



Who's your dealer?

La pandemia ha cambiato tutto, anche il nostro modo di fruire la cultura e scoprirne i nuovi prodotti.

Dai servizi di streaming di musica come Spotify, Tidal o Bandcamp, fino a quelli per le opere audiovisive come Netflix, PrimeVideoo Disney+, è in corso un processo di profonda trasformazione che sta cambiando le coordinate dei gatekeeper culturali.

Questi cambiamenti ci lasciano con un interrogativo importante: da chi andiamo davvero, oggi, quando vogliamo scoprire nuovi prodotti culturali?

Per scoprirlo, abbiamo creato Who's Your Dealer?, un breve questionario che fa parte di Streaming Culture, la mappatura della produzione e del consumo culturale durante la pandemia.

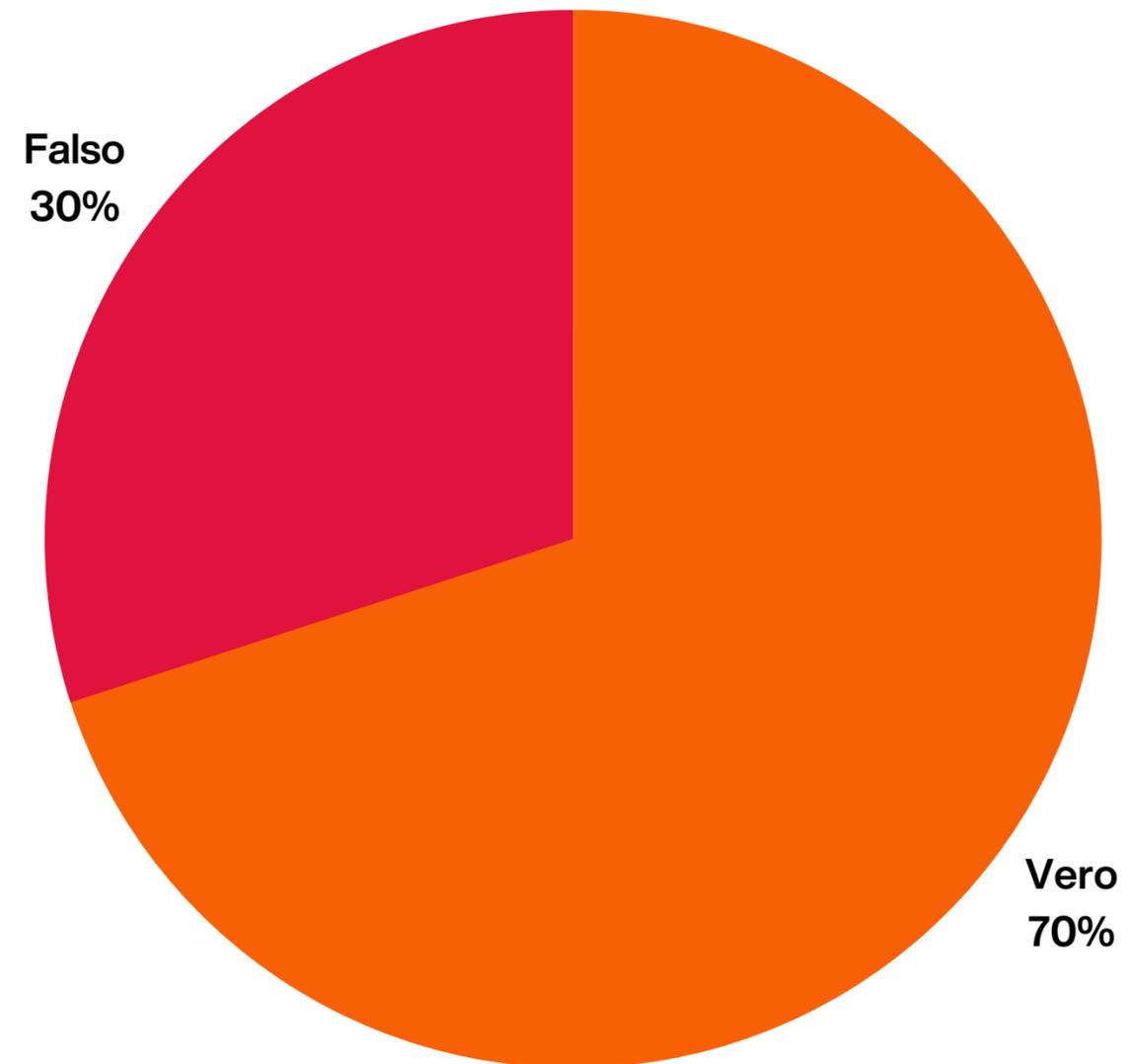
È un progetto dell'Università degli Studi di Milano Bicocca in collaborazione con l'Università degli Studi di Milano Statale, realizzato grazie a Fondazione Cariplo e con il supporto nella comunicazione di cheFare.

L'obiettivo di questo questionario è capire se e come siano cambiati i nostri punti di riferimento per la cultura online.

Il questionario ha intercettato le risposte di 299 utenti distribuiti su tutto il territorio italiano, con una prevalenza di comuni del nord in particolare nella città metropolitana di Milano[1].

Il questionario ha cercato di indagare preliminarmente se il lockdown avesse effettivamente avuto un impatto e modificato il modo di scoprire la cultura sul web.

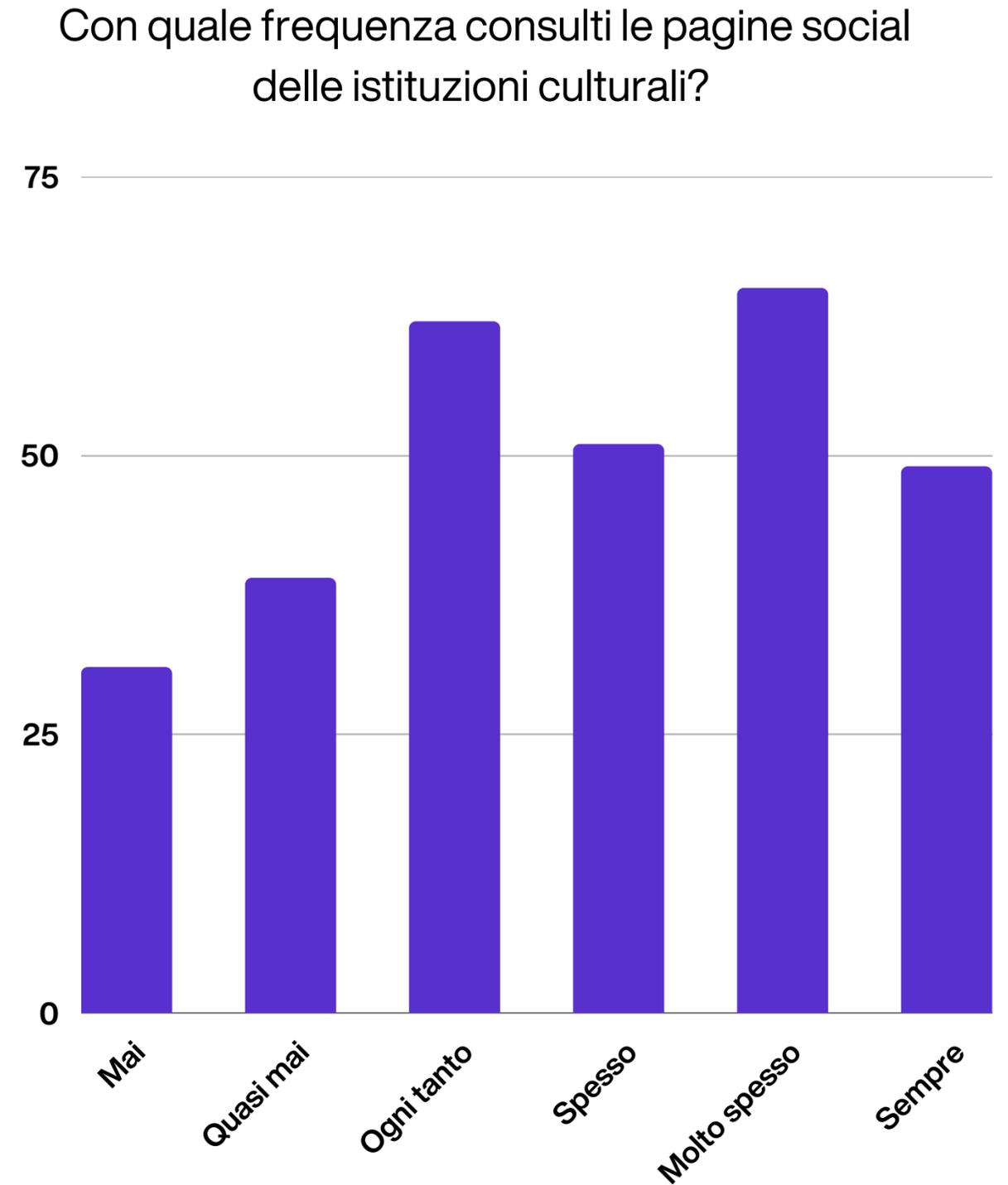
Come si evince dal grafico, il confinamento forzato ha prodotto un impatto sul modo di affacciarsi alla cultura da parte del pubblico.



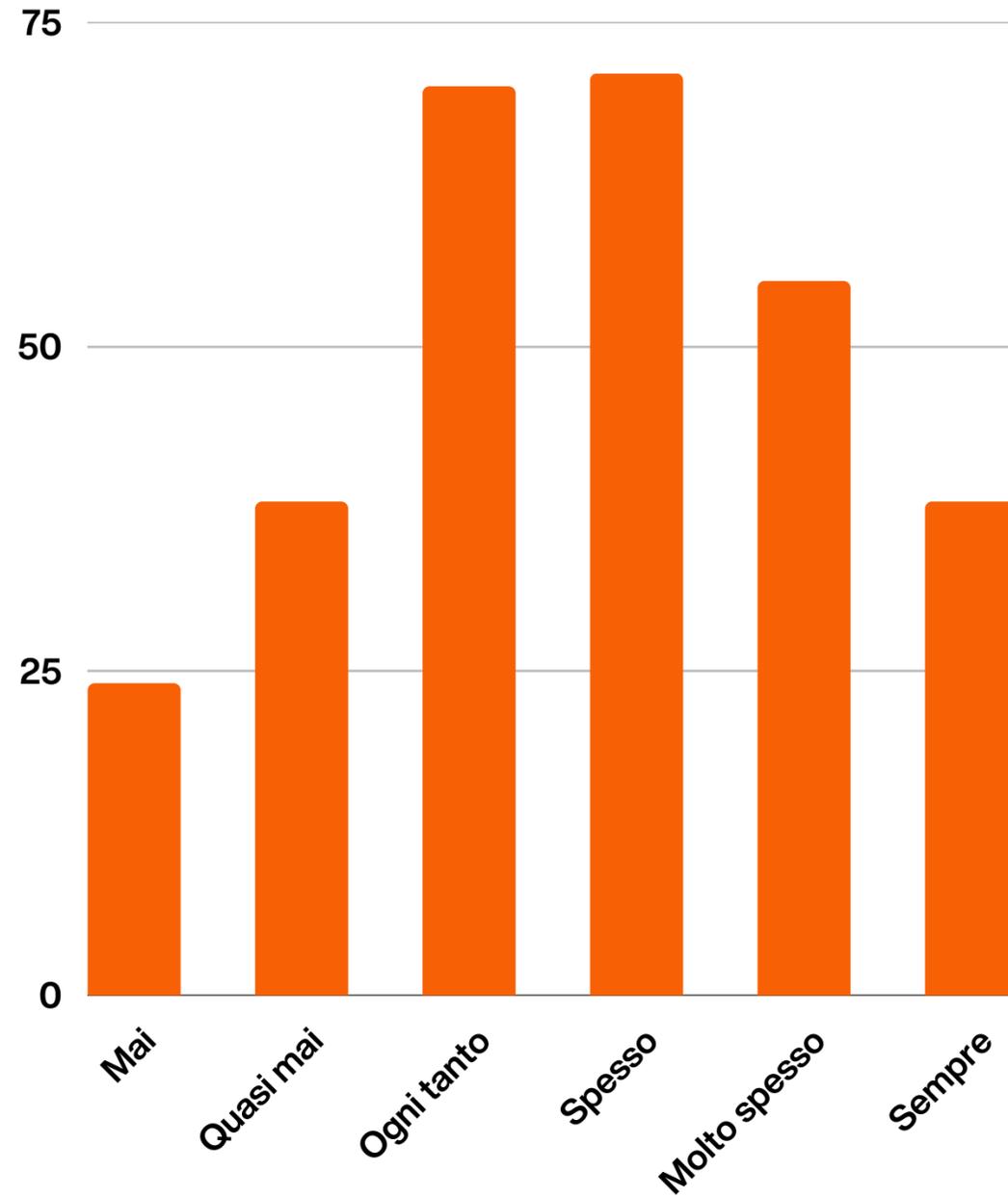
[1] Il questionario è stato diffuso principalmente attraverso il sito di cheFare e il canale di Venti

Nello specifico di seguito si riportano i dati funzionali a interpretarne modalità e trend. I canali maggiormente utilizzati risultano essere Instagram, Facebook, TikTok e i siti web delle istituzioni.

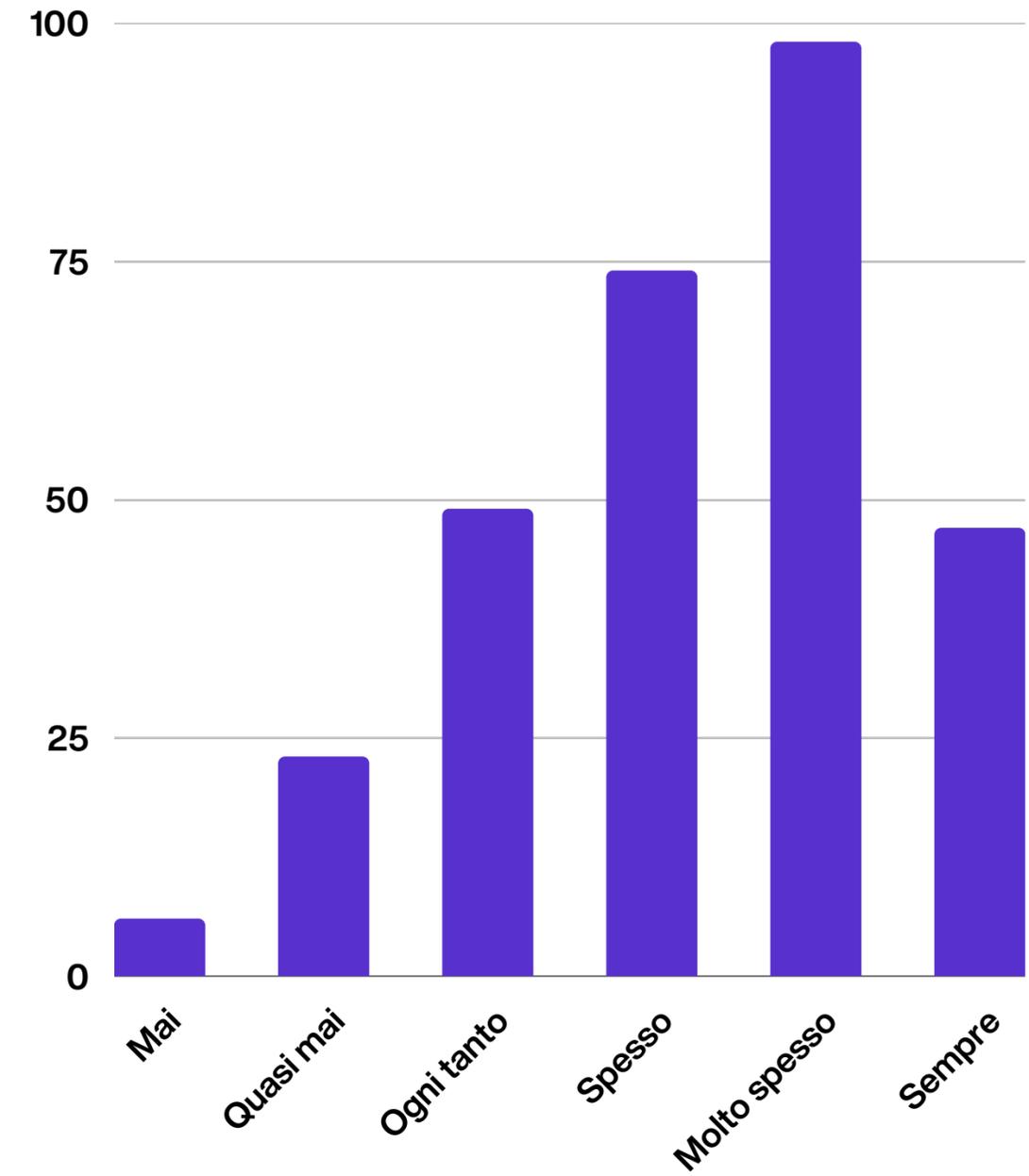
È stato domandato agli utenti quali canali consultassero nella ricerca di prodotti culturali; è stata fornita per ciascuna domanda una scala da 1 a 5 per indicare il grado di frequentazione di quel determinato canale, dove 1 indica “mai” e 5 significa “sempre”. Le risposte per ciascun quesito sono piuttosto omogenee tra loro.



Con quale frequenza consulti Influencer e creator online (pagine di singole persone, su qualsiasi social network)



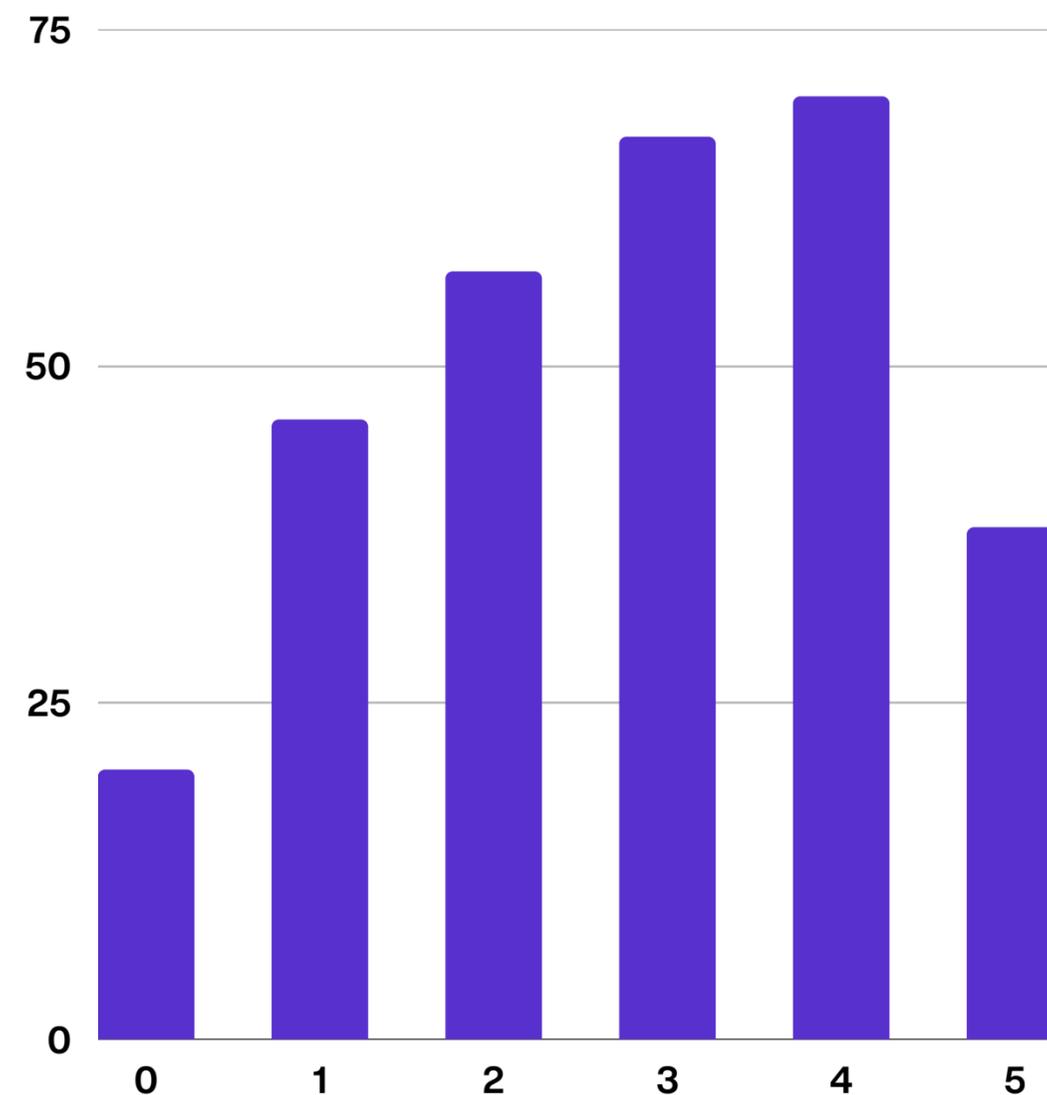
Con quale frequenza consulti format sul web (su Youtube, su Netflix o altro)?



In un'altra sezione del questionario veniva chiesto agli utenti di indicare se il loro rapporto con la cultura durante la pandemia fosse diventato prevalentemente legato al digitale, attraverso una scala di risposte tra 0 = "assolutamente no", a 5 = "assolutamente si".

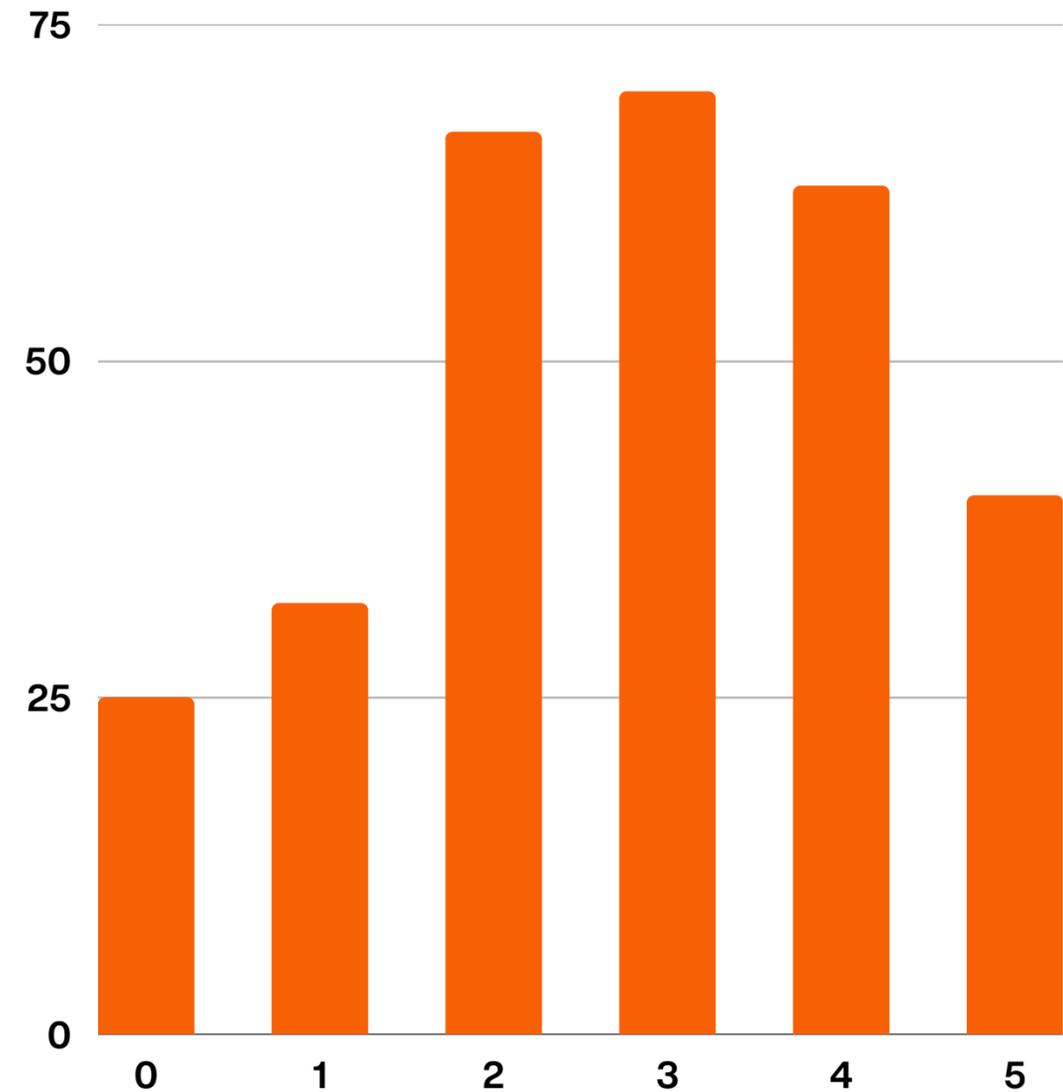
In effetti dalle risposte sembra che ci sia un rapporto abbastanza stretto con i media nella ricerca e/o fruizione culturale.

Con la pandemia, il mio rapporto con la cultura è diventato prevalentemente legato ai media digitali



L'impossibilità di uscire, limitando le interazioni faccia a faccia e il passaparola, ha probabilmente influito sull'attenzione che gli utenti hanno posto nella comunicazione attuata dalle istituzioni poiché unico modo di informazione diretta sugli eventi e la produzione culturale delle stesse.

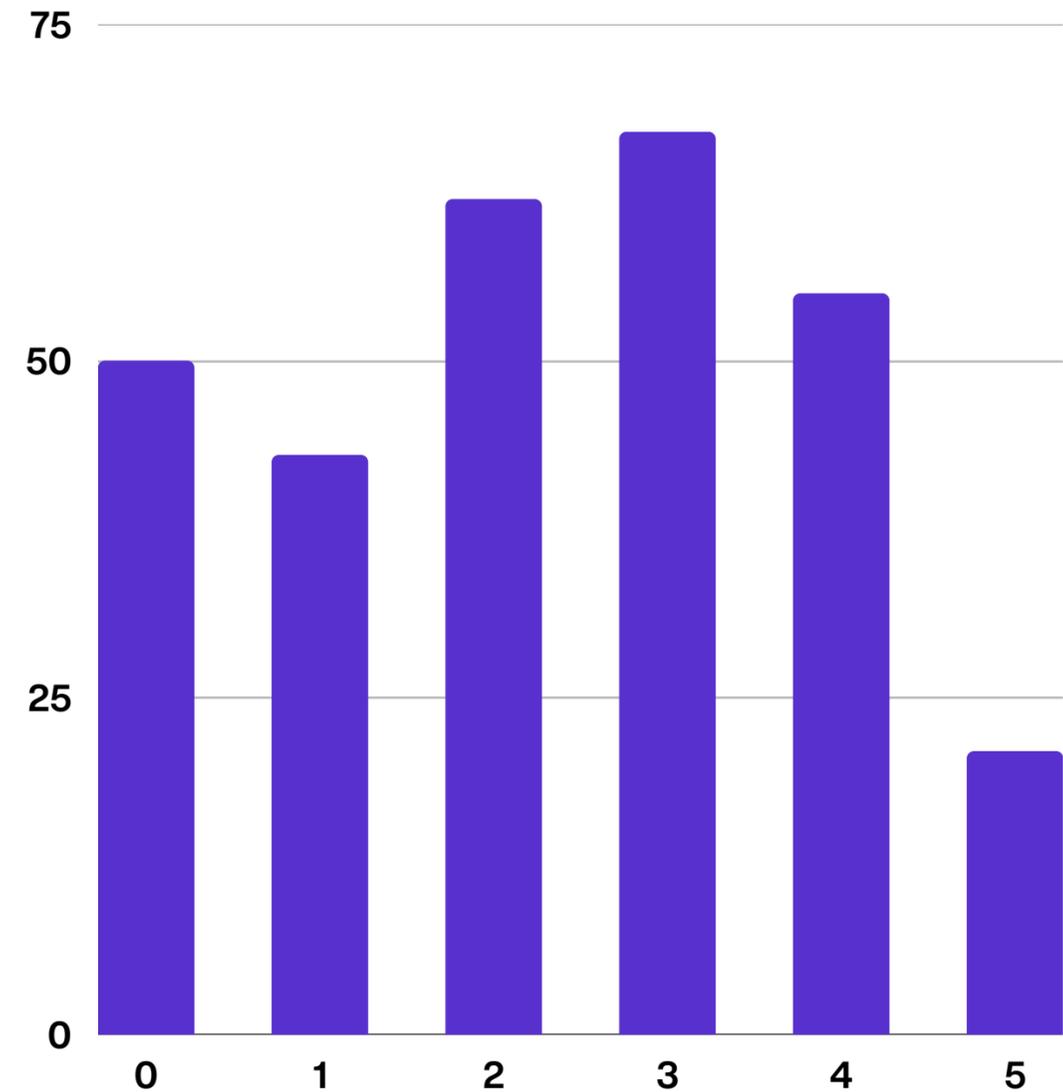
Con la pandemia, ho iniziato a prestare sempre più attenzione a come comunicano le istituzioni culturali tradizionali (come musei, gallerie, teatri, ecc)



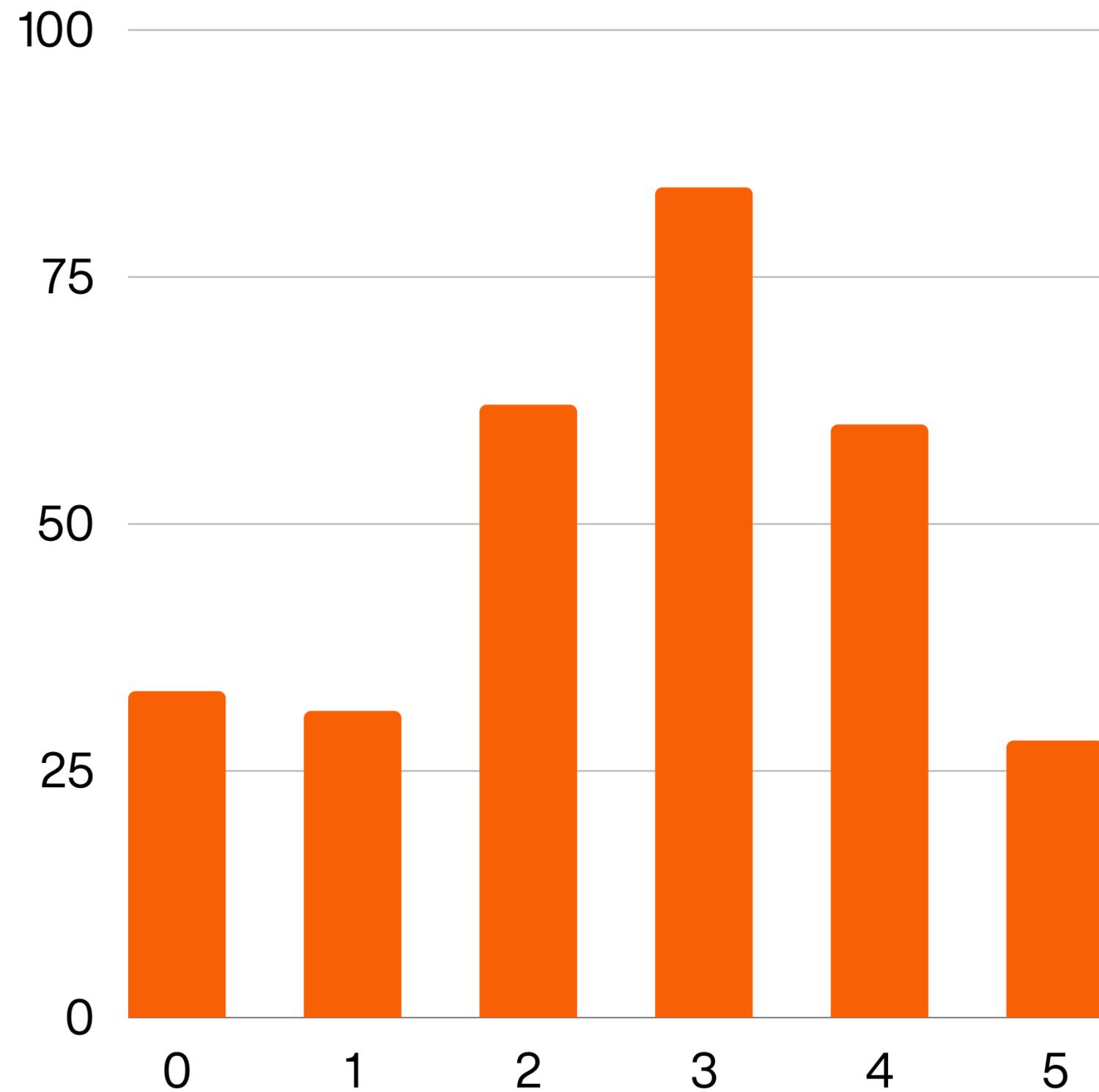
Con la pandemia, i miei punti di riferimento per la cultura sono sempre di più soggetti individuali come influencer o creator

I punti di riferimento per gli utenti, però, non sembrano aver subito particolari oscillazioni.

La distribuzione del grafico a lato appare piuttosto omogenea, non si registrano picchi positivi o negativi per nessun valore della scala.



Con la pandemia, i miei punti di riferimento per la cultura sono sempre più organizzazioni culturali non tradizionali come collettivi artistici o gruppi informali



Infine, è stato domandato
agli utenti dove quindi
ricercassero eventi culturali
quando non on-line.

A lato sono riportare le
risposte più
frequentemente ottenute.

