



www.edizioniets.com

La pubblicazione è stata realizzata su iniziativa dell'Associazione Teatri Italiani di Tradizione grazie al contributo concesso dalla Direzione generale Educazione, ricerca e istituti culturali.



Direzione generale
**Educazione, ricerca
e istituti culturali**

In copertina:

Histoires de vie di Joëlle Lagier (<https://www.joellelagier.com/>),
per gentile concessione dell'autrice.

© Copyright 2024

EDIZIONI ETS

Palazzo Roncioni - Lungarno Mediceo, 16, I-56127 Pisa

info@edizioniets.com

www.edizioniets.com

Distribuzione

Messaggerie Libri SPA

Sede legale: via G. Verdi 8 - 20090 Assago (MI)

Promozione

PDE PROMOZIONE SRL

via Zago 2/2 - 40128 Bologna

ISBN 978-884676945-9

Nicola Bellini, Giovanni Siracusa, Marina Raglianti

Teatri dell'opera e *social media*: l'impatto della pandemia

visualizza la scheda del libro sul sito www.edizioniets.com



Edizioni ETS

Prefazioni

Il digitale come alleato

A distanza di alcuni anni dall'uscita da una pandemia che ha drammaticamente e profondamente segnato il mondo dello spettacolo dal vivo, analizzare con criteri scientifici i comportamenti dei principali teatri d'opera italiani nell'emergenza pandemica contribuisce in maniera significativa ad una nuova narrazione di quel mondo e a costruire buone pratiche per il futuro. Negli anni della pandemia dicevamo che nulla sarebbe stato più come prima. Eravamo sicuri che il mondo sarebbe cambiato in meglio. Non è andata così. Ma non si può negare che una nuova consapevolezza di tanti errori del passato e di nuove opportunità sia oggi, in qualche modo, patrimonio comune dei decisori pubblici, degli operatori del settore e degli spettatori dei nostri teatri.

Questo libro ci aiuta a fare il punto sull'esigenza di innovare modalità e strumenti di comunicazione con il pubblico e sollecita una riflessione costruttiva sul grande tema della transizione digitale in un mondo che per tanti versi rimane ancora oggi fiero della sua gloriosa tradizione artigianale.

Sono due le riflessioni principali che emergono dalla lettura di questo volume e dai risultati dello studio da cui nasce.

La prima: c'è un grande tema che riguarda i nuovi mestieri. E non ha a che fare solo col mondo della comunicazione. Se i teatri vogliono cambiare dobbiamo accettare il fatto che i vecchi mestieri del teatro non bastano più. Servono sempre, ma non sono più sufficienti. E se questo è vero, c'è dunque un tema che riguarda la formazione. Non solo del pubblico ma anche dei nostri lavoratori, senza dimenticare la necessità di nuovi operatori in tanti campi dell'innovazione. Faccio riferimento alla formazione di risorse umane adeguate e pronte ad affrontare le nuove sfide che ci verranno poste, per esempio sul piano sociale ed ecologico. Ma penso anche alle sfide artistiche e alle opportunità di evoluzione dei linguaggi grazie alla fruizione di prodotti *born digital* e alla gamma delle possibili contaminazioni delle forme espressive.

Diventa quindi necessario e fondamentale sancire, rinsaldare un patto tra noi, gli operatori sul campo, e chi ha gli strumenti e le capacità per osservarci e analizzarci. Dobbiamo studiarlo insieme questo mondo per capire quali siano i nuovi mestieri che possono aiutarci in questa necessaria transizione digitale, considerando che sono tutte occupazioni di alto profilo e di elevata specializzazione che possono avere accesso, con facilità, al mondo del lavoro, dando per assodata la volontà dei teatri di rinnovarsi e affrontare le sfide del cambiamento.

La seconda riflessione è più generale e potremmo dire che riguarda l'elaborazione del trauma collettivo che ci ha coinvolto e sconvolto. Ora che ci siamo lasciati la pandemia alle spalle, abbiamo davvero chiaro che la normalità non potrà più essere quella di prima ma che dobbiamo andare verso una nuova normalità? E siamo davvero consapevoli che c'è l'esigenza di una nuova normalità?

Nonostante i grandi sforzi per rimanere aperti e per tenere le masse artistiche in attività durante la pandemia, anche grazie alla diffusione degli spettacoli in streaming, i teatri d'opera vengono ancora oggi considerati degli innovatori "strani, dubbiosi e riluttanti". Aggettivi che sicuramente definiscono anche una buona parte del nostro pubblico. Non dimentichiamo che per alcuni la versione trasmessa in digitale di opere liriche e concerti era considerata una follia, quasi un tradimento della missione di un teatro che nasce e vive da millenni per essere fatto in presenza, attraverso uno scambio di emozioni, di passioni, di idee, di valori, di condivisione tra chi sta da una parte e chi sta dall'altra, tra chi fa lo spettacolo e chi lo osserva. Noi dobbiamo essere sempre consapevoli che il rischio di tornare indietro è dietro l'angolo. Ma se la pandemia non ci ha insegnato che questo tema della prossimità, reale o virtuale, è un tema fondamentale per i nostri teatri e per tutto lo spettacolo dal vivo, se la pandemia non ci ha insegnato che quello che conta veramente non è soltanto il numero delle alzate di sipario e la percentuale di occupazione dei posti venduti, ma la qualità del contenuto, il progetto artistico, la visione di un teatro, noi non avremmo imparato la profonda lezione che questa pandemia ci ha proposto e offerto. Auspico una relazione costruttiva tra il mondo della formazione il mondo delle imprese, tra il mondo della comunicazione e il mondo delle *performing arts*, uniti nella consapevolezza che questo sipario si possa alzare fisicamente ma anche virtualmente perché le due cose

non sono in contrapposizione tra loro. E che il digitale è stato e può essere ancora il più grande alleato del nostro mondo, non un pericolo.

La domanda che resta aperta e a cui tutti ora, ognuno nel proprio ruolo, dovremmo trovare una risposta è: come facciamo a continuare ad utilizzare il digitale come alleato, nel modo più corretto e più utile, con l'obiettivo di valorizzare una visione di teatro, il senso di un teatro all'interno delle nostre comunità? Sono sempre stato una persona ottimista e penso che ci siano tutti gli strumenti per trovare un modo utile e costruttivo per trovare insieme una risposta a questa domanda. Con lo stesso ottimismo ritengo che ci siano anche tutti gli elementi per poter dire oggi che i nostri teatri siano un po' meno dubbiosi e un po' meno riluttanti di quanto si possa pensare. Ma sempre un po' strani, cosa di cui, in fondo, andiamo orgogliosi.

Francesco Giambone

Sovrintendente del Teatro dell'Opera di Roma
Presidente AGIS - Associazione Generale Italiana dello Spettacolo

Nuove modalità di socializzazione per la cultura

La pandemia ha scosso le fondamenta dei nostri sistemi sociali, economici e culturali, lasciando dietro di sé una scia di cambiamenti radicali e sfide senza precedenti. In questo contesto di trasformazione, anche il mondo dell'opera ha avviato una profonda metamorfosi, dentro la quale i social media si sono rivelati testimoni ed agenti del cambiamento.

Il libro che avete tra le mani ci mette di fronte alla consapevolezza di quanto i danni inflitti da questa crisi abbiano modificato profondamente il tessuto sociale e culturale, destabilizzando i tradizionali processi di produzione e di fruizione culturale, e richiedendo nuovi approcci strategici e sistemici. Attraverso l'analisi della trasformazione dei contenuti culturali digitali e di nuove forme di co-creazione, vengono raccontate rinnovate modalità di socializzazione connesse alla cultura e ai comportamenti dei consumatori, oggi produttori e generatori di significati: un approccio che, per contenuti e modalità, è elemento chiave per comprendere questa rivoluzione.

In questo panorama, l'incontro tra il mondo dell'opera e quello dei social media, due universi apparentemente molto distanti, ha generato sinergie sorprendenti, coinvolgendo pubblici un tempo estranei al teatro lirico. È un esempio potente di come la crisi possa essere un catalizzatore per l'innovazione e il cambiamento spingendo settori consolidati a esplorare nuovi orizzonti.

Il volume ci invita quindi a riflettere sulle sfide e sulle opportunità che ci attendono nel mondo digitale post-pandemico. È un'indicazione preziosa per il lavoro che ci aspetta; un viaggio che richiederà un impegno costante nella ricerca di soluzioni sempre più innovative e inclusive. Un lavoro che auspichiamo rappresenti l'avvio di un'attività di monitoraggio dell'evoluzione di questa nuova normalità, affinché possiamo cogliere ap-

pieno l'impatto dei cambiamenti in corso e guidare strategie future che promuovano lo sviluppo culturale, sociale ed economico delle nostre comunità e dei territori.

Luciano Messi

Sovrintendente del Teatro Regio di Parma
Presidente ATIT - Associazione Teatri Italiani di Tradizione

Gli autori

Nicola Bellini è professore ordinario di Economia e gestione delle imprese presso la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa e Fellow dell'Academy of Social Sciences (Regno Unito). È stato direttore dell'Istituto di management del turismo presso la Business School di La Rochelle, Francia (2014-2018) e direttore dell'Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana - IRPET, Firenze (2009-2011). Insegna economia e management del turismo presso la Fondazione Campus - Università di Pisa, l'Università IULM e il centro di Firenze di Stanford University. È autore e curatore di libri e articoli sull'innovazione regionale, il marketing territoriale e il turismo culturale. Attualmente sviluppa un progetto di ricerca sul marketing dei teatri d'opera, con particolare attenzione agli impatti della digitalizzazione.

Marina Raglianti è *Experta Investigadora* presso l'Università di Tarapacá (Arica, Cile). Intreccia due percorsi professionali, la danza (classica, modern dance, danzaterapia) e l'insegnamento di discipline sociologiche presso Istituti Universitari (Accademia Navale di Livorno, Dipartimento di Scienze Sociali - Università di Pisa, Economia dei beni e attività culturali - Università di Firenze). Ha lavorato presso il Teatro alla Scala di Milano nel settore della formazione artistica e come redattrice editoriale. Il suo attuale lavoro di ricerca si concentra sul consumo del teatro in Italia, con particolare riferimento all'opera e al balletto.

Giovanni Siracusa ha studiato management dell'innovazione all'Università di Trento ed alla Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, approfondendo le problematiche del monitoraggio ed analisi dei social media, con particolare riferimento al settore culturale. In seguito, ha lavorato come Insights Analyst per la società *Meltwater* ed è oggi Head of Data Et Insights nella società *Sharewoods* di Parigi. Ricercatore e consulente specializzato nello studio e nell'analisi dei social media, ha partecipato come assistente di ricerca al progetto sulla digitalizzazione dei teatri d'opera.

Indice

Prefazioni	5
Il digitale come alleato [di <i>Francesco Giambrone</i>]	7
Nuove modalità di socializzazione per la cultura [di <i>Luciano Messi</i>]	11
Introduzione	15
1. La trasformazione digitale nei teatri d'opera	19
1.1. Innovazione e sopravvivenza dell'opera lirica	19
1.2. L'impatto dell'innovazione tecnologica nelle esperienze internazionali	22
1.3. Verso il marketing digitale	25
1.4. Capacità dinamiche e pandemia	28
2. Studiare i <i>social media</i> : domande di ricerca e scelte di metodo	31
2.1. Il ruolo dei <i>social media</i> durante la pandemia	31
2.2. Il <i>social media listening</i>	33
2.3. La piattaforma	36
2.4. Le fonti e i dati	39
3. Presenza e strategia online dei teatri dell'opera durante la pandemia	47
3.1. Contenuti e interazioni	47
3.2. Chiusure e riaperture	53
4. Il nuovo pubblico online	59
4.1. Le comunità digitali all'epoca della pandemia	59
4.2. I gruppi demografici	64
4.3. Gli <i>influencers</i>	66

5. Conclusioni	73
Postfazione: questa ricerca e oltre [di <i>Carlo Fontana</i>]	79
Glossario	81
Riferimenti bibliografici	87
Appendice statistica	93
Gli autori	99

Edizioni ETS

Palazzo Roncioni - Lungarno Mediceo, 16, I-56127 Pisa

info@edizioniets.com - www.edizioniets.com

Finito di stampare nel mese di maggio 2024