

L'offerta culturale durante la pandemia

Nonostante le chiusure, il mondo della cultura non si ferma e ritrova forza con la tecnologia

La pandemia ha messo ancora più in luce l'importanza della cultura nella nostra vita. Le restrizioni imposte, in questo ultimo anno, per contenere la diffusione del contagio, hanno impedito l'accesso fisico a luoghi ed eventi culturali come **musei, concerti e teatri**, facendoci riflettere su quanto, questo aspetto, sia fondamentale nella vita delle persone, importante e necessario. Per fortuna, l'universo digitale e le tecnologie hanno consentito di accedere a tutto questo anche a distanza. Musei, musicisti, cinema e teatri in tutto il mondo hanno creato nuove opportunità per postare la **cultura e lo spettacolo online**, aprendo al mondo virtuale, rendendo la loro offerta accessibile a più persone. Di conseguenza sono cambiate anche le abitudini e i consumi culturali degli italiani che, gioco forza, hanno cercato alternative alla fruizione dal vivo.

Naturalmente questo cambiamento, caratterizzato da vantaggi e svantaggi, non si può definire "indolore" e solo alla fine di questa pandemia si potrà stabilire fino a che punto. Si comprenderà se la mancanza del rapporto in presenza, la freddezza del mezzo, la nostalgia e la minore intensità emotiva, saranno di nuovo determinanti rispetto a una alternativa, che ha consentito l'accesso agli eventi in qualunque momento, da lontano, spesso in condivisione con la famiglia, con vantaggi economici e a platee di nuovi fruitori. Al momento, dovendo fare i conti con una situazione incerta e in continua evoluzione, l'unica opzione disponibile e sicura è ricorrere alla fruizione da remoto. Ma non è difficile, le possibilità di scelta sono innumerevoli e per ogni gusto e nelle case degli italiani può andare in scena ogni tipo di spettacolo o evento, una opportunità, a quanto pare, recepita da molti con successo.

Secondo gli studi elaborati da **"We are social"** e **"Hoot Suite"**, in Italia, gli utenti della cultura, presenti on line, sono circa 50 milioni e quelli attivi sui social sono 35 milioni,



con un tempo passato sul web pari mediamente a 6,5 ore, con una evidente rimodulazione della relativa offerta digitale. Una recente ricerca sui consumi culturali durante l'emergenza covid, infatti ha evidenziato come la lettura di libri e/o eBook e la ricerca di programmi artistico-culturali sul web, sono state le attività preferite fin dal primo lockdown e continuano a esserlo.

Particolarmente apprezzati, da vedere on line, sono la visione di concerti, lirica, prosa, balletti e visite virtuali a musei, in alcuni casi anche con appuntamenti quotidiani (*sito del Ministero per i beni e le attività culturali: "lista appuntamenti virtuali"*). Tanto per fare alcuni esempi, in attesa di poter riaprire il sipario, sono tante le iniziative, dall'Italia e dall'estero, da nord a sud, che offrono vere e proprie stagioni ad hoc, come **"Teatro digitale"**, **"Stageathome"** o **"Opera sul sofà"**. Anche le maggiori compagnie di danza al mondo, in questo grigio periodo, hanno dato il proprio contributo. L'[Opéra di Parigi](#) offre online la programmazione gratuita della sua stagione, il Teatro dell'[Opera di Roma](#) mette a disposizione tutto il suo cartellone, sotto l'iniziativa del Teatro digitale e il [Teatro alla Scala](#) , invece, propone il repertorio completo dell'ultimo decennio. Il [Teatro Bolshoi di Mosca](#) presenta sul canale Youtube sei opere e ha coinvolto i primi ballerini in lezioni aperte a tutti dal loro ambiente casalingo, mentre la **Berlin Philharmoniker** ha aperto l'accesso digitale, senza alcun costo al pubblico, a oltre dieci stagioni, con oltre 600 concerti della famosa orchestra Berlinphil. A tutto questo si aggiunge ancora tanta musica di ogni tipo e filmografia per tutti i gusti, a dimostrazione che nonostante la pandemia lo spettacolo, di ogni genere, continua ed è da non perdere, per non interrompere quel filo che ci riporterà, speriamo presto, in presenza.

Stefano Piermaria