

Il Teatro Massimo di Palermo diventa 2.0

Sito, App, Social e una Web Tv per connettersi con il pubblico

PALERMO

(ANSA) - PALERMO, 19 OTT - Chi ha detto che un teatro lirico sia un luogo ripiegato sul passato? Il "Massimo" di Palermo diventa un teatro 2.0 grazie all'uso delle tecnologie e dei nuovi strumenti di comunicazione. Una app che permette di acquistare i biglietti sul telefono e che orienta i turisti, un boom dei social, dirette Facebook seguite da migliaia di spettatori e ora anche una web tv che offre la possibilità di seguire le opere in diretta. Il sovrintendente Francesco Giambrone e il direttore della Comunicazione, nuovi media e marketing Gery Palazzotto hanno illustrato stamane, in una conferenza stampa, i nuovi progetti dell'ente.

Il più ambizioso riguarda una web tv in alta definizione, accessibile dal sito del Teatro Massimo www.teatromassimo.it, che si inaugurerà domenica con la diretta di Jenufa: quattro telecamere, guidate da una regia mobile, consentiranno di seguire da casa l'opera di Leóš Janáček, diretta da Robert Carsen. In più, ogni fine settimana, "Teatro Massimo tv" riproporrà un'opera del passato presentata dal sovrintendente Giambrone e del direttore artistico Oscar Pizzo.

"Una nuova offerta che il Teatro fa al suo pubblico - dice Giambrone - nell'ottica di un sempre maggiore diffusione della lirica in tutte le fasce della popolazione".

"Grazie a una moderna regia televisiva mobile collegata a tre telecamere - dice Gery Palazzotto - siamo ormai in grado di mettere in piedi una diretta web in poche ore. Quando un'opera è sold out in tutte le sue repliche o in caso di eventi attesi come il concerto di Capodanno o l'inaugurazione della stagione, apriamo al web per consentire a tutti di godersi lo spettacolo".

Grande importanza viene ammessa anche al sito, che registra circa 1.500 utenti al giorno (con picchi di 4mila in periodi di presentazione della stagione) e un incremento di visitatori del 26% rispetto allo scorso anno. Aggiornato in tempo reale 24 ore su 24, presenta una grafica innovativa che lo rende di facile e piacevole lettura su ogni dispositivo. Grazie al sito è decollata anche la vendita dei biglietti online.

Numeri significativi anche per quanto riguarda i social network: solo nel 2016 il Teatro ha registrato un incremento del 96% su Facebook rispetto all'anno precedente. E poi c'è la nuova app che consente di essere sempre aggiornati su programmazione offerte della stagione grazie al calendario eventi sincronizzato in tempo reale col sito teatromassimo.it. Inoltre dà la possibilità di acquistare biglietti online.

Il teatro, infine, ha recentemente aderito al progetto del Google Cultural Institute, la piattaforma di Google che raccoglie in un unico immenso data bank le più importanti istituzioni culturali del mondo, mettendo online foto ad altissima risoluzione, video e documenti, grazie anche al Google Art Project. La scorsa estate una troupe di Google Street View ha effettuato riprese a 360 gradi in tutte le sale e presto sarà possibile effettuare una dettagliata visita virtuale del Teatro tramite la piattaforma di Google. (ANSA).

NU/NU

S0B QBXB