

## Tavolo 2

# Nuovi Pubblici per nuove scene

## Report finale

**Facilitatori:** Gaia Nanni e Rodolfo Sacchetti

### 1. Sintesi del tavolo

Dagli interventi raccolti si nota una condivisione per quanto riguarda la situazione del teatro toscano. Pur con sfumature di intensità, **tutti gli interventi sostengono la grande preoccupazione per questo momento storico, soprattutto per quanto riguarda la presenza del pubblico.** Il problema non riguarda solo il riempimento della sala, cioè il dato numerico, ma anche la necessità urgente di **coinvolgere nuove generazioni**, dal momento che la fascia di età media dello spettatore di solito è piuttosto elevata. È opinione condivisa che **aver investito in progetti più commerciali**, con volti noti della televisione o del cinema e con qualità scadente, **non abbia giovato alla crescita del pubblico** e non sia questa la strada da percorrere. La situazione è talmente delicata che **si chiede un report dettagliato del pubblico teatrale degli ultimi anni e un monitoraggio permanente**, a livello regionale, quantitativo e qualitativo, per poter modulare meglio l'offerta.

Il rinnovamento del pubblico deve passare da un **rinnovamento della scena** che significa, oltre che un ricambio generazionale, anche **apertura ai linguaggi del contemporaneo** in nome però di una crescente qualità. Un ruolo decisivo può essere assunto in questo senso dalle compagnie indipendenti, penalizzate per quanto riguarda la circuitazione e più fragili dal momento che non gestiscono uno spazio.

Rispetto a temi e linguaggi le premesse di tutti gli interventi riguardano la **diversificazione dell'offerta, ma non l'adesione a uno stile specifico.** La differenza è sempre dettata dalla qualità. Tuttavia molti contributi raccolti guardano a un teatro capace di aprirsi ai grandi **temi del presente (ecologia, pace, gap generazionale, precarietà economica, identità sessuale etc.) e di utilizzare un linguaggio moderno** che sappia, se necessario, inglobare anche le moderne tecnologie.

Per rinnovare la platea di spettatori è opportuno **diversificare l'offerta** e, soprattutto, far prestare molta cura e attenzione al pubblico invitato non a fruire solo di un prodotto culturale, ma a compiere un'esperienza. Quasi tutti gli interventi vedono in maniera **assai favorevole la possibilità di utilizzare luoghi non convenzionali**, un ottimo strumento per sviluppare connessioni con architettura e paesaggio, per avvicinare un pubblico trasversale e curioso. **Occorrono però spettacoli pensati appositamente per i luoghi non convenzionali.** Il teatro aiuta a far conoscere il patrimonio artistico, a valorizzare luoghi di aggregazione, a rendere più vivibili le periferie. **Una sponda fondamentale potrebbero diventare i musei**, soprattutto quelli dedicati alla contemporaneità, con linee specifiche di performance e attività teatrali.

**È fondamentale diminuire la burocrazia che spesso rende difficoltoso uscire dai teatri.** Qualcuno tiene a ricordare però che forse, prima dei luoghi non convenzionali, **sarebbe meglio rimettere in funzione i tantissimi teatri sparsi per la Toscana e non utilizzati.**

Sul fronte della comunicazione **alcuni interventi invocano più digitale e più esperti del settore**, altri sono più cauti, ma in generale tutti ritengono ormai **essenziale l'utilizzo dei social con professionalità e competenze specifiche, anche se sempre in stretta relazione con l'operatore teatrale.** L'attenzione alla comunicazione però deve essere coniugata alle reali disponibilità della compagnia o del teatro che si trovano non di rado, **proprio per la scarsità di risorse, ad attribuire ad un'unica persona i compiti della comunicazione, dell'ufficio stampa e della promozione.**

L'urgenza maggiore sarebbe quella di **creare forme di promozione e comunicazione condivise a livello regionale, come la costruzione di una Piattaforma Unica Regionale** che possa da un lato fornire una promozione reale agli eventi e, dall'altro, valorizzare i soggetti (compagnie, artisti e operatori) impegnati sul territorio. Un grande **contenitore digitale che offra le informazioni su tutta la programmazione**, ma anche contributi di approfondimento, ad esempio attivando una **web radio dedicata al teatro**. Sostanzialmente tutti concordano però nel ritenere che la comunicazione non può essere sufficiente ("comunicare bene e razzolare male"), ma **sono necessari mediatori culturali in grado di dialogare con il territorio e di instaurare un rapporto con la comunità di riferimento**. Ma le risorse a disposizione non sono mai sufficienti, per cui **alcuni interventi suggeriscono un impegno maggiore del Circuito Regionale**, non solo come ente di programmazione, promozione e formazione del pubblico, ma come parte attiva nell'ascolto del territorio, per coordinare e **promuovere progetti di "formazione del pubblico"** con professionisti del settore.

Per un rinnovamento del pubblico si fa riferimento al ruolo stesso del teatro, come attore protagonista del territorio, capace di creare relazioni con tante istituzioni e di essere interlocutore anche del terzo settore. Si fa riferimento in più interventi all'**esperienza delle Residenze Artistiche Toscane, mentre non viene mai citata la presenza del Teatro della Toscana** né come ente produttivo né come maggiore istituzione teatrale regionale. Lo stesso luogo del teatro dovrebbe essere continuamente attraversato da **attività laboratoriali, prove aperte, eventi speciali, estendendo l'apertura degli spazi alle fasce mattutine e po meridiane**.

Per quanto riguarda il Teatro Ragazzi tutti gli interventi ritengono che oggi più che mai ci sia bisogno di sostenere con costanza e lungimiranza politica, un settore del quale in epoca post pandemica avremo ancora più bisogno al fine di recuperare nei nostri cittadini più piccoli quelle qualità sociali e quel benessere emotivo che la pandemia, nel migliore dei casi ha sospeso, nel peggiore distrutto. **L'area del teatro ragazzi dovrebbe essere, secondo tutti gli interventi, un settore strategico in questi anni post-pandemici**. Sono tutti d'accordo anche nel riaffermare **un teatro ragazzi di "professionisti" e non amatoriale**, perché sia garantita la qualità, in qualche caso si chiede una presenza maggiore di compagnie di teatro ragazzi extraregionali per avere più punti di vista.

L'urgenza è **reformulare i rapporti con la scuola**, che spesso risultano assai difficoltosi, soprattutto per una burocrazia sempre crescente. Tutti concordano nel **rinnovare il rapporto tra teatro e scuola attraverso un rilancio delle pratiche, ma anche con un coordinamento maggiore da parte dei teatri e delle istituzioni (compreso l'Ufficio scolastico regionale)**. Non bastano gli spettacoli, le attività da fare con la scuola riguardano anche i laboratori e corsi di aggiornamento per insegnanti. Anche in questo caso **un ruolo decisivo deve essere assunto dai "formatori" che possano creare percorsi per bambini e ragazzi, ma anche, quanto mai urgente, per insegnanti**. Pensare alla scuola non vuol dire trascurare le famiglie, al contrario i due canali vanno mantenuti assieme. Fondamentale è lavorare sul nucleo familiare e proporre spettacoli che possano favorire un'esperienza comune.

## 2. Un focus specifico sui 3 argomenti affrontati dal tavolo

### ARGOMENTO A

#### Promuovere e comunicare le attività di spettacolo dal vivo

Nei dati raccolti emerge come elemento di **preoccupazione la presenza di un pubblico teatrale di età media piuttosto elevata a cui si offre molto spesso una programmazione costruita attorno ai volti noti della televisione e del cinema**. Un primo passo verso il rinnovamento delle platee, almeno in termini anagrafici, potrebbe passare proprio da un **rinnovamento della scena**: curare la qualità dell'offerta teatrale con forme e tematiche rinnovate. Il Teatro come ripostiglio della televisione generalista non ha portato a risultati confortanti, garantire libera espressione alle compagnie – anche autonome e/o indipendenti, penalizzate spesso dal non avere una sede – risulta essere un elemento vitale imprescindibile.

Come elementi di analisi si propone:

- un **Report dettagliato del pubblico teatrale degli ultimi 5 anni** da cui ripartire per modulare al meglio l'offerta;
- un **monitoraggio permanente, a livello regionale, quantitativo e soprattutto qualitativo**;
- una **sinergica collaborazione tra ricerche di mercato e comunicazione** cercando di capire cosa funziona, cosa il pubblico chiede e quali sono le esigenze e i desideri delle persone che cerchiamo di raggiungere (prendere ispirazione dall'Audience Agency, un'agenzia fondata dall'Art Council England che si presta ad un dialogo continuo con gli operatori).

Al fine di raggiungere un pubblico anagraficamente più giovane e concepire la partecipazione agli eventi di teatro come parte integrante della vita dei cittadini, si registra la necessità da parte di moltissime realtà di **investire in maniera organica e coordinata nella diffusione della cultura teatrale nei percorsi scolastici**, fin dalle scuole primarie, anche attraverso Open Day dedicati. Alcuni propongono di promuovere l'**istituzione di cattedre di teatro e personale dedicato**; il rapporto tra teatro e scuola risulta ancora oggi limitato e sempre più dipendente dalla volontà dei singoli operatori, presidi e professori. Per quanto riguarda gli adolescenti si guarda con particolare attenzione alle **potenzialità dei social e del web** (qualcuno ipotizza il coinvolgimento di youtuber o l'attivazione di formati che possono richiamare i giochi di ruolo), **anche con la proposta di cicli di podcast per diffondere il teatro contemporaneo**.

Da più parti si propone **un rinnovamento anche del teatro come luogo di incontro finalizzato non solo alla messa in scena, ma come luogo di comunità**, che possa seguire lo spettatore con laboratori, incontri, prove aperte e proposte accattivanti, anche estendendo l'apertura giornaliera degli spazi. Sotto questo aspetto risulta importante l'analisi degli esempi di Residenze Artistiche Toscane, valutandone la specificità, l'originalità, l'analisi del contesto territoriale e il patto sociale con la comunità presente col conseguente coinvolgimento di pubblici del "terzo settore" tradizionalmente esclusi (centri sociali, immigrati, comunità terapeutiche, case d'accoglienza, cooperative sociali). In questo caso gli organismi di programmazione regionale possono svolgere un formidabile ruolo di coordinamento progettuale. A tal proposito **risulta centrale una volontà politica capace di attivare una qualificazione degli investimenti pubblici** (Regione, Città Metropolitana, Comuni) e attrazione di risorse private al fine di garantire investimenti di respiro pluriennale. Risulta evidente la necessità di lavorare sulla continuità di relazione, sul rafforzamento dell'abitudine al luogo, sull'ampliamento dei servizi dello spazio culturale con attività diverse (laboratori, lezioni, incontri) cercando di instaurare un rapporto differente con chi li frequenta e al contempo intercettando utenti diversi.

In molti insistono su questi elementi innovativi:

- **Strutturare cartelloni con una grande varietà di proposte**, aperti anche a nuove esperienze e nuovi linguaggi;
- **Favorire un ricambio generazionale ai vertici delle strutture**;
- Attivare delle **politiche di prezzo diversificate, inclusive e istituire linee di finanziamento che premiano le sale che diversificano e sperimentano** nuovi modelli di gestione.
- **Favorire maggiormente la danza** che soffre di più la diffidenza del pubblico.

Per promuovere e comunicare in modo migliore il teatro si suggeriscono queste azioni:

- **Definire con largo anticipo programmazione a livello regionale** per favorire coordinamento ed evitare sovrapposizioni.
- **Inventare occasioni di forte richiamo**, capaci di trainare anche iniziative di minore visibilità
- **Incentivare l'editoria teatrale**, totalmente trascurata da anni.
- **Decentralizzare gli eventi specie per le stagioni invernali** dove sarebbe interessante proporre eventi/spettacoli, anche di breve durata, in luoghi non teatrali abbassando la soglia di accesso ai giovani e alle fasce di cittadini con bassi consumi culturali nei quartieri periferici.
- **Diffondere frequentemente dei questionari di gradimento allo spettatore**.
- **Aumentare le attività di formazione del pubblico**, organizzando incontri con critici e studiosi di teatro.
- Per lo spettatore abituale si consiglia di avere alcune accortezze come **abbonamenti dedicati e piccoli gadget da offrire** (sempre ecologicamente significativi come ad esempio borsa di stoffa, posacenere portatili...) che invitano al selfie da pubblicare sui social come promozione "dal basso".
- Dopo i due anni di pandemia **valorizzare sempre di più la radio**, come medium per la diffusione, l'approfondimento ma anche la creazione di prodotti culturali.

Per ampliare la fruizione e rilanciare le attività è **necessaria una nuova generazione di professionisti capace di inventare prodotti culturali in risposta alle esigenze dei cittadini**. Negli ultimi anni il sistema della comunicazione, pur sempre in presenza dei metodi tradizionali, si è decisamente spostato sul web e sui canali social. Occorre perciò affidarsi a chi professionalmente predispone e gestisce queste nuove competenze digitali.

Alcuni propongono di **pensare al "teatro" come se fosse una vera e propria azienda da far crescere con strategie di marketing** e col necessario coinvolgimento di **nuove figure professionali adeguatamente formate o quantomeno l'aggiornamento di quelle esistenti**. In questo senso si evidenzia che nelle grosse strutture la maggior parte del bilancio è destinato al personale dipendente, non di rado di età medio-alta e con poche competenze sulle nuove comunicazioni. Comunicazione, informazione e promozione sono tre attività differenti e il successo di un'iniziativa culturale spesso deriva dalla capacità di mettere insieme questi tre livelli di azione. Data l'endemica scarsità di risorse, non sempre un'organizzazione culturale può permettersi tre figure professionali differenti (comunicatore, ufficio stampa e promotore) e, quindi, spesso si uniscono queste funzioni in una o al massimo due figure ed il risultato rischia di non essere sufficiente.

Sostanzialmente tutti concordano però nel ritenere che la comunicazione non può essere sufficiente ("comunicare bene e razzolare male"), ma **sono necessari mediatori culturali in grado di dialogare con il territorio e di instaurare un rapporto con la comunità di riferimento**. Forte è la necessità dell'investimento di risorse e azioni della rete regionale per poter aumentare la disponibilità di tali professionisti e/o aggiornare quelli che già sono sul campo. Secondo alcuni sarebbe necessario un investimento specifico, da parte della Regione, a sostegno di progetti e soggetti che si occupano in maniera strutturata di formazione e coinvolgimento dei pubblici, come avviene in ambito ministeriale con l'Articolo 41 del Fondo Unico per lo Spettacolo.

Tra i maggiori problemi riscontrati c'è sicuramente **un insufficiente coordinamento tra i teatri toscani, per questo in molti propongono la creazione di una Piattaforma Unica Regionale** che possa da un lato fornire una promozione reale agli eventi e dall'altro valorizzare i soggetti (compagnie, artisti e operatori) impegnati sul territorio. Un grande contenitore digitale che offra le informazioni su tutta la programmazione regionale, ma anche con contributi di approfondimento e trasversale, ad esempio attivando una web radio dedicata al teatro.

Si esorta di fatto a **un più attivo coinvolgimento del ruolo del circuito regionale** non solo come agenzia di intermediazione del mercato ma come parte attiva nell'ascolto del territorio artistico, nel coordinamento di progetti territoriali mirati e nella valorizzazione delle micro-eccellenze diffuse che il territorio spesso disperde. Una piattaforma comune che possa apportare:

- Visibilità
- Promozione
- Divulgazione
- Approfondimento
- Supporto alla distribuzione.

Si presenta il desiderio diffuso di strutturare **una rete forte tra le realtà istituzionali e le realtà che operano capillarmente sul territorio** e portare una comunicazione efficace che possa raggiungere soprattutto chi il teatro non lo conosce e non lo frequenta (a partire dalle scuole).

## **ARGOMENTO B**

### **Innovare i luoghi e le tematiche affrontate dalle attività di spettacolo dal vivo**

Temi e linguaggi sono affrontati nella medesima maniera in tutti gli interventi. Non c'è una ricetta vincente nella scelta dei temi e nell'utilizzo dei linguaggi. La differenza è sempre dettata dalla qualità. Agli artisti il compito di scegliere perciò tema e linguaggi. Tuttavia i contributi raccolti provano a formulare delle ipotesi.

Per quanto riguarda i temi – premettendo sempre che il “come” è più importante del “cosa” – si sente il bisogno di aprirsi a nuove tematiche che sappiano legarsi al nostro presente sociale e culturale. La scelta del tema è sicuramente anche un modo per attirare nuovo pubblico. Tra le tematiche oggi ritenute più urgenti c'è: **la Pace, l'Identità sessuale, il Melting pot culturale, il Gap generazionale, la Precarietà economica e sentimentale, l'Adolescenza, la Violenza sulle donne, l'Immigrazione, la Pandemia e l'Ecologia**. Però si invita alla cautela perché i temi possono essere solo degli “specchietti per le allodole”, alcuni ricordano l'importanza dei miti, delle grandi storie, delle grandi domande dell'umanità, che non rischiano mai di passare di moda. Rispetto ai temi comunque è condivisa da tutti l'importanza della diversificazione dell'offerta.

**Per quanto riguarda i linguaggi vale la stessa impostazione. Non ci sono preclusioni, l'importante è che sia garantita la qualità.** Tuttavia si favoriscono i linguaggi che possono contemplare la **coabitazione di discipline diverse (attenzione alla danza, al circo...)** e l'utilizzo delle nuove tecnologie, anche per un coinvolgimento maggiore di un pubblico giovane, dal momento che ancora una volta si tiene a precisare l'età avanzata del pubblico medio. Oltre ai linguaggi prevale la necessità di pensare a un rovesciamento dei ruoli rispetto all'esperienza teatrale: **far sperimentare allo spettatore in prima persona l'esperienza della performance, attraverso incontri, eventi dedicati, seminari, laboratori.**

Un certo condiviso entusiasmo è percepibile nelle risposte che riguardano la valorizzazione dei luoghi non convenzionali. L'elenco che viene fuori è lunghissimo: piazze, chiese, scuole, campi sportivi, strade, parchi e giardini, stabilimenti balneari, biblioteche, fabbriche, carceri, boschi, discariche, archeologia industriale, luoghi di socialità, supermercati, appartamenti privati, case di riposo, circoli (sotto-utilizzati) e periferie a cui destinare un'offerta diversificata rispetto alle proposte culturali delle città. Nella gran parte dei casi il luogo “non convenzionale” sembra essere un ottimo strumento per favorire connessioni con architettura e

paesaggio, per avvicinare un pubblico trasversale e curioso. **Occorrono però spettacoli pensati appositamente per i luoghi non convenzionali.** Il teatro aiuta a far conoscere il patrimonio artistico, a valorizzare luoghi di aggregazione, a rendere più vivibili le periferie. Una sponda fondamentale potrebbero diventare i musei, **soprattutto quelli dedicati alla contemporaneità, con linee specifiche di performance e attività teatrali.** Fondamentale però diminuire la burocrazia che spesso rende difficoltoso uscire dai teatri.

Si segnalano anche interventi che sollevano alcuni dubbi, ricordando che la Regione Toscana, insieme alle Marche, ha il più ricco patrimonio di teatri ancora non utilizzati a pieno: **non ci sarebbe un bisogno “strutturale” di utilizzare luoghi non convenzionali in cui realizzare spettacoli dal vivo, sarebbe meglio rendere le sale esistenti più aperte e più attive,** anche intensificando il rapporto tra il Circuito Regionale e le compagnie di produzione che non gestiscono una sala.

## ARGOMENTO C

### Valorizzare la specificità del Teatro per ragazzi

Il teatro ragazzi ha bisogno della stessa dignità delle altre forme di teatro e i loro interpreti devono avere un'altissima professionalità. Oggi più che mai c'è bisogno di sostenere con costanza, e lungimiranza politica, un settore del quale in epoca post pandemica avremo ancora più bisogno al fine di recuperare nei nostri cittadini più piccoli quelle competenze sociali e quel benessere emotivo che la pandemia, nel migliore dei casi ha sospeso, nel peggiore distrutto. **L'area del teatro ragazzi dovrebbe essere, secondo tutti gli interventi, un settore strategico in questi anni post-pandemici.** Sono tutti d'accordo anche nel dover **riformulare i rapporti con la scuola,** che spesso sono assai difficoltosi, anche per una burocrazia sempre crescente. Per rendere più di qualità la proposta occorrono maggiori risorse e una profonda consapevolezza del referente a cui ci si rivolge. Alcuni, per evitare il rischio dell'autoreferenzialità del mondo del teatro ragazzi, auspicano una maggiore presenza di compagnie extra regionali.

Tutti concordano nel ritenere la relazione tra scuola e teatro oggi assolutamente decisiva. E tutti concordano nel rinnovare questo rapporto attraverso un rilancio delle pratiche, ma anche un coordinamento maggiore da parte dei teatri e delle istituzioni (compre l'Ufficio scolastico regionale). **Non bastano gli spettacoli, secondo molti interventi le attività da fare con la scuola riguardano anche i laboratori e corsi di aggiornamento per insegnanti.**

Una cerniera tra teatro ragazzi, scuola e teatro per adulti sono sicuramente gli adolescenti. È perciò, secondo molti, importante investire su questa fascia d'età in maniera adeguata. **Alcuni auspicano, per un rapporto più integrato tra teatro e scuola, l'inserimento della materia “teatro” nel curriculum scolastico, come è accaduto per la musica.** Pensare alla scuola non vuol dire trascurare le famiglie, al contrario i due canali vanno mantenuti assieme. Sempre più fondamentale è lavorare sul nucleo familiare e proporre spettacoli che possano favorire un'esperienza comune. Al fine di favorire la creazione di festival ed eventi a carattere internazionale, una delle voci raccolte propone **l'abolizione dell'articolo 52 comma 2 della Legge Regionale 23 novembre 2018, n. 62 che impedisce l'organizzazione e la gestione di festival da parte delle associazioni culturali con delle scie superiori ai 10 giorni continuativi.**

Tra le proposte:

- Considerare il settore del teatro ragazzi come strategico per la ripartenza dopo la pandemia con un impegno attivo anche da parte dell'istituzione regionale.
- Aumentare i contributi a chi si occupa di teatro ragazzi per migliorare la qualità artistica.
- **Prevedere mediatori teatrali** – figure essenziali – che fungano da collegamento tra teatro e scuola.
- **Percorsi di formazione per docenti** per rinnovare il rapporto con le scuole.
- **Percorsi di formazione per “fare” e “vedere” teatro per bambini, ragazzi e famiglie.**
- **Prevedere finanziamenti dedicati al trasporto dei bambini dalla scuola ai teatri.**