

PUNTI DIVISTA

[REDAZIONE@ROMACE.IT]

Stefano Catucci

Per un nuovo pubblico della Classica in rete

All'inizio di marzo l'Accademia di Santa Cecilia ha annunciato un accordo con la casa discografica Emi. Fino al 25 maggio gli spettatori dei concerti potranno ritirare una password che permetterà di scaricare gratis da iTunes cinque brani «collegati al repertorio del concerto a cui si è assistito». Poiché, come ha dichiarato Bruno Cagli (presidente dell'Accademia), problemi di diritti e liberatorie degli interpreti non permettono di rendere disponibili le esecuzioni ascoltate dal vivo all'Auditorium, sarà possibile selezionare da iTunes soltanto musica già registrata e commercializzata dalla Emi, tracce di Cd con gli stessi brani del concerto oppure con gli stessi esecutori.

È un primo passo, e a suo modo è importante, ma ha un carattere

promozionale, pubblicitario, che non può essere misconosciuto e che stende sull'iniziativa una patina di arcaismo. Distribuire Cd all'uscita del concerto avrebbe avuto esattamente lo stesso valore, né più né meno. L'iniziativa vorrebbe coinvolgere «pubblico giovane» con l'attrattiva del download gratuito, vorrebbe far «continuare anche a casa l'emozione del concerto», come recita lo slogan, ma appoggiandosi sulla discografia esistente va incontro a effetti potenzialmente perversi. In un periodo

nel quale le istituzioni musicali tendono a limitare i costi dello star-system si corre il rischio, per esempio, di stringere un nodo doppio con quel sistema, che del mondo discografico è l'espressione tipica.

La Rete si può usare diversamente. In Italia teatri d'opera come il Carlo Felice di Genova o il Comunale di Bologna sfruttano YouTube per diffondere le loro produzioni. L'Orchestra Rai, a Torino, trasmette gratuitamente i suoi concerti in streaming audio e video. I Berliner Philharmoniker hanno un sito esemplare da questo punto di vista, ma a pagamento: ascoltare in diretta la *Passione secondo Matteo* di Bach con

Simon Rattle sul podio, domenica di Pasqua, costerà 9,90 euro. Sulla magnifica pagina iTunes della Royal Albert Hall si possono scaricare parti delle prove degli spettacoli, interviste e un'offerta di

brani musicali gestita in proprio. Questo è il salto che la Rete esige: che un'istituzione musicale diventi produttrice di materiale audio e video saltando la mediazione discografica, alla quale spetta uno spazio diverso. Solo così quell'istituzione potrà stabilire contatti con un pubblico nuovo e ampliare il proprio bacino di utenza. In caso contrario gli spettatori resteranno gli stessi e ci si limiterà a donare loro un buono per navigare altrove, lontano da Santa Cecilia, nel magazzino on-line di una casa discografica. ●

Santa Cecilia ha preso accordi con la EMI per far scaricare dal web brani del concerto a cui si assiste. Per attrarre nuovo pubblico, però, bisognerebbe usare la rete in modo diverso. Ecco degli esempi