione del teatro e di quello stesso spazio urbano³¹.

La cura per i luoghi dello spettacolo fu profondamente radicata nel tessuto delle società urbane sin dall'antichità e si pose come un elemento centrale nella produzione dell'immaginario e nella vita sociale per i ceti nobiliari, per l'ambiente patrizio, per l'alta borghesia mercantile e finanziaria, così come per i ceti intellettuali e quelli artigiani. Intorno a quel luogo, dentro e fuori lo spazio scenico, si definì, inoltre, un'originale attività imprenditoriale, quella dell'impresa teatrale o, più in generale, culturale.

Sulla base di queste osservazioni, nel tentativo di contribuire alla ricostruzione di una particolare storia d'impresa, quella teatral-musicale, che ha radici antiche e trova la sua stagione più florida nella prima metà dell'Ottocento, porremo a noi stesse dei quesiti sulla metodologia della ricerca da seguire e sulle questioni da indagare. Tutto cominciò con la commedia dell'arte, continuò con l'opera buffa per trovare l'apice della sua evoluzione culturale, politica ed economica nel melodramma. In un contesto produttivo multiforme e plurale, si definirono prodotti, produttori e distributori, su cui è necessario oggi convogliare anche le energie della ricerca storico-economica.

Come si definì la domanda e l'offerta della musica nel periodo risorgimentale? Quale fu la geografia dei luoghi della musica italiana? Quale fu il ruolo dello Stato nello sviluppo di una cultura musicale che diventò un vero *brand* nazionale prima ancora che locale? Quali ruoli professionali e produttivi si definirono nel suo mercato? Quali strategie si adottarono per assicurare importanti commissioni e grande pubblico? Quali i costi degli allestimenti? Come si definì l'*industria dell'intrattenimento*, fondata oggi per lo più sul "grande evento" per attirare una consistente fascia di turismo culturale?

Per provare a dare risposta ad alcune di queste domande, riteniamo utile partire dalla nascita di un mercato musicale italiano e da un particolare contesto urbano, quello napoletano, in cui, tra la seconda metà del Settecento e la prima metà del Novecento, si

³¹ M. Gallina, *Organizzare teatro. Produzione, distribuzione, gestione nel sistema italiano*, Milano, Franco Angeli 2007, p. 277.

consumò un'originalissima avventura imprenditoriale dello spettacolo dal vivo ed in particolare della musica³².

4. Napoli, il tempo libero e l'industria dell'intrattenimento tra feste, giochi, cuccagne, balli, spettacoli e accademie musicali

Il retroterra musicale napoletano, in particolare quello ricostruito per tutto il secolo XVII, precede l'introduzione sistematica del teatro d'opera nelle città italiane, gettando le basi per la creazione di un mercato dello spettacolo dal vivo che diversificherà nel tempo la sua offerta culturale e spazi e modi di realizzazione, sostenendo le variazioni della domanda³³. Musicisti, cantanti e canterine, ballerini, acrobati e giocolieri: furono tantissimi gli uomini, le donne e i bambini, che “vissero d'arte”, contribuendo con i loro impieghi “professionali” a produrre reddito, consumi, acquisti e modificando, tra fasti e debiti, l'assetto socio-economico di una società che nel teatro trovava la sua rappresentazione simbolica³⁴.

«L'immagine di un popolo festaiolo che, senza preoccuparsi delle sue più gravi e incombenti esigenze di vita (casa, abiti, alimentazione, cultura ecc.) dissipa e fa dissipare ingenti mezzi finanziari in episodi di artificiosa euforia che, dopo poche ore e poche giornate di

³² Di questi temi ci siamo già occupati in R. Del Prete, *L'avventura imprenditoriale della musica nell'Ottocento: i luoghi, i protagonisti, il sistema di produzione e di fruizione, l'editoria*, in *Prima e dopo Cavour: la musica tra stato sabauda e Italia unita (1848-1870)*, a cura di E. Careri e E. Donisi, in corso di pubblicazione.

³³ D. A. D'Alessandro, A. Ziino (a cura di), *La musica a Napoli durante il Seicento*, Edizioni Torre d'Orfeo, Roma, 1987; L. Bianconi, R. Bossa (a cura di), *Musica e Cultura a Napoli dal XV al XIX sec.*, Olschki, Firenze 1983, pp. 61-77; R. Del Prete, *La trasformazione di un istituto benefico-assistenziale in scuola di musica: una lettura dei libri contabili del Conservatorio di S. Maria di Loreto in Napoli (1586-1703)*, in M. Marino, R. Cafiero (a cura di), *Francesco Florimo e l'Ottocento musicale*, Jason Editrice, Reggio Calabria 1999, pp. 671-715; Ead., *Un'azienda musicale a Napoli tra Cinquecento e Settecento: il Conservatorio della Pietà dei Turchini*, in «Storia Economica», 1999, n. 3, pp. 413-464; Ead., *Il musicista a Napoli nei secoli XVI-XVII: storia di una professione*, in S. Zaninelli, M. Taccolini (a cura di) *Il lavoro come fattore produttivo e come risorsa nella storia economica italiana*, Vita&Pensiero, Milano 2000, pp. 325-335; Ead., *I figlioli del Conservatorio della Pietà dei Turchini di Napoli nella seconda metà del Settecento: percorsi di studio e opportunità professionali*, in «Nuova Rivista Storica», I fasc. 2009, pp. 205-222; Ead., *Tra botteghe, cappelle e teatri: l'articolazione socio-professionale della famiglia dei musicisti a Napoli in età moderna*, in G. Da Molin (a cura di), *Ritratti di famiglia e infanzia. Modelli differenziali nella società del passato*, Bari, Cacucci, 2011, pp. 51-71.

³⁴ Su questi temi, anche se per un periodo precedente, cfr. tra gli altri, P. Besutti, *Note e monete. Strategie economiche di musicisti nella prima Età moderna*, in *Vivere d'arte. Carriere e finanze nell'Italia moderna*, a cura R. Morselli, Roma Carocci, 2007, pp. 167-204.

manifestazioni – nella maggior parte dei casi poco diverse l’una dell’altra – si dissolvono come la schiuma sull’onda senza lasciare alcuna traccia benefica.

Chi queste cose predica, non potrà mai varcare la soglia dell’animo di questo popolo, perché non riesce a cogliere la genuinità di certi atteggiamenti e la profondità radicata di certi comportamenti, che si sottraggono al giudizio sulla utilità o meno del loro verificarsi»³⁵.

La segreta aspirazione del napoletano a essere, nello stesso tempo, attore e spettatore in una qualsiasi rappresentazione, specie se animata da parole, suoni e colori, potrebbe bastare a darci una prima, frettolosa spiegazione di questa sua propensione all’organizzazione e alla partecipazione a festeggiamenti di vario genere³⁶. Una cosa è certa, e la voce autorevole di Giuseppe Galasso ci supporta nell’affermazione: «a Napoli mancavano tante cose (grano e pane, controllo urbanistico e dell’edilizia, l’autonomia economica e finanziaria del suo commercio...), ma a Napoli non è mai mancato il lustro della cultura e dell’arte»³⁷. La tradizione dello spettacolo dal vivo, in particolare, ha a Napoli origini antichissime. Senza andare troppo indietro nel tempo, per ricordarne il valore sociale, religioso, politico e finanziario, basterà ricordare le feste barocche, le feste sull’acqua del viceré d’Onâte, fino a quelle dello storico albero della cuccagna montato in Piazza del Plebiscito. Le informazioni che desumiamo dagli *avvisi* manoscritti, con cui *avvisatori*, *fogliettati* o *gazzettanti* diffondevano le notizie gettando le basi del moderno giornalismo, ci descrivono le numerose occasioni pubbliche per far musica: oltre che al teatro d’opera, di cui parleremo in maniera più estesa, le occasioni per far *festa* a Napoli erano davvero tante, la musica sacra, ad esempio, rispondeva ad una domanda sostenuta dalle numerose chiese napoletane, dagli oratori, dalle congregazioni, dalle accademie; c’era poi la musica nelle case per festini, nozze o battesimi; la musica destinata alle occasioni celebrative del potere politico, le feste religiose e tanto altro ancora³⁸.

³⁵ G. Russo, *Vita popolare napoletana dal 1860 a oggi*, in *Storia di Napoli*, ESI, vol. X, pp. 645-715, p. 697.

³⁶ *Ibidem*.

³⁷ G. Galasso, *Breve premessa alla storia civile e sociale di Napoli*, in *Musica e cultura a Napoli dal XV al XIX secolo*, a cura di L. Bianconi e R. Bossa, Firenze, Olschki editore, 1983, pp.13-27.

³⁸ F. Mancini, *Feste ed apparati civili e religiosi in Napoli dal Viceregno alla Capitale*, Napoli, ESI, 1968 e Id., *Feste, apparati e spettacoli teatrali nella Napoli sei-settecentesca*, in *Storia di Napoli*, VI, 2, Società editrice Storia di Napoli, pp.1157-1219.

Cuccagne, macchine spettacolari, feste accompagnate da suoni e spari, giocolieri, serragli, acrobati di ogni specie, caratterizzarono la vivacità, spesso frenetica e incontrollata, di una città animata da una profonda vocazione teatrale. Mare, musica e teatro sono, da sempre, gli elementi caratterizzanti del mito cittadino di una delle più frequentate capitali europee dell'epoca.

A metà Seicento, Napoli aveva già i suoi teatri e le sue Scuole di Musica che, interagendo con il territorio e con la domanda di “servizi musicali”, costruirono il terreno per la creazione di un mercato dello spettacolo dal vivo³⁹. L'orientamento verso l'istruzione musicale dei quattro antichi conservatori, la moltiplicazione delle sale e delle occasioni teatrali, la crescita del numero degli addetti alla produzione dello spettacolo e l'infittirsi dei loro viaggi fuori del regno per “vendere” i testi e le immagini di quella che cominciava ad essere chiamata la Scuola napoletana, che stava diventando un vero *made in Italy*, furono le componenti di una moda culturale in notevole crescendo nei primi decenni del secolo XVIII⁴⁰.

Napoli, città del *loisir*, che sul finire del Settecento era già meta privilegiata del *Grand Tour*, richiamando artisti e intellettuali da tutta Europa in cerca di ispirazione, costruì o forse modificò soltanto, nell'Ottocento, il suo sistema dello spettacolo dal vivo. Certamente, agli inizi del nuovo secolo il fervore artistico che aveva caratterizzato il teatro e la musica napoletani, visse il tramonto di un'epoca che aveva visto Napoli come un centro musicale europeo in cui certi aspetti stilistici, caratteristici dell'opera, della cantata e, più in generale, dello stile solistico vocale, si erano definiti e diffusi in tutta Europa.

Agli inizi dell'Ottocento le scuole musicali che avevano costituito un primo esempio di istruzione musicale strutturata e destinata a creare i professionisti del mercato musicale (cantanti, strumentisti, copisti, maestri...), sotto l'impulso della riorganizzazione francese, venivano fuse in un unico Conservatorio di musica, prima il Real Collegio di San Sebastiano, poi il Conservatorio S. Pietro a Majella⁴¹. L'istituto, pur mantenendo una sua autonomia amministrativa, perse molti dei musicisti che avevano dato i natali alla Scuola Musicale Napoletana e visse la crisi di un sistema che

³⁹ R. Del Prete, *Un'azienda musicale a Napoli*, cit.

⁴⁰ *Ibidem*.

⁴¹ R. Cafiero, *Il Real Collegio di Musica di Napoli nel 1812: un bilancio*, in «Analecta Musicologica», Band 30/I-II, Laaber Verlag, 1998, pp. 635-659.

doveva ora fare i conti con le difficoltà dei teatri di garantirsi sovvenzioni e finanziamenti necessari alla sopravvivenza delle stagioni teatrali e che impediva loro di “assumere” cantanti, copisti o musicisti che i Conservatori avevano loro fornito per tutto il Settecento. Inoltre, i gusti del pubblico cambiarono e la musica cosiddetta colta ed ormai rappresentativa quasi esclusivamente di *élites* sociali, cominciò a perdere il suo *appeal*.

Nel corso dell'Ottocento Napoli assunse la piena connotazione di “città dei teatri”: a quelli regi (San Carlo e Fondo), si aggiunsero quello de' Fiorentini, il Teatro Nuovo e poi il San Ferdinando ed il San Carlino⁴². Ma molti altri erano i luoghi dello spettacolo e del tempo libero nella *città del loisir*: luoghi pubblici e privati, dimore aristocratiche e borghesi, salotti, circoli e, più tardi, *café chantants*.

Il Teatro San Carlo, fondato da Carlo III di Borbone nel 1737, distrutto nel 1816 da un incendio, fu ricostruito dall'architetto toscano Antonio Niccolini per una spesa totale di 241.000 ducati e restituito, in soli sette mesi, alla città. Responsabile delle sorti del San Carlo sarà, dal 1809 al 1840, l'impresario Domenico Barbaja che proveniva dal Teatro La Scala di Milano, dove, nel 1805 aveva già sperimentato l'introduzione del gioco d'azzardo nel *foyer* del teatro (a Milano aveva inserito la roulette, a Napoli andò dal gioco dei dadi a quello delle carte)⁴³.

Meta per eccellenza del *grand tour* italiano, il teatro reale assecondava le esigenze della cultura ufficiale, esprimendo tutto il fasto ed il potere borbonico e, assumendo una funzione socio-politica di grande rilevanza, accoglieva nobili forestieri, diplomatici in missione, e seguiva il calendario della Corte (onomastici, compleanni, matrimoni, nascite, fidanzamenti, ma anche vittorie militari ed eventi sociali di rilievo)⁴⁴.

⁴² Elencarli tutti sarebbe lunghissimo, ma ricordiamo ancora il teatro Partenope, quello della Pietà dei Turchini, di Donna Marianna, Donna Michela, Donna Peppa, il San Severino, il teatro della Darsena, il Bellini, il Sannazzaro, il Metastasio e tanti, tanti altri. Per il sistema teatrale di Napoli nel primo Ottocento si veda P. Maione, F. Seller, *I Reali Teatri di Napoli nella prima metà dell'Ottocento*, Caserta, Santagata-Istituto Italiano per gli Studi Filosofici, 1994.

⁴³ P. Maione, *Da Napoli a Vienna: Barbaja e l'esportazione di un nuovo modello impresariale*, «Römische Historische Mitterlungen», 44/2002, pp. 493-508; M.R. Pelizzari, *Dalle caserme ai salotti: gioco d'azzardo, teatro e loisir a Napoli tra fine Settecento e Decennio francese*, in *Ordine e disordine. Amministrazione e mondo militare nel Decennio francese*, a cura di R. De Lorenzo, Napoli, Giannini, 2012, pp. 381-408.

⁴⁴ C. Meldolesi, F. Taviani, *Teatro e spettacolo nel primo Ottocento*, Roma-Bari, 1991, pp. 103 *passim*

Fu Carlo di Borbone a costruire, per primo, un vero e proprio sistema dello spettacolo dal vivo, conferendogli un'equilibrata organizzazione messa poi in crisi da interferenze di ogni genere che, negli anni, non poterono non tener conto dell'infittirsi degli ingranaggi del sistema. L'assetto definitivo fu raggiunto successivamente con l'intervento dei Francesi. L'organizzazione spettacolare della capitale, infatti, fu nei secoli oggetto dell'attenzione governativa: l'abbondanza di regolamenti, leggi, decreti, norme, che caratterizzarono il decennio francese, invase anche il mondo dello spettacolo che, grazie ad un'attenzione particolare, beneficiò di non poche migliorie proiettate in una visione moderna ed efficiente⁴⁵.

L'intervento francese sulla complessa macchina performativa napoletana si concretizzò innanzitutto in un impianto legislativo, la cui costruzione cominciò, con vari tentativi di riordino artistico, tra la fine del 1806 ed il 1807 e trovò il suo assetto definitivo nel decreto del 7 novembre del 1811 che, in 39 articoli, regolamentò in maniera organica e definitiva la materia teatrale, intervenendo nella programmazione e nella gestione delle sale, riprogrammando la sempre più frenetica vita musicale di palazzo e confermando la Real Cappella ed il Teatro Regio i centri propulsivi del potere⁴⁶.

L'intrattenimento quotidiano per l'aristocrazia e la nuova borghesia napoletane fu assicurato, ma non mancò il coinvolgimento delle classi più popolari: feste di ballo, accademie musicali, spettacoli teatrali e appuntamenti enogastronomici di vario genere garantirono un uso del tempo libero sempre all'impronta dell'allegria e della buona musica.

I salotti borghesi della Napoli ottocentesca, in particolare, si fecero promotori di una propria attività musicale con cadenza settimanale, offrendo spesso occasioni di lancio per giovani talenti locali. Venne inaugurato il rito delle "periodiche", appuntamenti salottieri in cui si lanciavano nuove composizioni musicali o letterarie e, al tempo

⁴⁵ M. Traversier, *Gouverner l'opéra: une histoire politique de la musique à Naples, 1767-1815*, Roma, Ecole Française de Rome, 2009; si rimanda inoltre alla corposa bibliografia riportata in P. Maione, F. Seller, *Scene musicali a Napoli nel primo Ottocento*, in *Passatempo musicali. Guillaume Cottrau e la canzone napoletana di primo '800*, a cura di P. Scialò e F. Seller, pp. 87-98.

⁴⁶ La vita spettacolare al tempo di Murat è tratteggiata in P. Maione, *La clemenza di Gioacchino*, in *Protagonisti nella Storia di Napoli: Gioacchino Murat*, a cura di A. Scirocco, Napoli, Elio De Rosa editore, 1994, pp. 50-59. Il decreto legislativo del 1811 è riportato integralmente in P. Maione, F. Seller, *I Reali Teatri di Napoli*, cit. pp. 115-121.

stesso, si riproponevano pezzi di repertorio, in particolare brani di musica antica⁴⁷. Si trattava di incontri periodici in cui ci si intratteneva piacevolmente, con leggerezza, cantando, recitando e ballando. Un testo di Raffaele Viviani, *Fatto di cronaca*, nel 1922, mette in scena una delle usanze più diffuse tra la piccola borghesia napoletana che scimmietta i costumi delle famiglie patrizie e alto borghesi. Una prassi, a quell'epoca, ormai consolidata che, partendo dalle arie più orecchiabili della cultura musicale ufficiale, scatena un forte interesse per la musica popolare. Il repertorio in voga nelle sale private, infatti, era particolarmente variegato e riutilizzava prevalentemente il genere operistico, in diverse varianti: trascrizioni, variazioni, parafrasi che incontrarono immediatamente le esigenze del mercato editoriale locale, costretto dalle circostanze a spostare la propria attenzione sui brani più favoriti del repertorio melodrammatico, variando la composizione dei propri cataloghi e pubblicando un cospicuo patrimonio di fogli d'autore (alcuni decisamente autorevoli come Rossini, Ricci, Donizetti) che ebbero una circolazione ed una fruizione capillare. Si trattò di una scelta editoriale molto efficace che troverà la sua affermazione più autorevole solo sul finir del secolo⁴⁸.

Ciò che più colpisce, nella cultura teatrale ottocentesca napoletana, è lo stretto e persistente rapporto tra la tradizione teatrale e musicale settecentesca, di matrice alta, e l'invadente scena popolare delle *pulcinellate*, con le sue farse, parodie e comicità. Il mutamento sociale cui era soggetta la Napoli del dopo Rivoluzione del 1799, si faceva sempre più evidente ed il teatro ne raccoglieva i segnali: il pubblico stava cambiando ed era sempre più desideroso di novità. Dal canto suo, l'industria dello spettacolo era ormai ben articolata nei suoi diversi segmenti e, sempre più libera dai vincoli del potere costituito, poté sperimentare nuove pratiche musicali, sia a livello dilettantistico (con l'esplosione delle società filarmoniche e filodrammatiche) sia a livello professionale e artistico.

Si definì un mondo complesso e diversificato, in cui si avvertiva l'esigenza di agenti, impresari, critici e riviste specializzate ed ebbe inizio il dibattito sul tema della promozione pubblica delle arti sceniche, mai sopito e tutt'ora vivo e intenso. Napoli, come Venezia, erano le città italiane in cui più che altrove si andava affermando il

⁴⁷ F. Seller, *Il recupero della musica "antica" nell'editoria napoletana dall'Unità d'Italia alla Grande Guerra*, in *Alessandro Longo: l'uomo, il suo tempo, l'opera*, a cura di G. Feroletto, A. Pugliese, Vibo Valentia, Istituto di Bibliografia Musicale Calabrese, 2001, pp. 391-400.

⁴⁸ P. Scialò, *La canzone napoletana dalle origini ai giorni nostri*, Roma, Newton Compton, 1995

nuovo repertorio medio. La quantità del pubblico e dei teatri di cui esse disponevano divennero elementi di forte attrazione per le compagnie itineranti, costrette dalle esigenze del mercato a commisurare tematiche, repertori e forme sceniche, al gusto degli spettatori paganti⁴⁹.

Il boom economico dei teatri aveva imposto il principio dell'efficienza speculativa e gli impresari del primo Ottocento furono in grado di attuarlo. Le stagioni che animarono la vita artistica del Teatro San Carlo fino agli anni Sessanta, lo dimostrano. Al contrario, il ventennio che seguì l'Unificazione italiana non fu tra i più felici della vita del massimo Teatro partenopeo: a momenti di sempre più rara prosperità si avvicendarono crisi e depressioni, come quelle che costrinsero alle "stagioni mute" del 1875 e del 1876, e quella interrotta e faticosamente condotta in porto nel 1893. Il primo Teatro d'Opera d'Europa, visse, nella seconda metà del secolo un evidente e forse inevitabile periodo di declino: in quegli anni la vita musicale della città viveva le sue stagioni migliori in alcuni teatri minori che, grazie alla loro intensa attività e soprattutto ad un nuovo dinamismo propositivo, riuscirono a far fronte all'inedere faticoso e inceppato della grave mole sancarlina. Le testimonianze e le cronache dell'epoca non possono fare a meno di rilevare il sentimento di frustrazione di una città che appariva declassata dal suo rango di capitale europea della musica. Ma Napoli seppe reagire alla crisi del melodramma e la vera svolta avvenne intorno agli anni 1860-70, quando, mentre in quasi tutti i grandi centri teatrali italiani, cominciò a scemare l'interesse per i teatri, di cui certamente rimase l'importante funzione di diffusione culturale d'opere nazionali ed internazionali in un raggio d'azione sempre più ampio, a Napoli, città del *loisir* per eccellenza, si organizzavano spontaneamente canali di fruizione spettacolare alternativi.

E così, nonostante si avvertisse la scarsità e la propulsione di energie e indirizzi musicali originali, permaneva fondamentale l'importanza dei Conservatori, e via via maggiore diventò quello degli ambienti ove si venivano coltivando altri domini musicali oltre quello dell'opera, e tra essi in particolare quello della musica strumentale: aumentarono e progredirono le iniziative per società di concerti e, con loro, l'interesse per la critica e la storiografia musicale.

⁴⁹ S. Ferrone, *Introduzione a Il Teatro italiano. La commedia e il dramma dell'Ottocento*, a cura di S. Ferrone tomo I, V, Torino, Einaudi, 1979, p. XX.

Questi gli aspetti e i centri di attività su cui bisognerà riflettere, senza trascurarne altri laterali, ma di qualche rilievo.

Con la morte di Barbaja e l'assottigliarsi delle sovvenzioni (250.000 franchi nel 1869-1873, 214.243 nel 1889-91), l'attività del San Carlo si svolse in maniera discontinua: fra recite interrotte prima della fine della stagione, diverbi fra impresari e autorità politica, scioperi delle masse⁵⁰. Figura pittoresca, discussa e contestata della storia scancarliana, fu, negli anni '70 don Antonio Musella. L'impresario si distinse per la rozzezza del carattere ed una pessima reputazione: fu solito interrompere il ciclo delle rappresentazioni e spesso fu inadempiente verso gli artisti, ai quali non saldava i *caches* pattuiti. Numerose le sue *gaffes* nei riguardi di cantanti autorevoli e famosa e altrettanto nota è l'indignazione che suscitò in Verdi. Nell'estate del '72, provocò addirittura lo sciopero degli orchestrali rimasti senza onorari e polemizzò aspramente con il sindaco, costretto, in maniera assolutamente inaudita alle dimissioni. Uomo forse poco gradevole, ma dotato di risorse non comuni, gestì le sorti del Massimo partenopeo per almeno un decennio⁵¹, in anni di grandi difficoltà finanziarie per i teatri, spesso costretti alla chiusura temporanea o definitiva. La situazione del San Carlo non fu da meno, come dimostrano i bilanci del teatro relativi alle stagioni del ventennio 1861-1881⁵². Il dettaglio dei costi era suddiviso in costi ordinari, per artisti, e straordinari. Le spese ordinarie comprendevano quelle generali, d'illuminazione, le spese teatrali (attrezzatura, scenografia, costumi, macchinismi, nolo di spartiti, ecc.) e quelle per salariati ed impiegati (cioè coloro che avevano un rapporto continuativo e duraturo con l'impresa teatrale: uscieri, portinai, spazzatori). I costi degli artisti si riferirono esclusivamente a ballerini, cantanti, musicisti, orchestre, bande, coreografi, direttori, ecc., personale contrattualizzato di volta in volta e con criteri spesso diversi. Le entrate rilevano l'entità delle sovvenzioni che potevano essere diverse, come gli «incoraggiamenti» statali o municipali, i rimborsi della soprintendenza o particolari sovvenzioni alle diverse tipologie di artisti. Gli introiti ordinari comprendevano gli incassi per la vendita dei biglietti (venduti al di fuori degli abbonamenti), le entrate per mediazioni e quelle per gli spettacoli diurni. Gli introiti straordinari facevano riferimento a diverse entrate

⁵⁰ J. Rosselli, *Materiali per la storia socio-economica del San Carlo nell'Ottocento*, in *Musica e Cultura a Napoli*, a cura di L. Bianconi-R. Bossa, cit., pp. 369-381.

⁵¹ F. Nicolodi, *Il sistema produttivo*, cit., pp. 177-178.

⁵² R. Del Prete, *L'avventura imprenditoriale della musica*, cit.

straordinarie ed a quelli per feste da ballo. La voce abbonamento, contemplava tutte le entrate per abbonamenti, in platea o nei palchi. Ma non è questa la sede per indugiare oltre sulla situazione finanziaria e sul sistema produttivo del Teatro San Carlo. L'accenno ai bilanci del Massimo partenopeo intende soltanto richiamare l'attenzione sull'importanza delle fonti contabili delle imprese teatrali, per ricostruire non soltanto l'assetto economico-finanziario del teatro, ma per risalire a tante altre informazioni circa il numero e la tipologia delle rappresentazioni, le modalità di reclutamento degli artisti e del personale di scena, i costi di allestimento di un'opera ed i ricavi dalla vendita dei biglietti e degli abbonamenti⁵³.

Resta il fatto che l'opera fosse, e lo è ancor di più oggi, un intrattenimento molto costoso e che per quanto i suoi bilanci fossero in attivo, i ricavi non furono e non saranno mai in grado di coprire interamente le spese del suo allestimento scenico⁵⁴.

Come si è detto, la produzione e l'esecuzione sempre più rare di opere nuove, le difficoltà di esordio dei nuovi talenti, furono fenomeni evidenti di un'attività teatrale ormai in crisi, dopo i fasti della prima metà dell'Ottocento. Il periodo postunitario mise profondamente in crisi i caratteri di fondo del sistema operistico che vedeva mutare il suo quadro di riferimento sociale, economico e produttivo. La stampa dell'epoca riporta i malumori del momento e spesso propone riforme istituzionali e strenui rimedi a quello che appariva come il declino epocale più allarmante per il Paese: «un'umiliante abdicazione dell'Italia alla sua gloria forse più luminosa, proprio nel momento in cui essa poteva finalmente assidersi al concerto delle nazioni europee»⁵⁵.

Ma l'inesauribile richiesta di occasioni musicali non si placò, nonostante il declino dei teatri. A Napoli, in particolare, essa si concretizzò nella nascita di numerose associazioni private, spesso sostenute da impegno mecenatistico, che incentivarono la nascita di cenacoli aperti ai giovani dilettanti. In poco più di trent'anni, dalla fine degli anni '60 ai primi del '900, il numero delle organizzazioni (unitamente ad un numero ridotto di case private) costituitesi raggiunse quasi le 200 unità tra circoli, associazioni,

⁵³ Le informazioni a nostra disposizione, sono al momento corpose e ci consentono di ricostruire l'economia e la produttività dell'impresa teatrale del San Carlo almeno per tutto l'Ottocento, compresi i costi sostenuti per l'impianto della Scuola Governativa di Ballo che, sorta nel 1812 per iniziativa francese, compie quest'anno i suoi 200 anni.

⁵⁴ E' l'irrisolto dilemma di cui parla Baumol in *Performing Arts: The Economic Dilemma*, cit.

⁵⁵ R. Di Benedetto, *Il Circolo Bonamici e il "Primo Congresso Musicale Italiano"*, in *Francesco Florimo e l'Ottocento musicale*, a cura di R. Cafiero e M. Marino, Reggio Calabria, Jason Editrice, 1999, pp. 417-440:417.

società, sale, teatri, salotti e chiese⁵⁶. Alcune di esse ebbero dimensioni e ruoli di non poco conto come la Società Orchestrale al Circolo Mandolinisti Partenopeo, la Filarmonica Bellini o il Circolo Bonamici che, nel 1864, organizzò il Primo Congresso Musicale Italiano per incoraggiare i giovani compositori e dibattere sul ruolo che lo Stato e i Municipi avrebbero dovuto avere nella promozione dei teatri e nel sostegno finanziario⁵⁷. Tra i partecipanti al Congresso vi furono i cinque editori di musica attivi a Napoli, Cottrau, Del Monaco, Girard, Orlando, Clausetti. L'unico ad essere propositivo fu Teodoro Cottrau, allora proprietario tra l'altro della "Gazzetta Musicale di Napoli", che propose il progetto per la tutela del diritto d'autore formulato dall'apposita commissione e successivamente approvato dal Congresso; sue furono anche le proposte di dotare ogni municipio di una biblioteca musicale popolare, e d'istituire un premio annuo di 2.000 lire, che per il primo anno s'impegnava egli stesso ad erogare, per la composizione – parole e musica – di canti corali⁵⁸.

Sul terreno istituzionale, nel 1882 il ministro della Pubblica Istruzione Guido Baccelli istituì la prima Giunta permanente per l'Arte drammatica e musicale. Finalmente uno spazio istituzionale permanente di riflessione e di proposta sui temi chiave della vita musicale e teatrale della nazione⁵⁹. Nello stesso anno il Testo unico del 1882 ridefiniva la normativa sul diritto d'autore e, dopo una lunga gestazione e un grave ritardo rispetto alla situazione francese, inglese e tedesca, fu creata la Società Italiana degli Autori (SIA, poi SIAE), con il compito di vigilare sull'effettivo rispetto della normativa. A Napoli la SIAE nacque nel 1883 grazie a Marco Praga, un commediografo di successo, un critico teatrale autorevole, un punto di riferimento per tutti, soprattutto per i napoletani.

5. L'indotto economico e produttivo della musica: l'editoria ed il commercio a Napoli

Uno dei problemi comuni a tutte le organizzazioni artistiche, pubbliche o private, era, inevitabilmente, la cronica difficoltà economica e l'assenza dell'intervento pubblico.

⁵⁶ A. Tarallo, *Ancora sui circoli musicali e mecenati nella Napoli postunitaria*, in Francesco Florimo *e l'Ottocento musicale*, cit., pp. 441-468.

⁵⁷ R. Di Benedetto, *Il Circolo Bonamici e il "Primo Congresso Musicale Italiano"*, cit.

⁵⁸ Ivi, p. 425.

⁵⁹ C. Sorba, *Musica e Teatro*, cit., p.548.

Nel corso dell'Ottocento, contestualmente all'affermazione dei teatri e del melodramma, si era registrato un importante fenomeno di natura più squisitamente economico-produttivo: la nascita di numerose Case editrici musicali che esercitarono un'influenza decisiva sul mercato dell'Opera. Fu Milano la città più ricca di iniziative imprenditoriali nel settore dell'editoria musicale con i suoi due colossi nazionali, Ricordi e Lucca. In nessun altro contesto musicale europeo lo sviluppo dell'editoria musicale avvenne – almeno nell'Ottocento – in modo tanto concentrato e oligopolistico come a Milano, ed in nessun altro caso, a quanto consta dalle ricerche svolte finora, l'avanzata degli editori svolse un ruolo altrettanto determinante e di così ampia portata⁶⁰.

Quando, alla fine degli anni '60, i gusti del pubblico cominciarono a mutare, avviando lentamente il sistema operistico verso il suo “declino relativo”, vi fu una proliferazione di case editrici che, approfittando di quel cambiamento e dei nuovi consumi, misero in commercio una gran quantità di romanze, ballabili e pezzi per pianoforte, destinati per lo più ad usi “domestici”, ma senza disdegnare brani di musica religiosa, cori patriottici e scolastici, metodi per voci e per strumenti.

Di questo particolare cambiamento seppe bene approfittare l'editoria napoletana che, sin dagli esordi, pur sfavorita nella gara con quella settentrionale, fu sempre particolarmente attenta alle novità e incline agli investimenti.

L'industria editoriale che a Milano era riuscita a dominare le scelte stilistiche dei compositori e i cartelloni di gran parte dei teatri italiani, a Napoli non riuscì a trovare gli stessi spazi, ma non per questo fu meno produttiva. Era prevedibile che, con l'attuazione dell'Unità d'Italia, nella vita musicale, ch'era parte evidente di quella artistica e culturale, anche se per certi versi governata da leggi proprie, i rapporti tra le varie regioni e città italiane, già abbastanza attivi ed efficaci pur quando v'era divisione e pluralità di Stati, si espandessero in correnti più vigorose in quanto più liberamente circolanti e propizie così a quel generale rinnovamento d'arte e di cultura di cui erano già apparsi chiari segni, e a cui contribuivano con forza crescente circostanze ed eventi di varia natura.

⁶⁰ S. Baja Curioni, *Casa Ricordi*, cit.

Sin dalla seconda metà del Settecento, Napoli si era distinta come un centro di produzione editoriale di notevole portata, specializzandosi nella pubblicazione *clandestina* di testi goldoniani: si trattò di un'intensa produzione di ristampe abusive di innumerevoli originali goldoniani che a Napoli, ma non solo, trovarono un buon mercato⁶¹. Senza dubbio, gli editori napoletani si distinsero per prontezza, tempismo imprenditoriale e la consueta partenopea "capacità di arrangiarsi", cogliendo le occasioni del momento. Nello stesso periodo, una forte domanda musicale proveniva costantemente sia dagli ambienti alti e professionali (strumentisti e compositori) sia da quelli medio e piccolo-borghesi, dove l'uso della musica, pur assumendo una caratterizzazione più domestica, nell'inesauribile richiesta di occasioni d'intrattenimento musicale, alimentava una sostenuta domanda di fogli, spartiti e testi teatrali o di canzoni, cui cercavano di far fronte prima le numerose copisterie sparse in città, poi le stamperie annesse alle prime case editrici.

La richiesta di testi e spartiti per balli di sala, liriche da camera e canzoni in vernacolo aumentò con l'intensificarsi delle "periodiche" e delle "pulcinellate". Appuntamenti che divennero le occasioni più frequenti e frequentate, almeno fino al primo ventennio del Novecento, in cui la cultura ufficiale e tradizionale incontrava quella più popolare, di tradizione orale, che determinarono uno degli eventi editoriali più importanti per il mercato musicale napoletano: la pubblicazione, nel 1827, dei *Passatempi musicali* curata da Guillaume Cottrau, un'antologia che, per la prima volta, raccoglieva, in una veste editoriale più funzionale, fruibile ed assolutamente originale, una produzione infinita di fogli volanti distribuiti fino a quel momento sulle numerose bancarelle che animavano il commercio nei vicoli del centro cittadino e che riproducevano quel fiorire di opere d'intrattenimento salottiero che avrebbe dato vero slancio all'editoria musicale ottocentesca⁶².

I principali acquirenti dei prodotti editoriali di Cottrau – che intanto era diventato socio della casa editrice Girard –, spartiti, litografie, raccolte e canzoncine popolari, furono proprio i frequentatori dei salotti che, ormai in balia del movimento di globalizzazione che cominciava in quel periodo – per dirla con Marialuisa Stazio –,

⁶¹ A. Scannapieco, *Vicende della fortuna goldoniana nella Napoli del secondo Settecento*, in *Oltre la Serenissima. Goldoni, Napoli e la cultura meridionale*, a cura di Antonia Lezza, A. Scannapieco, Napoli, Liguori, 2012, pp. 11-25.

⁶² P. Scialò, F. Seller (a cura di), *Passatempi musicali*, cit., *passim*

furono costretti a recuperare la propria identità ristrutturando i propri orizzonti in un'ottica globale e borghese:

«Ci troviamo, io credo, alle radici del carattere *glocal* della futura canzone napoletana. Quello che oggi chiamiamo glocalizzazione, indica il doppio movimento della cultura che, mentre si apre e si omogeneizza, nello stesso tempo valorizza alcuni aspetti del locale, sia per garantire la necessaria dinamica culturale, sia per sfruttarli economicamente. Questa ultima possibilità dipende essenzialmente dalle possibilità e capacità d'integrazione dei gruppi dominanti locali nel sistema economico e culturale più ampio. Ma anche dalle capacità di differenziazione e di creazione dell'immagine locale generate dalle attività culturali. Ciò provoca una destrutturazione parziale della dinamica culturale in relazione alle sue dimensioni antropologiche ed estetiche, ed una ristrutturazione – anch'essa parziale – operata a partire da una logica economica. La relazione tra valorizzazione degli aspetti di identità e di immagine locali – con quanto di esse è legato ai patrimoni culturali materiali e immateriali – in un'ottica di sfruttamento economico sui mercati globali è pertanto di importanza strategica. Pare che Ferdinando IV (poi, dal 1816, Ferdinando I, re delle Due Sicilie) lo avesse già intuito»⁶³.

Ma l'editoria napoletana non si fermò all'intraprendenza ed alla lungimiranza di Cottrau e, grazie alla circolazione di poetiche e correnti di pensiero giunte d'oltralpe, cominciò ad impegnarsi nella diffusione delle novità librarie, nell'individuazione dei testi e degli autori emergenti.

La produzione editoriale di quegli anni, anche quando era specificamente musicale, si inseriva in contesti di innovazione e trasformazione che riguardavano la società ed il contesto urbano di riferimento a più livelli. Ricordiamo, tra i tanti, l'eccezionale avvenimento dell'inaugurazione della ferrovia Napoli-Portici che costituì lo spunto per una delle commedie di Altavilla, *Na juta a Castiellammare per la strada de fierro, con Pulcinella cuoco di un finto tedesco e viaggiatore di terza classe*⁶⁴.

⁶³ M. Stazio, *Back to the Future. Guillaume Cottrau. Viaggio temporale fra "Divertimenti per Pianoforte" e canzone napoletana, ovvero: la storia ricostruita dai suoi esiti*, pp. 209-246: 212.

⁶⁴ Lo spettacolo fu allestito 5 anni dopo alla presenza di Ferdinando II al Teatro del Fondo, la sera del 28 novembre 1844 [A. Lezza, *La cultura teatrale del primo Ottocento. Intersezioni e interferenze*, in *Passatempi musicali*, cit., pp.99-118: p. 113].

Non era ancora esploso il boom della «canzone napoletana», ma il legame dell'editoria napoletana con il sistema produttivo nazional-popolare dell'Opera, dominato in primis dalla milanese Casa Ricordi, era altrettanto produttivo.

Il primo avamposto di Casa Ricordi nel regno delle Due Sicile fu quello creato dall'attività editoriale di Pietro Clausetti che a diciotto anni fu assunto dalla Ditta Ricordi in qualità di incisore. In quegli anni, presso Casa Ricordi, si avviava una vera e propria scuola di incisione musicale. Il giovane Clausetti vi esercitò il suo apprendistato e subito dopo, nel 1841, si trasferì a Napoli dove, con il fratello Lorenzo, fondò una casa editrice musicale proprio «rimpetto il Regio Teatro S. Carlo», mentre la calcografia fu situata in via Nunziatella.

Le pubblicazioni Clausetti «spiccavano per eleganza, pel testo grazioso e per altre nuove e belle qualità di tipi che qui non si erano ancora veduti. Richiamavano l'attenzione soprattutto i frontespizi, alcuni dei quali potrebbero ancora oggi presentarsi quali eccellenti modelli di arte industriale»⁶⁵. Il primo Catalogo dello Stabilimento musicale di Pietro e Lorenzo Clausetti venne pubblicato nel 1860 e raccolse una varietà di opere, da Rossini, Bellini, Donizetti e Verdi a Meyerbeer, Weber, Auber e Mendelssohn⁶⁶.

Intanto, Casa Ricordi consolidava il suo potere editoriale assorbendo numerose altre case editrici musicali e l'interesse per la piazza napoletana si faceva sempre più forte: già nel 1834 G. Ricordi aveva stipulato un contratto per la proprietà delle nuove opere scritte per Napoli e un decennio dopo vi si recò personalmente per stringere accordi con l'impresario dei reali teatri napoletani. Dopo il 1860, la politica espansionistica di Casa Ricordi in direzione di Napoli si fece più esplicita: prima costituì una società commerciale con i Clausetti (con il nome di «Tito di Gio. Ricordi e fratelli Clausetti»), poi, nell'agosto del 1864, Tito Ricordi rilevò definitivamente lo stabilimento napoletano dietro il pagamento di 70.000 lire per il negozio e per lo stabilimento calcografico, in possesso di ben 33.354 lastre⁶⁷.

Nacque così la prima filiale in Italia della Casa Ricordi, la cui direzione venne

⁶⁵ E. De Mura, *Enciclopedia della canzone napoletana*, Napoli 1969, voce Clausetti, *ad Indicem*, vol. I, p. 448.

⁶⁶ R. Cafiero, *Un capitolo di storia dell'editoria musicale fra Milano e Napoli: lo stabilimento musicale Clausetti (1847-1864)*, in *La musica a Milano, in Lombardia e oltre*, II, a cura di S. Martinotti, Milano, Vita & Pensiero, 2000, pp. 321-330.

⁶⁷ *Ibidem*.

affidata, per i vincoli di antica amicizia e collaborazione, a Pietro; Lorenzo venne nominato direttore dello stabilimento calcografico, ma nel 1867 abbandonò tale incarico per trasferirsi in America meridionale, dove si affermò come impresario teatrale. Nel luglio 1887 Pietro stipulò, in rappresentanza di Tito Ricordi, il contratto di assorbimento della casa editrice napoletana Dal Monaco, di cui mantenne la gerenza fino alla morte, avvenuta a Napoli il 3 dic. 1892.

Il nuovo corso della gestione congiunta Ricordi-Clausetti fu subito evidente: numerose pubblicazioni fra quelle proposte dal catalogo Clausetti alla clientela napoletana ricalcarono alcune delle principali scelte editoriali concepite da Ricordi e, viceversa, il catalogo Ricordi attinse a piene mani a quello di Clausetti. Vennero così mutate numerose raccolte di canzoni napoletane che rispondevano con efficacia alle esigenze del nuovo mercato.

Il controllo di Casa Ricordi sul territorio nazionale si fece sempre più capillare, attuando politiche di assorbimento di altri stabilimenti. Di sicuro, l'acquisizione del Catalogo Clausetti contribuì a consolidare l'influenza del colosso editoriale nazionale della musica e a portare nuova linfa ad un già variegato ventaglio di proposte editoriali⁶⁸.

Tra i numerosi editori musicali a Napoli, si ricordano ancora Francesco Azzolino con stamperia al vico Gerolamini 10, autore egli stesso di canzonette; Salvatore De Marco, al vico San Niccolò alla Carità; Francesco Migliaccio, Giuseppe Colavita, Gaetano Romeo, Ferdinando Cinque al vico Cinque a Montesanto; Gaetano Rusconi in via Sant'Anna dei Lombardi; un Ariosto al largo Pentite alla Pignasecca⁶⁹.

Ma molti altri furono gli uomini dediti all'editoria ed al commercio musicale. Dai *Registri delle denunce di esercizio*, custoditi presso la Camera di Commercio di Napoli, abbiamo desunto altri nomi, cui ricondurre l'attività editoriale musicale tra fine Ottocento e primo trentennio del Novecento⁷⁰. Primo fra tutti il noto Ferdinando Bideri

⁶⁸ *Ibidem*.

⁶⁹ Max Vajro, *La canzone napoletana dalle origini all'Ottocento. Saggi di folklore musicale*, Napoli, Vajro, 1957, pp. 105-107.

⁷⁰ L'Archivio Storico della Camera di Commercio di Napoli, fu sottoposto anni fa ad un progetto di catalogazione, rimasto poi interrotto [cfr. la Guida all'Archivio Storico della Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Napoli(1808-1944), a cura di Tommasina Boccia e Concetta Damiani, Napoli, Giannini, 2008]. Attualmente il cospicuo patrimonio documentario della Camera non è custodito in sede, per una serie di ragioni dovute al nuovo allestimento dei locali adibiti all'Archivio Storico. Grazie ad un progetto di ricerca condiviso con la Confesercenti di Napoli, abbiamo avuto

che registrò l'avvio della sua attività editoriale sotto forma di ditta individuale nel 1876. La Casa Editrice Ferdinando Bideri si qualificò come settore “giornalistico con edizioni affini” ed ebbe sede in un primo momento in Via Università Vecchia, poi, dal 1883, in Via S. Pietro a Majella, 17. Nel 1930 la ditta cessò per decesso del titolare, ma la denuncia di cessazione venne registrata ufficialmente solo nel 1938⁷¹.

Tra le sue prime pubblicazioni, si ricordano alcuni volumi di storia dello spettacolo, tra i quali la *Storia del Teatro San Carlo* di Salvatore Di Giacomo, ma presto la Bideri si dedicò alla pubblicazione di canzoni, mettendo sotto contratto tutti i maggiori protagonisti della rinascita della canzone napoletana a cavallo tra i due secoli⁷². Molte delle canzoni di quel periodo fecero il giro del mondo: la più celebre, *'O sole mio*, verrà cantata anche da [Elvis Presley](#) e da [Bill Haley](#), ma come non ricordare *I' te vurria vasà*, *O marenariello*, *Voce 'e notte*, *Io 'na chitarra e 'a luna*....

Alla morte di Ferdinando la direzione della casa editrice passò alla figlia, [Valentina Bideri](#), donna schiva e molto discreta che raramente partecipava alla vita pubblica. Si occupò della Casa editrice insieme alla sorella Flavia che le successe nella titolarità dal 1964⁷³. Agli anni cinquanta risalgono altri grandi successi della canzone napoletana edita da Bideri (*Scapricciatiello*, *Accarezzame*, *Serenatella sciuè sciuè*, *Tuppe tuppe mariscià*) e nel corso di un'attività particolarmente fortunata, l'azienda acquisì altre case con un passato importante, ma in fase di smobilitazione, come le [Edizioni musicali Santa Lucia](#), le [Edizioni musicali Santojanni](#) e le [Edizioni musicali Poliphon](#).

l'autorizzazione a consultare lo scarso materiale rimasto in loco. Tra questi, i documenti più omogenei a nostra disposizione sono stati i Registri delle Denunce di Esercizio ascrivibili alla sezione archivistica dell'*Anagrafe economica*. Si tratta di una delle serie più rappresentative degli archivi camerali avviata con la legge n. 121 del 1910 con la quale fu formalmente istituito, presso le Camere di Commercio, il Registro Ditte, noto anche con la denominazione di “anagrafe economica”. La serie è articolata secondo una distribuzione cronologica in due periodi: il periodo postunitario (65 unità archivistiche prodotte tra il 1911 ed il 1924) ed il periodo fascista (46.104 unità archivistiche prodotte negli anni 1925-1945). La nostra consultazione ed il lavoro di censimento e schedatura degli esercizi registrati si è limitata, fino a questo momento ai primi 80 volumi (tutte le 65 unità del primo periodo ed una parte del secondo). Per comodità, riportiamo nelle due tabelle riepilogative, i numeri di registrazione delle ditte, dal momento che la citazione dei singoli registri sarebbe spesso fuorviante.

⁷¹ Archivio Storico Camera di Commercio di Napoli, (da ora ASC.CIAA.Na), n. 317.

⁷² Tra i parolieri ritornano i nomi di [Liberio Bovio](#), [E. A. Mario](#), [Ernesto Murolo](#), [Salvatore Di Giacomo](#), [Ferdinando Russo](#), [Rocco Galdieri](#), [Pasquale Cinquegrana](#), [Edoardo Nicolardi](#); mentre tra i compositori quelli di [Mario Costa](#), [Eduardo Di Capua](#), [Vincenzo Valente](#), [Salvatore Gambardella](#), [Ernesto De Curtis](#), [Vincenzo De Crescenzo](#), [Francesco Buongiovanni](#), e ancora E.A. Mario.

⁷³ Su Valentina Bideri non abbiamo notizie documentate, tranne la descrizione ed il racconto ricevuto da un proficuo colloquio con uno dei nipoti, Ferdinando Bideri, attualmente alla testa di una delle partecipate del gruppo editoriale Bideri, che ringraziamo per averci ricevute, nel corso delle nostre ricerche.

Gli anni Settanta videro il passaggio della conduzione della Casa editrice alla terza generazione della famiglia Bideri: i nipoti [Luciano](#) e Paolo Villevieille Bideri. E' con loro che il gruppo editoriale decise di sperimentare anche il settore discografico per il quale venne fondata l'etichetta [Edibi](#), decidendo poi di spostare tutte le attività a [Roma](#), con sede in via Teulada. Negli anni Ottanta la Bideri passa a [Luciano Bideri](#) e poi a sua figlia [Silvia](#)⁷⁴.

Nello stesso anno di fondazione di Casa Bideri, il 1876, era sorta a Napoli anche la Casa musicale intitolata a Giuseppe Santojanni, «editore di musica» che stabilì la sua sede in Via Paolo Imbriani, 6. Nel 1935 la ditta, fondata come individuale, fu ceduta a favore della ditta di Mario Cosentino e più tardi, come si è detto, fu rilevata dal gruppo Bideri⁷⁵.

I registri di denuncia degli esercizi commerciali a Napoli ci informano anche sulla Casa Editrice Musicale Raffaele Izzo, costituita come società in nome collettivo nel 1879 e che si qualificava come «editori, stampatori di musica e negozianti» e aveva sede in Via Posillipo, 375⁷⁶. Nel 1925, la stessa ditta si registrava come «società di fatto» e si qualificava come «importazione e esportazione di musiche all'ingrosso e al dettaglio». Trasformatasi in Società in accomandita semplice, si trasferì in Piazza Dante, 32-33 e cessò la sua attività nel 1931⁷⁷.

Nel 1890 «Editoria musicale di Gaetano Pisano», aprì i battenti in Via Roma, 391 per occuparsi di «carte di musica»⁷⁸.

In un contesto di particolare vivacità editoriale, già ormai proiettato verso la pubblicazione di canzonette popolari, si inserì una nuova attività di Casa Ricordi, dopo che nel 1864 aveva già rilevato la ditta Clausetti. Nel 1887, infatti, risulta la denuncia di un nuovo esercizio intitolato a G. Ricordi & C., in qualità di «editori musicali», sito in Via Chiaia, 20-28, la cui cessione di attività definitiva risale al 1991⁷⁹.

⁷⁴ Voce *Bideri*, di Enzo Giannelli in *Dizionario della canzone italiana*, a cura di [Gino Castaldo](#), ed. Curcio, 1990, pp. 171-172.

⁷⁵ ASC.CIAA.Na, n. 1.882.

⁷⁶ ASC.CIAA.Na, n. 273.

⁷⁷ ASC.CIAA.Na, n. 16.782.

⁷⁸ ASC.CIAA.Na, n. 3.570.

⁷⁹ ASC.CIAA.Na, n. 4.337.

Nel 1916, la Casa Editrice Musicale E.A. Mario, intitolata a Giovanni Gaeta, produceva «canzonette» e aprì la sua sede in Via Vittorio Emanuele Orlando, 9. La cessazione pare risalga al 1928⁸⁰.

Nella produzione di canzonette investì anche La Sorgente Musicale, intestata ad Emilio Maestrale che fissò la sua sede legale in Via Milano, 40, ma, nel registrarsi alla Camera di Commercio di Napoli, si qualificò come «pubblicazioni di canzonette (versi e musica) senza negozio di vendita». L'attività di questa ditta individuale venne registrata nel 1924. Nel 1927 verrà ceduta in favore della casa editrice «L'Artistica»⁸¹.

All'incirca negli stessi anni (1922-1930) svolse la sua attività editoriale «La Canzonetta napoletana» di Salvatore Panzetta, «Edizioni di canzonette musicate ed articoli di ottica», sita in Via Oronzio di Massa, 23. Nel 1961 fu registrata la sua cessione d'ufficio⁸².

Alle case editrici o di incisione musicale si affiancava poi un elevatissimo numero di tipografie, stamperie, calcografie o litografie (oltre cento) e diversi negozi, puri e semplici esercizi commerciali, ma, anche laboratori di riparazione o fabbricazione di strumenti musicali che denunciarono l'inizio della propria attività negli ultimi trent'anni dell'Ottocento. Il numero rilevato nelle fonti camerale consultate finora è già notevole, nonostante lo stato della ricerca sia appena agli inizi.

In particolare, tra i titolari degli esercizi denunciati spicca il nome dei Fratelli Loveri ancora oggi noti soprattutto tra i commercianti di strumenti musicali napoletani nella storica Via San Sebastiano. Il primo della dinastia sembra essere Giuseppe Loveri che, nel 1885, aprì la sua ditta individuale di «strumenti musicali e pianoforti» in Via S. Sebastiano, 68. L'attività s'interruppe per decesso del titolare nel 1930⁸³. Nel 1923 Gennaro Loveri aprì il suo negozio di strumenti musicali in Via Carrera, 46⁸⁴ e l'anno successivo la ditta «Loveri Fratelli», intitolata ad Enrico, ne aprì un altro in Via Costantinopoli, 77. Nel 1935, a causa di difficoltà economiche, venne registrata la cessazione dell'esercizio. Insolita si presenta invece la ditta individuale intitolata ad una donna, Marcellina Ropa, che si occupò di

⁸⁰ ASC.CIAA.Na, n. 5.180.

⁸¹ ASC.CIAA.Na, n. 9.356.

⁸² ASC.CIAA.Na, n. 10.686.

⁸³ ASC.CIAA.Na, n. 9.955.

⁸⁴ ASC.CIAA.Na, n. 13.310.

riparazioni di pianoforti, in via Bari, 25, sin dal 1904⁸⁵.

Con il passare del tempo, e con la diffusione delle prime “macchine parlanti”, ai costruttori e rivenditori di spartiti, libri e strumenti musicali, si aggiunsero i rivenditori di dischi e di grammofoni. Tra quelli rilevati ricordiamo i Fratelli Loreto, società di fatto con sede in Piazza Borsa, 27, tra il 1900 ed il 1936⁸⁶; la ditta individuale Giuseppe Rossi che si occupò di «materiali per costruzione, grammofoni e dischi», in via Marinelli 1⁸⁷; quella intitolata a Pietro Gennarelli di Emilio che vendeva «grammofoni e articoli radiofonici» in Via Guglielmo Sanfelice, 13, tra il 1924 ed il 1933⁸⁸ e la più antica, quella intitolata a R. Jaforte che commerciava in «grammofoni, dischi e accessori» tra il 1897 ed il 1932, in via Chiaia, 31⁸⁹.

Un indotto economico e produttivo di una certa portata, se consideriamo che i dati riportati in questa sede sono assolutamente parziali, e che rileva un mercato musicale cittadino tutto pressoché concentrato nel centro urbano, nell’area delimitata dai principali teatri e dallo storico Conservatorio di Musica S. Pietro a Majella.

Il problema è ora ricostruire in termini più squisitamente economici, l’attività produttiva ed i profitti che queste attività musicali indotte da usi e costumi ormai improntati al consumo di musica a vari livelli, ebbero. E qui le fonti camerale a nostra disposizione, purtroppo, non ci aiutano. La ricerca andrà dunque allargata a tipologie documentarie diverse che non potranno trascurare quelle dei giornali e dei periodici dell’epoca, o le testimonianze, spesso indirette, sui costi di questo particolare prodotto artistico (strumenti, spartiti, corde, riparazioni...).

Per esempio, sappiamo che presso lo stabilimento musicale Clausetti era possibile sottoscrivere un abbonamento «agli otto ducati» (per ogni acquisto dell’importo di 8 ducati era previsto un omaggio del valore di 3 ducati) e un abbonamento alla «lettura della Musica sia di proprio fondo che estero». Con questo secondo tipo di sottoscrizione, pagando 1 ducato e 29 grana, era possibile la «lettura di tutta la Musica (eccetto gli Studi), con debita cauzione, colla facoltà di prendere quattro pezzi per volta

⁸⁵ ASC.CIAA.Na, n. 481.

⁸⁶ ASC.CIAA.Na, n 2.350.

⁸⁷ ASC.CIAA.Na, n 6.292.

⁸⁸ ASC.CIAA.Na, n 18.068.

⁸⁹ ASC.CIAA.Na, n 12.722.

od uno spartito»⁹⁰. Così come sappiamo da fonti a stampa, anche se non del tutto attendibili, che

[...] Non vi ha scrittura nel Regno di cui si stampino e si vendano copie in tanto numero, quanto avviene giornalmente di tali canzoni. Della canzone – Io te voglio bene assaje – se ne stamparono copie 180.000

La Luisella, 45.000

D. Ciccillo alla fanfare, 100.000

Alla finestra affacciati, 40.000

IL Bivacco, 12.000

La Palombella, 30.000⁹¹

È questa la difficoltà più grande per chi come noi vuole condurre uno studio di storia economica dell'arte e della cultura: il reperimento di fonti economiche e contabili che consentano la ricostruzione di costi e ricavi di un'attività produttiva pubblica o privata, spesso a carattere imprenditoriale, che condizionò la vita sociale e professionale per secoli e che ancora oggi è oggetto di grande attenzione.

Molte case editrici si dotarono anche di una propria rivista musicale, con saggi, recensioni, corrispondenze, per rispondere ad un'altra esigenza che si affacciava sul mercato culturale italiano: quella di informazione e cultura. Molto più spesso, però, scopo primario di quelle riviste era di sostenere la politica editoriale della casa editrice, condizionando così ulteriormente il mercato, le scelte stilistiche dei teatri, il gusto del pubblico.

Dal punto di vista economico, rimase usuale che l'autore venisse retribuito con una somma unica per i diritti di stampa e una percentuale sui noli e sulle vendite ai teatri. Si affermò l'uso di pagare la somma iniziale in rate mensili corrisposte durante la composizione della musica. Inoltre, gli editori italiani tendevano a istituire con i compositori di successo un rapporto esclusivo, impedendo loro di scrivere contemporaneamente per editori concorrenti. Ma l'ingerenza dell'editore nella composizione si fece

⁹⁰ *Catalogo della musica pubblicata dagli editori Clausetti e C. in Napoli, Stabilimento del Poliorama Pittoresco*, Napoli, 1852, in R. Cafiero, *Un capitolo di storia dell'editoria musicale*, cit.

⁹¹ G. Regaldi, *I canti popolari in Napoli*, in M. L. Stazio, *Back to the Future*, cit., p. 217.

ancora più evidente quando i maggiori editori musicali (emblematico il caso di Giulio Ricordi), nella pretesa di condividere, per esempio, la gestazione di un'opera, cominciarono a proporre soggetti da musicare, a discutere con compositore e librettista l'impostazione della drammaturgia, intervenendo persino sulle specifiche soluzioni musicali adottate dal compositore.

Tab. 1 – Editori napoletani tra denunce di esercizio e cessazioni delle attività. Anni 1876 - 1991

N.	Tipologia	Nome	Titolare	Via	Inizio	Fine
1.882	Ditta individuale	Editore di Musica	Giuseppe Santojanni	P. Imbriani,6	1876	1935
3.570	Ditta individuale	Editoria Musicale	Gaetano Pisano	Roma, 391	1890	1935
4.337	Società accom. semplice	Editori di Musica	G. Ricordi & C.	Chiaja, 20-28	1887	1991
5.180	Ditta individuale	Casa Editrice Musicale E.A.Mario	Giovanni Gaeta	V. E. Orlando, 9	1916	1928
9.356	Ditta Individuale	La Sorgente Musicale	Emilio Maestrone	Milano, 40	1924	1927
10.686	Ditta Individuale	La Canzonetta Napoletana	Salvatore Panzetta	Oronzio di Massa, 23	1922	1961
12.297	Ditta Individuale	Casa Editrice Musicale Bixio	Cesare Andrea Bixio	Roma, 85	1921	1961
16.782	Società di fatto/S.a.s.	Casa Editrice Musicale	Raffaele Izzo	Piazza Dante, 32-33	1925	1932
3.317	Ditta Individuale	Casa Editrice F. Bideri	Ferdinando Bideri	S. Pietro a Majella, 17	1876	1938
14.030	Ditta Individuale	Edizioni Cartoline, fotografie	Giuseppe Clemente	S. Giorgio Arcoleo, 6	1922	1941
1.928	Ditta Individuale	Edizioni artistiche	Eduardo Donvito	Roma, 373	1921	1935
2.070	Ditta Individuale	Carta Edizioni	Alberto Morano	Capitelli, 26	1921	1958
460	Società di fatto	La Canzonetta Editori	Capolongo-Feola	T. Carovita, 8	1912	-
358	Società di fatto	<i>Editiones populaires</i>	Meiermann & C.	S. Lucia, 31	1901	1912
473	Ditta Individuale	Libraio Editore	Augusto Regina fu Gabriele	Piazza Cavour, 34	1870	-
143	Ditta Individuale	Agenzia giornalistica	Valentino Ceccoli fu Gaetano	N. Monteoliveto, 19	1900	-
273	Società nome collettivo	Casa Editrice Musicale	Raffaele Izzo	V. Posillipo, 375	1879	-

Fonte: Archivio Storico Camera di Commercio di Napoli, *Anagrafe economica, Registri di denunce di esercizio e cessazioni*, nn. 1-80.

Tab. 2 – Attività commerciali musicali tra denunce di esercizio e cessazioni delle attività. Anni 1800-1967.

N.	Tipologia	Nome	Titolare	Via	Inizio	Fine
1.715	Ditta individuale	Articoli musicali	Alfredo Curatoli	S. Sebastiano, 48	1913	1931
1.716	Ditta individuale	Pianoforti e Strumenti musicali	Luigi Ricci e figli fu Pasquale	Piazza Cavour, 65	1885	1926
2.692	Ditta Individuale	Strumenti musicali a fiato e a corde	Ugo e Giulio De Feo	N. Pizzofalcone, 14	1925	1951
2.778	Ditta individuale	Strumenti musicali	Diego Loveri	Port'Alba, 7	1922	1930
2.791	Ditta Individuale	Rivendita Strumenti musicali	Michele Ussano	Corso Umberto I,270	1910	1950
2.796	Ditta Individuale	Strumenti musicali	Giuseppe Tarantino	Sapienza, 18	1922	1928
4.820	Ditta Individuale	Riparatore oggetti musicali	Alfredo Contini	Galleria Umberto I,50	1923	1932
5.611	Ditta Individuale	Emporio di strumenti musicali	Vincenzo Cappiello	Corso Garibaldi	-	1933
6.471	Ditta Individuale	Strumenti musicali	Giuseppe Dell'Anno	Vico 2° Casanova,14	1925	1946
7.048	Ditta Individuale	Riparatore e vendita strumenti musicali	Carmine Ussano	Duomo, 182	1870	1958
9.955	Ditta Individuale	Strumenti musicali e pianoforti	Giuseppe Loveri	S. Sebastiano, 68	1885	1937
12.122	Ditta Individuale	Rappresentante strumenti musicali	Pietro Piana	Piazza Nazionale	-	1961
12.704	Ditta Individuale	Riparazioni di strumenti musicali	Giovanni Coppola	Corso Garibaldi, 100	1919	1930
12.802	Ditta Individuale	Musica e Libri Compravendita libri usati	Teresa Cacciapuoto	Port'Alba, 21	1916	1954
13.310	Ditta Individuale	Strumenti musicali	Gennaro Loveri	Correra, 46	1923	1925
14.561	Ditta Individuale	Strumenti musicali Fratelli Loveri	Enrico Loveri	Costantinopoli, 77	1924	1935
15.386	Società di fatto	Incisione e stampa delle musiche	Fratelli De Marino	Porticato S. Francesco de Paola, 11-12	1920	1961
17.512	Società di fatto	Strumenti musicali	Cesare Ruggiero	Corso Garibaldi, 35	-	1951
18.456	Ditta Individuale	Negozi di Musica	Francesco Contabile	Torre del Greco, Via Avernana, 16	1924	1936
18.804	Società di fatto	Laboratorio strumenti musicali a corde	Commendator Professor Raffaele Calace e Figlio	E. Pizzofalcone, 75	1925	1934
13.679	Ditta Individuale	Strumenti a corde e organetti	Giuseppe Quaglia	Corso Garibaldi, 345	1909	1937

Tab. 2 – segue

18.921	Ditta Individuale	Fabbricazione di strumenti a corde e arco Fratelli Vinaccia & C.	Gaetano Vinaccia fu Pasquale	Chiatamone, 32	1912	1967
2.104	Ditta Individuale	Rivendita di strumenti a corde	Vincenzo Gagliano	Monteoliveto, 48	1800	1930
2.654	Ditta Individuale	Strumenti musicali	Saverio Germano	Nino Bixio, 413	1922	1939
2.692	Ditta Individuale	Strumenti musicali a fiato e a corde	Ugo e Giulio De Feo	N.Pizzofalcone, 14	1925	1951
3.503	Ditta Individuale	Riparatore di strumenti armonici e meccanici	Vincenzo Cioffi	S. Sebastiano, 18	1895	1926
18.167	Ditta Individuale	Macchine parlanti e canzone napoletana	Cavaliere Emilio Gennarelli & C.	Monteoliveto, 39	1912	1957
19.550	Ditta Individuale	Macchine parlanti e dischi	Francesco Esposito di Raffaele	Roma, 392	1925	1936
6.292	Ditta Individuale	Materiale per costruzioni, grammofoni e dischi	Giuseppe Rossi	Marinella, 1	-	1958
12.722	Ditta Individuale	Grammofoni, dischi, accessori	R. Jaforte	Chiaia, 31	1897	1932
18.068	Ditta Individuale	Grammofoni e articoli radiofonici	Pietro Gennarelli di Emilio	Guglielmo Sanfelice, 13	1924	1933
19.455	Ditta individuale	Fonografi e dischi	Vincenzo Esposito di Raffaele	Roma, 132	1917	1936
185	Ditta individuale	Laboratorio pianoforti	Carlo Frigatti	Monteoliveto, 12	1909	-
495	Ditta Individuale	Fabbrica e vendita strumenti musicali	Salvatore De Falco	S. Sebastiano, 40	1912	-
8	Ditta individuale	Negoziante di pianoforti	Giovanni D'Avena fu Francesco	Roma, 368	1886	-
470	Ditta individuale	Compravendita libri usati	Tommaso Roma fu Giovanni	S. Biagio, 9	1890	-
481	Ditta Individuale	Riparazioni pianoforti	Marcellina Ropa	Bari, 25	1904	-
493	Ditta Individuale	Strumenti musicali	Luigi Ricci	Piazza Cavour, 65	1904	-
606	Ditta Individuale	Fabbrica di mandolini	Luigi Salsedo	Strada Formale, 35	1882	-
102	Ditta Individuale	Strumenti armonici	Vincenzo Cioffi	S. Sebastiano, 18	1896	-
351	Ditta individuale	Grammofoni	Raffaele Esposito	Roma, 392	1908	-

Fonte: Archivio Storico Camera di Commercio di Napoli, *Anagrafe economica, Registri di denunce di esercizio e cessazioni*, nn. 1-80.

Il potere che negli ultimi decenni dell'Ottocento e nei primi anni del '900 si concentrò nelle mani degli editori fu enorme. D'altronde, per molti musicisti di fine Ottocento, sentirsi liberi da preoccupazioni pratiche tutte affidate alla macchina organizzativa che le grandi case editrici mettevano a loro disposizione, era pur sempre un dato positivo. Di fatto, però, molti di essi si trovarono a vivere ed a produrre in uno stato di forte dipendenza psicologica dai loro editori, unici veri arbitri del destino delle loro creazioni teatrali e musicali.

Fra le varie attività degli editori musicali italiani, si può annoverare, anche se minoritaria, l'organizzazione di concerti. In alcuni casi si trattava di audizioni organizzate saltuariamente a scopo pubblicitario, spesso presso la stessa Casa editrice.

A Napoli lo aveva fatto Cottrau, ma quasi tutti gli editori musicali utilizzarono le loro conoscenze e gli stretti rapporti con musicisti, compositori e cantanti per organizzare occasioni d'intrattenimento che si concretizzavano in quelle che oggi definiremmo fruttuose operazioni di *marketing aziendale*.

6. Il boom della canzone napoletana: l'export di un prodotto made in Naples

L'offerta di spettacolo nelle città italiane divenne una vera e propria forma di attrazione e una componente importante della costruzione dell'identità nazionale. Sembra quasi una specificità tutta italiana, che attende di essere analizzata e studiata con maggiore attenzione.

Ci sembra però più interessante, ai fini della nostra riflessione, accennare ad un'altra forma di produzione musicale che esplose proprio nel corso del ventennio postunitario. Si trattò di un fenomeno musicale a carattere popolare che, reagendo, forse inconsapevolmente, al declino del sistema operistico, creò una nuova fase espansiva per la musica napoletana, ma anche per l'immagine e l'economia italiana. Stiamo parlando del *boom della canzone napoletana*, che riuscì a conferire nuovo vigore all'economia urbana, proiettando la città di Napoli, in maniera assolutamente inaspettata, sulla scena internazionale.

Per la prima volta, nel 1894, l'Associazione Commercianti di Napoli, in collaborazione con le autorità comunali e con il Banco di Napoli, diede vita ad una delle

tante *feste estive* in voga a quel tempo soprattutto presso gli stabilimenti balneari e termali, ma anche presso i numerosi *café-chantant*, aperti ormai anche a Napoli, sotto l'influenza della moda francese. La festa in questione era quella di Piedigrotta, le cui origini in realtà erano molto più antiche, ma che sul finire del secolo assunse i caratteri di una particolare ricchezza⁹². Questo tipo di festeggiamenti, che riprendevano certamente gli antichi fasti delle feste barocche e di quelle sull'acqua, modificarono profondamente l'articolazione territoriale, economica, organizzativa della città e del suo modo di "consumare". La festa di Piedigrotta coinvolgeva l'intera popolazione e costituiva un momento in cui la città metteva in scena se stessa, le sue caratteristiche e le sue potenzialità, anticipando il *festival* e puntando, più o meno consapevolmente sul turismo culturale.

I trattenimenti estivi trovavano le loro più importanti sponsorizzazioni tra gli esercenti commerciali, ma anche tra la Società Nazionale delle Strade Ferrate e la Navigazione Generale d'Italia che li utilizzavano come occasioni pubblicitarie per merci e per nuovi consumi.

Nel 1895, la festa di Piedigrotta ebbe per la prima volta uno strumento di diffusione originale: la «Guida Programma Ufficiale per le Feste Estive» che raccoglieva non solo tutte le iniziative in programma, ma, per agevolare la partecipazione del pubblico, locale e non, forniva una serie di indicazioni sugli orari di treni e battelli ed altre utili indicazioni. Una guida turistica in piena regola. In quell'estate si susseguirono esposizioni di prodotti agricoli e industriali, la festa dei costumi popolari femminili, gare pirotecniche, regate di pescatori e battellieri sul golfo, sfilate di carri, giornalai e la grande Fiaccolata Fantasamagorica, animata da numerose bande musicali, che attraversò le vie più frequentate della città. Fu una sorta di *Ballo Excelsior* da strada che mescolava fiori, frutti, animali, minerali, macchine fotografiche, con speciali effetti luminosi, scenografici e coreografici. Ma, come ogni anno, l'evento più atteso era quello del concorso delle canzoni. Una vera «industria culturale» che, fra la fine dell'Ottocento ed i primi anni del Novecento, mise in atto tutti i suoi apparati, una ricchezza di iniziative, di talenti e di saperi, un'articolazione, una complessità ed una

⁹² Sull'antica festa di Piedigrotta cfr. B.Croce, *Piedigrotta*, in *Aneddoti di varia letteratura*, Bari, Laterza, 1953, vol. II; F. Mancini - P. Gargano, *Piedigrotta. Nel segno della tradizione, i luoghi, le feste e le canzoni*, Napoli, Guida, 1991.

maturità, che ancora attende di essere esplorata, soprattutto nei suoi aspetti più squisitamente economici.

L'approfondimento metodologico sulle forme di organizzazione e di pianificazione dei flussi turistici nella città di Napoli durante la *Piedigrotta* consentirebbe di sottolineare alcuni aspetti della gestione del patrimonio culturale immateriale (in questo caso la musica, le tradizioni popolari e la canzone napoletana), evidenziando l'interdipendenza con le politiche urbane di sviluppo economico.

In particolare, la canzone napoletana in concorso a Piedigrotta attirò l'attenzione dell'editoria musicale più quotata sul mercato: editori del calibro di Giulio Ricordi o della locale Casa Bideri (il più innovativo e longevo editore di canzoni napoletane) trovarono nella canzone napoletana un'importante occasione di profitto. Ciò che la festa di Piedigrotta riuscì a diventare fu qualcosa di inaspettato, in un'epoca come quella in cui il fenomeno esplose: essa divenne un'originalissima vetrina per la città di Napoli e per le sue attività produttive, in cui le forze commerciali, turistiche, economiche cittadine trovarono una molteplicità di occasioni di affari, ma anche di comunicazione, promozione e pubblicità finanziando iniziative, spettacoli, sfilate, spartiti, album e *copielle*, in una fortunata intuizione di ritorni economici (commerciali, turistici e produttivi).

La stampa degli spartiti per esempio, dedicati principalmente al nucleo domestico piccolo e medio borghese che si apriva alla socialità e al consumo facile del melodramma, della romanza e della canzone, fungeva da canale sotterraneo e privato certamente collegato con gli altri canali di diffusione fra il pubblico, dai concerti ai pianini, dalla strada al caffè. Un altro utilissimo strumento di propagazione delle note e del mito della canzone fu la diffusione delle *copielle*, una nuova versione di quei fogli volanti che da secoli erano i più comuni mezzi di circolazione della letteratura popolare. Si trattava di volantini, quasi sempre illustrati, che riportavano il testo o lo spartito della canzone. Talvolta offriva addirittura un'originale trascrizione della musica in un sistema numerico riferito alle quattro corde del mandolino, in modo da permettere l'esecuzione anche a chi ignorasse la lettura del rigo musicale. La vendita di questi fogli volanti, accessibili anche ai meno abbienti, fu eccezionale e gli introiti raggiunsero cifre da capogiro. Ma le *copielle* non venivano stampate solo in funzione di "edizione economica" delle canzoni, molto spesso esse venivano distribuite gratuitamente, durante

la Piedigrotta a scopi pubblicitari: sempre più spesso, oltre al testo della canzone, i fogli riportavano stampata anche la pubblicità di ditte e industrie cittadine che in modi diversi avevano contribuito a “sponsorizzare” la manifestazione⁹³.

Con l’editoria musicale, si sviluppò anche la stampa quotidiana e periodica, la cui azione fu determinante nella creazione di veicoli e canali di penetrazione destinati a moltiplicare le vendite. Dai primi anni del Novecento, poi, vennero alla ribalta anche le industrie discografiche che – dalla napoletana *Phonotype*⁹⁴, alla tedesca *Polyphon* – incisero e distribuirono, in tutto il mondo, i dischi delle canzoni. Il mercato della canzone napoletana visse di una domanda sempre crescente almeno fino ai primi sessanta-settant’anni del Novecento. Oggi la domanda ha sicuramente subito un calo, ma quello della canzone napoletana è un *topos* musicale che resiste e che andrebbe forse meglio tutelato e valorizzato, quale componente di un patrimonio culturale italiano assai difficile da ignorare.

A questo tipo di consumi si rivolsero le riviste di cui si dotarono gli editori più importanti – o quelli che aspiravano a diventare tali – sul finire dell’Ottocento, sull’esempio di Ricordi e della sua «Gazzetta musicale di Milano». «La Tavola rotonda» pubblicata dalla storica Casa Bideri, fu tra queste pubblicazioni la più longeva, la più curata e la meglio conservata. Fu lo stesso Bideri che ne descrisse gli esordi:

[La rivista nacque] con criteri di severità e di eleganza esclusivamente letterari e artistici, e fu un completo disastro economico. Ma in seguito ci adattammo a ciò che il pubblico chiedeva: un po’ di svago e punto disquisizioni e tiriterie noiose. Quindi a gradi, poco a poco, siamo riusciti ad assicurarle una vita duratura divulgando la nostra produzione musicale.

Una produzione che contava oltre 60 canzoni all’anno, pubblicate a cadenza settimanale e che negli annuali concorsi di Piedigrotta intitolati al giornale raccolse da

⁹³ Il meccanismo in breve si capovolve nelle canzoni-rèclame (dei Negozi Miccio, del Caffè Diodato o Pizzicato, del Cordial Campari o del Ferrenosio Favara) distribuite, appunto su *copielle* (M. Stazio, *La fabbrica della festa*, in *Catalogo Piedigrotta 1895-1995*, a cura di M. Stazio, Roma, Progetti museali editore, 1995).

⁹⁴ La *Phonotype Record* è stata la prima casa discografica italiana e tra le prime al mondo ad avere un autonomo stabilimento per la fabbricazione di dischi. Fondata nel 1901 da Raffaele Esposito e dal figlio Comm. Americo, padre degli attuali soci, opera ancora oggi nel centro storico di Napoli in via Enrico De Marinis, 4. Tutti i più grandi artisti dell’epoca incisero per la neonata *Phonotype* contribuendo all’evolversi del mercato musicale.

un minimo di 80 ad un massimo di 300 canzoni per concorso⁹⁵.

Questa imponente e complessa industria culturale partenopea fondò tutta la sua forza sulla canzone napoletana che, oltre a rappresentare una quota non indifferente di un'auto-rappresentazione in cui la città in larga misura ancora si immedesima, divenne una componente fondamentale di un'immagine che il resto del mondo ancora oggi ama riconoscere⁹⁶.

Il *boom* della canzone napoletana non fu semplicemente un fenomeno musicale, a puro genere canoro, ma fu l'esplosione (e in parte lo è ancora) «di un grande mito collettivo, uno dei luoghi in cui Napoli ha messo in scena, spettacolarizzato, pianto e venduto il suo eterno declino, i fasti e le miserie di una capitale nobilissima e stracciona»⁹⁷.

Anche quella della canzone napoletana fu un'avventura imprenditoriale che s'inserì in quel fenomeno di più ampia portata dell'industria musicale italiana. Qualcuno giudicherà irriverente l'accostamento tra la forza della canzone napoletana a quella del melodramma. Una cosa però è certa, le loro storie ci hanno lasciato un patrimonio culturale immenso e tanta buona musica. La sopravvivenza di entrambe è nelle mani di chi, oggi, è in condizione di rivendicare, da un lato, un equilibrio sempre più indispensabile tra arte ed economia, dall'altro un impegno etico-professionale che si adoperi per la diffusione della loro conoscenza.

⁹⁵ P. Gargano, *Le canzoni di Piedigrotta*, Napoli, Guida, 1996; P. Scialò, *La canzone napoletana*, cit.

⁹⁶ Osservatorio sul Turismo di Napoli, *Piedigrotta 2007. Indagine conoscitiva*, Napoli, Regione Campania, 2007.

⁹⁷ M. Stazio, *La fabbrica della festa*, cit.