

Una televisione del teatro o una televisione sul teatro? Idee e riflessioni per istituire un canale tematico di servizio pubblico per lo spettacolo dal vivo

Il 27 marzo 2010 l'Italia ha celebrato, per la prima volta, la Giornata Mondiale del Teatro. Rallegra pensare che la manifestazione è stata lanciata dall'Unesco a Vienna nel 1961. Infatti, se a distanza di quasi cinquant'anni abbiamo deciso (1) di aderire alla Festa del Teatro, allora possiamo ben sperare che un altro passo avanti nella rivalutazione dello spettacolo dal vivo è stato finalmente compiuto. Ma i passi da compiere sono ancora molti e non basta certo un giorno all'anno per richiamare l'attenzione e l'interesse di un pubblico desideroso (forse) ma non (sempre) pronto a frequentare abitualmente i teatri, soprattutto quello delle fasce più giovanili. Si levano sempre più forti le voci pessimistiche su una società ossessionata a tal punto dalla comunicazione e dal primato della pubblicità da perdere ogni consapevolezza dell'importanza dell'autonomia della cultura e della necessità di spazi pubblici in cui rimettere al centro il teatro magari lavorando sulle potenzialità legate alla convergenza con i nuovi media e alla moltiplicazione dei canali digitali, scommettendo su quella fetta (non piccola) di pubblico che attraversa i palinsesti alla ricerca di offerte di qualità. Allora cosa è necessario?

Molte pagine sono state scritte. Molte provocazioni sono state lanciate. Troppe diagnosi rimaste sulla carta. Ma pochi risultati si sono realmente ottenuti e il rischio di emarginazione è sempre dietro l'angolo, accanto ad una riduzione progressiva di fondi pubblici, solo in parte compensata dal fermento e dall'attivismo presenti in alcune Regioni ed enti locali.

Partendo dall'incisiva affermazione di Maurizio Scaparro: "La salute va bene. È l'umore ad essere nero"(2), frase con la quale il regista ha definito la situazione attuale del teatro, analizzeremo dati, ipotesi e suggerimenti volti ad una più efficace promozione del teatro italiano e della sua percezione da parte del pubblico nazionale (e non solo). Un pubblico in pieno fermento, se consideriamo gli ultimi dati Siae relativi all'andamento stagionale degli spettacoli teatrali di prosa: +14% di spesa del pubblico, +7,8% nella spesa al botteghino e +4,5 negli ingressi con oltre 8,8 milioni di biglietti venduti(3).

Dal momento che i tagli e la crisi esistono, allora va tenuta in considerazione la "provocazione" di Alessandro Baricco sui finanziamenti statali alla cultura lanciata (il 24 febbraio 2009) su La Repubblica ed articolata in tre punti: 1. spostare l'attenzione, le intelligenze e le risorse su scuola e televisione; 2. abituarsi all'idea che il denaro pubblico può e deve fare un passo indietro venendo via da quella posizione centrale, e spesso monopolistica, che tende ad avere nella vita culturale del Paese; 3. non aver paura di lasciare campo all'iniziativa privata. Riguardo il primo punto Sandro Bondi, Ministro per i Beni e le Attività Culturali, tentò di fare un passo avanti chiedendo "ai nuovi vertici della Rai di svincolare una rete dal sistema di rilevazione dell'Auditel e della pubblicità...Una rete svincolata dall'Auditel permetterebbe quindi di sperimentare nuovi linguaggi e nuovi format e consentirebbe a maggior ragione la messa in onda di temi trascurati come quelli della cultura"(4). La proposta era stata accolta tiepidamente in quanto considerata "superata dall'avvento del digitale terrestre"(5). Qualche giorno prima (il 24 febbraio 2009) il Ministro Bondi firmava una lettera d'intenti con Christine Albanel, Ministro della Cultura francese, con la quale veniva deciso di approfondire la cooperazione bilaterale in settori come musei, spettacolo dal vivo e cinema. Nel settore audiovisivo veniva sottolineato l'interesse "per la creazione di un canale televisivo culturale italiano, attraverso una stretta collaborazione con Arte", impegno ribadito il 9 aprile scorso in occasione di un nuovo vertice tra i Ministri della Cultura italo-francesi(6). Al di là delle buone intenzioni e del positivo clima di cooperazione tra i due Paesi, va ricordato che le discussioni avviate più volte per creare Arte Italia si sono sempre arenate per ragioni di sostenibilità economica(7).

La dichiarazione del Presidente della Rai Paolo Garimberti, rilasciata in occasione della conferenza

stampa sulla Giornata Mondiale del Teatro, sposta l'attenzione sullo spettacolo dal vivo e sul suo "rapporto" con il digitale terrestre: "La Rai deve dare più spazio al teatro (...) è un impegno necessario soprattutto in vista della digitalizzazione, da completare da qui al 2012, con la previsione di un canale riservato soprattutto al teatro"(8).

Il Presidente della Rai è tornato nuovamente in occasione della presentazione a Firenze del primo archivio audiovisivo digitale dei beni culturali(9). "In tutta Italia – ha detto il Presidente annunciando la nascita di un canale dedicato esclusivamente alla cultura- oggi lo sfruttamento e la valorizzazione della ricchezza culturale è troppo statica e contemplativa. Dobbiamo reinventarci un modo nuovo per comunicare e rendere fruibili le risorse del nostro Paese".

La creazione di un canale tematico sul digitale terrestre e di un portale sul web interamente dedicato allo spettacolo dal vivo è, in effetti, la soluzione alla latitanza (o allo sconfinamento delle rubriche ad esso dedicate in fasce orarie rigide e poco seguite da gran parte dell'audience) di quest'ultimo dal piccolo schermo e all'avvio di una seria programmazione culturale di qualità e di "intrattenimento intelligente", in grado di rafforzare l'educazione artistica del pubblico e di accrescerne il senso critico. Era il 3 gennaio 1954 quando la Rai, per la prima volta, mandò in onda una commedia sulla sua rete. Da allora, dopo oltre mezzo secolo e più di 4.000 pièces trasmesse (repliche comprese), si è assistito ad un continuo e lento impoverimento dell'offerta teatrale in televisione. In seguito ad esperienze fallimentari sulle reti generaliste (Palcoscenico) e sulla piattaforma satellitare (RaiSat Show e RaiSat Album), oggi le rubriche che, in ordine sparso, si occupano di spettacolo dal vivo sono: *Applausi* di Gigi Marzullo in onda su Rai1, *Palco e Retropalco* su Rai2, *Cominciamo Bene Prima* di Pino Strabioli, *Chièdiscena* di Rosanna Cancellieri, *Sabato notte tg3* su Rai3. La necessità di trovare contenuti pregiati si coniuga, oggi più che mai, con le nuove esigenze di palinsesto legate alla moltiplicazione dei canali.(10)

Ma quali tra gli enti italiani – venendo al cuore della questione – potrebbero partecipare alla realizzazione di questo ambizioso progetto? L'ETI (Ente Teatrale Italiano) è senz'altro uno di questi, anche in virtù della sua nuova mission di servizio. Costituito nel 1942, ha oggi lo scopo, come previsto dallo Statuto in vigore, di contribuire alla valorizzazione e diffusione della cultura e delle attività teatrali di prosa, musicali e di danza (Art.2). Nel quadro dell'ultimo atto di indirizzo trasmesso nell'aprile 2007, lo Statuto stabilisce che l'ETI debba "svolgere promozione ed informazione del pubblico anche attraverso specifiche iniziative editoriali, attività di formazione e aggiornamento professionale; diffusione dello spettacolo con il supporto delle nuove tecnologie e dell'emittenza televisiva anche attraverso specifici accordi di collaborazione". Protocolli d'intesa che lo Stato attraverso l'ETI, come previsto dal Testo Unificato approvato dalla Commissione Cultura nel febbraio scorso(11), potrà "sottoscrivere con le diverse piattaforme radiotelevisive per riservare spazi di informazione specializzata al pubblico" (Art.3), tenendo conto degli obblighi di programmazione del servizio pubblico.

A questo progetto va aggiunto, come previsto dalla richiamata proposta di legge, la creazione di un "archivio nazionale dello spettacolo dal vivo al fine di conservare e diffondere la memoria visiva del patrimonio storico dello spettacolo dal vivo" anche attraverso le nuove tecnologie in sistema digitale. Archivio che potrebbe trovare nel nuovo canale il veicolo più idoneo e moderno di diffusione, sfruttando le opportune sinergie con le teche della Rai(12). Rai che, in ossequio al Contratto di Servizio, non solo ha l'obbligo di riservare un'ampia percentuale della programmazione annuale al genere "Spettacolo"(13) (Art.4), ma è "tenuta a destinare almeno il 15% dei propri ricavi complessivi (...) ad investimenti anche in trasmissioni culturali relative allo spettacolo dal vivo (teatro, danza, lirica, prosa, musica classica e leggera)", accanto ad altri generi (fiction, cinema, documentari e cartoni animati)(14). La creazione del canale tematico dovrà andare di pari passo con una spinta all'innovazione tecnologica: "Lo spettacolo dal vivo appare fondato su due pilastri: la creatività da una parte, la tecnologia dall'altra.(...)La tecnologia appare forse di meno, ma non risulta meno necessaria, dal momento che dello spettacolo dal vivo essa costituisce l'ossatura materiale, la strategia linguistica, l'opportunità di relazione."(15)

Per raggiungere questi obiettivi sarà determinante mettere a frutto la collaborazione con il "Laboratorio

sulle nuove tecnologie per il Teatro in Radio e Tv”, fondato sulla base di un protocollo tra Rai, Eti e Provincia di Milano. L’iniziativa è caratterizzata dalle seguenti finalità: 1. migliorare la qualità tecnica del teatro sulle principali piattaforme distributive (Tv, radio, etc.) in un confronto con l’evoluzione di linguaggi e tecnologie; 2. verificare l’influenza che le nuove tecnologie possono avere sull’organizzazione/evoluzione dello spettacolo teatrale; 3. valorizzare la formazione e la crescita di una nuova generazione di attori, registi televisivi e teatrali, tecnici, scrittori di/per e sul teatro. Oltre allo svolgimento di attività di sperimentazione e di incontri integrativi (tenuti da professionisti con competenze avanzate e da professori universitari), il Laboratorio vuole ampliare le possibilità di interazione dello spettatore nel tentativo di superare la passività della fruizione del teatro “televisivo” (esempio: ripresa e trasmissione on-line di microdrammaturgie elaborate dagli studenti per mezzo di telefonini come moltiplicatori dei punti di vista mobili). A supporto di ETI Channel (questo il nome del progetto)(16) la prevista realizzazione, da parte del Laboratorio, di un’unità mobile dotata di una serie di apparati innovativi per la ripresa audio/video.

Più in generale, non vi è dubbio che le nuove tecnologie abbiano modificato il modo di vivere la cultura: non più spettatori passivi ma interlocutori attivi con i quali creare nuove forme di produzione e fruizione artistica. Negli ultimi anni stiamo assistendo ad un nuovo rinascimento culturale “in Rete”: sono più di 12.000 i blog culturali in cui si discute non solo di attualità ma anche di storia, arte e letteratura. Ad oggi, il 26,5% degli italiani frequenta stabilmente la Rete e sarebbe disposto a pagare per avere un’offerta più ampia e accessibile(17).

L’innovazione tecnologica rappresenta dunque un potente alleato per avvicinare nuove generazioni che iniziano le proprie esperienze culturali proprio sul web e sui nuovi media, senza dimenticare che l’obiettivo finale e prioritario resta quello di portare fisicamente il pubblico attuale potenziale nelle nostre sale teatrali.

Alla luce di questi dati non sembra tanto azzardata l’annunciata creazione (entro la fine del 2010), da parte del Teatro La Fenice in collaborazione con l’Arena di Verona, di una propria web-tv: “non solo spettacoli via internet, ma anche diffusione delle produzioni dell’ente lirico in canali tematici satellitari e pure la distribuzione in diretta dei concerti e delle opere in programma nelle catene cinematografiche digitali.”(18) Qualche mese fa, l’Opera di Roma ha deciso di mettere in rete l’Archivio Storico ed Audiovisuale, realizzando un efficace sistema di catalogazione e fruizione del patrimonio che ora, grazie a tecnologie innovative, può essere promosso e valorizzato per un pubblico più vasto(19).

Così la multimedialità potrebbe in parte compensare i tagli di bilancio generando, attraverso i contenuti realizzati, una rendita maggiore per gli stessi teatri. Se mai questa scommessa fosse accolta, le nuove tecnologie diventano un elemento chiave per vincerla. Strumenti come il Video on Demand (Vod), che permette di scaricare a pagamento i contenuti di particolare interesse, o la possibilità di vedere in streaming alcuni programmi gratuitamente, rendono accessibile la programmazione a utenti diversi dai telespettatori classici. Non a caso Arte è stato tra i primi a posizionarsi su internet.

In questo moderno scenario, ETI Channel non dovrà essere solo intrattenimento, ma anche comunicazione ed informazione (sia specialistica che divulgativa) completamente free. Attraverso il confezionamento di palinsesti dinamici, il canale non si limiterà all’offerta tout court di spettacoli teatrali (contemporanei e passati) ma offrirà una programmazione ampia e diversificata con interviste agli artisti, dibattiti ed incontri con studiosi e addetti ai lavori, lezioni, documentari e monografie sul teatro e i suoi protagonisti, collegamenti con i principali festival e rassegne a livello nazionale ed internazionale. Servendo il territorio nazionale, il canale sarà affiancato da un portale sul web dinamico e di agile fruizione che soddisferà le curiosità e gli interessi dello spettatore non solo sui cartelloni in programma e le relative recensioni ma anche con spazi di approfondimento, coinvolgendo in modo attivo tutte le categorie del mondo dello spettacolo. Fungerà da valido strumento di informazione, formazione e consulenza ai soggetti che intendano intraprendere attività di spettacolo dal vivo, nonché servizi di supporto e tutoraggio per le istituzioni e per gli operatori anche attraverso specifiche banche dati e sportelli ad hoc(20). La formazione di un pubblico giovane, attivo, preparato e critico si pone quindi come obiettivo principale. L’inclusione dell’educazione teatrale nei programmi scolastici(21) può essere una delle soluzioni. Una

volta formato, il pubblico del futuro andrà anche “ascoltato”: ad oggi sono scarse le indagini condotte su chi sceglie di trascorrere del tempo a teatro. Nonostante ciò, si avverte che il principale difetto del teatro italiano è individuato nel rapporto tra il prezzo e la soddisfazione del bisogno di intrattenimento(22). Ad accentuare questo malessere gioca un ruolo principe la crisi attuale della drammaturgia italiana. Non a caso, in un recente articolo, la giornalista e scrittrice Isabella Bossi Fedrigotti ha lanciato un accorato appello: “salviamo il teatro, quello vero, non il teatrino che offre spettacoli(...)con rappresentazioni per lo più televisive(...)con canovacci quasi sempre assai mediocri.(...) Il teatro bonifica il territorio, educa cioè gli spettatori, li raffina, li forma e li informa, arrivando a concedere agli assidui maggiore e più profonda umanità.”(23) Create le condizioni favorevoli ad una rinascita del teatro, quest’ultimo sarà pronto ad accogliere una domanda crescente? Molto probabilmente no. Dal novembre 2006 al marzo 2007 è stato svolto un censimento con l’obiettivo di costruire una mappa dei teatri chiusi e/o inagibili dislocati sul territorio italiano. Il censimento ha individuato 428 teatri chiusi, più della metà dei quali di proprietà pubblica. Considerando che in Italia ci sono circa 2000 teatri, il censimento rivela che per ogni 3 teatri aperti uno risulta chiuso(24). In testa alla classifica troviamo la Lombardia e la Sicilia con rispettivamente 59 e 57 strutture chiuse rilevate.

I dati e le considerazioni riportate in queste pagine meritano una riflessione approfondita.

Mettere in piedi un canale televisivo è un business che richiede risorse e sostenibilità economica ma un canale con una forte impronta culturale può esistere solo nel quadro di una forte e condivisa iniziativa pubblica che vada oltre leggi commerciali di mercato (almeno nella fase di messa a regime).

Trovare una soluzione ai problemi di un settore per sua natura così vasto e per certi aspetti astratto, come è lo spettacolo dal vivo, necessita la sinergia di varie forze:

- un quadro normativo che ponga al centro il pubblico e la domanda (attuale e potenziale) attraverso efficaci strategie di promozione del teatro in Italia e all’estero;
- maggiori investimenti nella formazione di un pubblico giovane, preparato e critico;
- creazione di un canale sul digitale terrestre dedicato allo spettacolo dal vivo, coinvolgendo tutti gli attori interessati a partire dal broadcaster pubblico, gli artisti e le Associazioni di categoria;
- potenziamento della multimedialità e della tecnologia presenti nello spettacolo dal vivo;
- recupero dell’importante patrimonio di spazi teatrali dimenticati e maggiore presenza all’estero.

Un ultimo punto, non per importanza, andrebbe incluso: incoraggiare una nuova drammaturgia italiana. Ma per questa necessità non esistono dati o statistiche. L’unica cosa che si può fare è preparare un terreno fertile dove permettere loro di germogliare(25). In attesa non ci resta che lavorare meglio.

Note

(1) Bruno Zambardino ricopre dal marzo 2009 la carica di Consigliere di Amministrazione dell’ETI – Ente Teatrale Italiano con delega all’audiovisivo e ai nuovi media. I contenuti dell’articolo non impegnano l’ente di appartenenza. Si ringrazia Massimiliano Valenzano per la preziosa collaborazione alla stesura del testo.

(2) Intervista pubblicata su La Gazzetta di Bari, 19-03-2010.

(3) Dati Siae relativi al primo semestre 2009, raffrontati con il primo semestre 2008.

(4) La Repubblica, 05-03-2009. La riduzione progressiva di spot pubblicitari dalle tv di servizio pubblico è un tema di stringente attualità come dimostrano le recenti riforme introdotte in Francia e in Spagna.

(5) Dichiarazione di Giovanna Bianchi Clerici componente Cda Rai. La Repubblica, 05-03-2010.

(6) Arte è il canale culturale franco-tedesco nato nel 1991 con la missione di valorizzare e presentare la creazione artistica e culturale europea. Il canale è stato tra i primi a posizionarsi su internet e a sfruttarne le possibilità. Il presidente di Arte France, Jérôme Clément, ha sottolineato che “Internet è lo strumento attraverso il quale democratizzare Arte, toccando fasce d’età e fasce sociali che non è scontato guardino il nostro canale in televisione”. Nell’ottobre 2009 i visitatori del sito www.arte.tv sono stati 3,7 milioni per 17,6 milioni di pagine visitate. A novembre invece, Arte +7, il servizio che permette di rivedere alcuni

programmi per sette giorni dopo la messa in onda, ha registrato 2,4 milioni di video scaricati, il 33% in più rispetto alla media di tutto il 2009. In concreto Francia e Germania sono azionisti al 50% del canale, che si finanzia al 95% con il canone e in parte con i proventi dei diritti tv. Il budget 2009 è stato pari a circa 400 milioni di euro. Alla fine degli anni '90 RaiSat aveva avviato una coproduzione con Arte ma l'esperienza è durata solo pochi mesi. Cfr. La tv che ci manca in www.altraeconomia.it 24-03-2010.

(7) Per il Presidente di Arte questo “è senza dubbio il riflesso di una situazione che privilegia sistematicamente la televisione commerciale a scapito della creatività”.

(8) La Repubblica, 17-03-2010

(9) L'iniziativa, lanciata il 9 aprile 2010, è promossa da Rai, Rai Trade (la società che si occupa della valorizzazione del patrimonio intellettuale della Rai e di editori terzi) dalla Regione Toscana e dal Comune di Firenze. Gli obiettivi sono la valorizzazione e la commercializzazione del patrimonio audiovisivo artistico-culturale e paesaggistico italiano.

(10) “Il servizio pubblico deve misurarsi fino in fondo con le implicazioni culturali del digitale terrestre, strumento che sta entrando in tutte le case, rivolgendosi a tutti gli strati sociali e a tutti i livelli di alfabetizzazione (...).L'accelerazione della transizione al digitale può essere dunque un momento anche per pensare ad una prospettiva di crescita dell'industria culturale del paese(...)Per questo è importante aver ben chiara l'esigenza di “fare sistema”: proseguendo il percorso di collaborazione tra istituzioni ed imprese ed anzi rafforzandolo, adottando regole, comportamenti, strumenti per governare questo straordinario cambiamento e farne occasione di crescita industriale, culturale e civile del Paese” (Fonte: Rai, 2008)

(11) Legge quadro per lo spettacolo dal vivo, Testo Unificato delle proposte di legge C. 136 Carlucci, C. 459 Ciocchetti, C. 769 Carlucci, C. 1156 Ceccacci Rubino, C. 1183 De Biasi, C. 1564 Giammanco, C. 1480 Zamparutti, C. 1610 Zazzera, C. 1849 Rampelli, C. 1935 Caparini, e C. 2280 Goisis, approvato dalla VII Commissione Permanente Cultura, Scienza ed Istruzione, il 23 febbraio 2010.

(12) Gli archivi e i magazzini della Rai custodiscono veri e propri tesori (solo in parte digitalizzati) sia in termini di quantità sia come qualità delle messinscena. Centinaia di pièces sono di proprietà del broadcaster pubblico, ovvero utilizzabili senza alcun costo.

(13) Ovvero “Trasmissioni a carattere culturale e di intrattenimento con particolare attenzione alle forme artistiche dal vivo quali il teatro, la danza, la lirica, la prosa e la musica in tutti i suoi generi; trasmissioni finalizzate anche alla promozione dell'industria musicale italiana, con particolare attenzione ai nuovi artisti emergenti”. Fonte: Contratto di Servizio Rai 07-09.

(14) La citata proposta di legge in via di approvazione prevede che in virtù degli “specifici obblighi di informazione, promozione e programmazione previsti dal contratto di servizio tra lo Stato e la società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo la Rai debba procedere alla costituzione di una specifica società per la promozione e la coproduzione di spettacolo dal vivo”.

(15) “Tecnologia e spettacolo dal vivo: connessioni e orizzonti” a cura di Michele Trimarchi. in Relazione sull'utilizzazione del Fondo Unico per lo Spettacolo – Anno 2007.

(16) Il 9 luglio 2008, durante la seduta del CdA dell'ETI, viene presentata una prima “Proposta di realizzazione di un Canale Tematico ETI dedicato alla promozione del Teatro in Italia” in collaborazione con Rai Trade. Un secondo progetto per l'attivazione di Eti Channel è stato sottoposto (dal sottoscritto) al CdA il 16 novembre 2010.

(17) NòvaOra!, 17-12-2009 Si veda per approfondimenti il Rapporto Fondazione Cotec sull'innovazione dei beni culturali, 2009, a cura di Francese Traclò e Riccardo Viale.

(18) Il Gazzettino Venezia, 30-01-2010

(19) Il progetto è stato realizzato dalla Fondazione Rosselli in collaborazione con Infobyte.

(20) Consentendo, ad esempio, agli operatori del settore di utilizzare le informazioni relative a fondi locali, nazionali e comunitari disponibili per attività e manifestazioni culturali svolte nel contesto del mercato interno ed esterno dell'Unione Europea.

(21) “Nel Trentino – Alto Adige si è sviluppata l’iniziativa di rendere facoltativa nelle scuole, a partire da quella materna, delle ore di teatro nelle quali gli alunni sono coinvolti come spettatori e come attori”, Il pubblico del teatro in Italia, a cura di Fabiana Sciarelli e Walter Tortorella, Electa Napoli 2004

(22) Il pubblico del teatro in Italia, a cura di Fabiana Sciarelli e Walter Tortorella, Electa Napoli 2004.

(23) Corriere della Sera, 26-03-2010

(24) Sono in totale 149.130 i posti a sedere persi all’interno di queste strutture destinate allo spettacolo dal vivo. Un problema sorto negli ultimi trenta anni, se si considera che oltre il 50% dei teatri ha cessato la propria attività a partire dal 1980. Cfr. Teatri negati, a cura di Carmelo Guarino e Francesco Giambrone. Editore Franco Angeli 2008.

(25) Il progetto promosso dall’ETI denominato “Teatri del tempo presente”, quest’anno alla sua seconda edizione, si muove proprio in questa direzione.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)