

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI)

CORSO DI DOTTORATO DI RICERCA IN: STUDI UMANISTICI

CURRICULUM: SCIENZE DEL TESTO E DELLA COMUNICAZIONE

CICLO XXXV

***L'audience development* per il turismo culturale e la valorizzazione del territorio marchigiano: studio delle linee di sviluppo per piccoli teatri e realtà artistiche in periodo pandemico**

Tesi redatta con il contributo finanziario del Consorzio Marche Spettacolo e della Regione Marche (Progetto Eureka)

SSD: SPS/08 - SOCIOLOGY OF CULTURE AND COMMUNICATION

Coordinatore: Ch.mo Prof. Giovanni Boccia Artieri

Supervisore (Tutor Università): Ch.ma Prof.ssa Laura Gemini

Co-Supervisore (Tutor Aziendale): Ch.mo Gilberto Santini

Dottoranda: Francesca Giuliani

ANNO ACCADEMICO
2021-22

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

Department of Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI)

Ph.D. PROGRAMME IN: HUMANITIES

CURRICULUM: TEXT AND COMMUNICATIONS SCIENCES

CYCLE XXXV

Audience development for cultural tourism and the enhancement of the Marche region: a study of the lines of development for small theaters and artistic realities in the pandemic period

Thesis written with the financial contribution of Consorzio Marche Spettacolo and the Marche Region (Eureka Project)

ACADEMIC DISCIPLINE: SPS/08 - SOCIOLOGY OF CULTURE AND COMMUNICATION

Coordinator: Prof. Giovanni Boccia Artieri

Supervisor (Tutor Università): Prof. Laura Gemini

Co-Supervisor (Tutor Aziendale): Gilberto Santini

Ph.D. student: Francesca Giuliani

ACADEMIC YEAR
2021-22

In quest'ora del giorno. Da questo punto del mondo.

Ringraziare desidero.

La poesia per darmi un incipit e per guidarmi nel districare i pensieri.

Ringraziare desidero la mia Tutor, Prof.ssa Laura Gemini per l'amicizia, per avermi dato l'opportunità di entrare a contatto con il mondo della ricerca e per avermi accolta e sempre coinvolta nel suo gruppo di ricerca. Esprimo, inoltre, la mia riconoscenza per avermi guidata nel mio percorso con preziosi consigli e suggerimenti. Un ringraziamento anche al Dott. Stefano Brilli per il supporto scientifico e per aver potuto fare affidamento su di lui in qualsiasi momento durante questi tre anni di percorso.

Un ringraziamento speciale è rivolto al Coordinatore del dottorato di ricerca in Scienze Umanistiche, Prof. Giovanni Boccia Artieri.

Un ringraziamento per il supporto scientifico al Centro di ricerca LaRiCA - Osservatorio sui pubblici dello spettacolo dal vivo, Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI) dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, alla Prof.ssa Roberta Bartoletti e a tutte le ricercatrici e i ricercatori del Centro.

Ringraziare desidero il mio Tutor aziendale, Gilberto Santini, per la sua fiducia e per il supporto riflessivo al percorso di ricerca.

Inoltre, ringrazio tutto il Consorzio Marche Spettacolo, e in particolare la direttrice Lucia Chiatti e la presidente Katuscia Cassetta, che hanno sostenuto la ricerca, per la loro costante disponibilità e l'interesse rivolto al mio lavoro.

Ringraziare desidero tutt* gli artisti e le artiste, gli operatori e le operatrici, gli spettatori e le spettatrici delle Marche che sono stati coinvolti nel processo di ricerca: senza di loro questa tesi non sarebbe stata possibile.

Un ringraziamento speciale va anche alla Regione Marche e al suo fondamentale contributo a sostegno della ricerca.

E, ringraziare desidero Mirco ed Ettore per esserci e Matilde per essere arrivata fra noi durante gli ultimi mesi di questo per me fondamentale percorso di formazione e crescita.

Indice

Introduzione	p. 9
Capitolo 1 L'evolversi dello sguardo dal <i>landscape</i> ai <i>mediascapes</i> contemporanei: nuovi <i>framework</i> di ricerca per l'analisi dello spettatore a teatro	p. 15
1. Introduzione	p. 15
2. Lo sguardo che cambia: l'evolversi delle forme di spettatorialità e lo spazio dello spettatore	p. 17
3. La progressiva indeterminatezza del ruolo dello spettatore nel diffondersi della cultura e dell'estetica partecipativa	p. 22
4. Gli studi sulle <i>audience</i> : l'evolversi dei <i>framework</i> di ricerca in risposta all'imporsi di nuovi contesti socio-tecnologici	p. 26
4.1 <i>Da simple a diffused audience: i nuovi paradigmi di ricerca nel campo dei media studies</i>	p. 28
4.2 <i>Da pubblico a pubblici: origini e sviluppi degli studi sulle audience delle performing arts</i>	p. 33
5. I <i>pubblici connessi</i> nei <i>mediascapes</i> contemporanei e il <i>framework</i> della mediatizzazione	p. 38
5.1 <i>Teatro e mediatizzazione</i>	p. 41
5.1.1 <i>La mediatizzazione della relazione teatrale: impatti e sfide del digitale sulla comunicazione, distribuzione e fruizione dello spettacolo dal vivo</i>	p. 43
6. Dalla mediatizzazione alla piattaformaizzazione della cultura	p. 48
7. L'esperienza "aumentata" dei pubblici dello spettacolo dal vivo e il futuro delle ricerche	p. 53

Capitolo 2 L'esperienza dello spettatore dal vivo: i pubblici delle Marche

prima della pandemia	p. 56
1. Introduzione	p. 57
2. Le origini degli studi sulle <i>audience</i> dello spettacolo dal vivo in Italia	p. 57
3. Per un pubblico plurale: la diffusione degli studi sulle <i>audience</i> nei differenti ambiti delle <i>performing arts</i>	p. 61
3.1 <i>La diffusione di un nuovo contesto di analisi: i pubblici della lirica</i>	p. 65
3.2 <i>I pubblici della musica dal vivo tra vecchie e nuove forme di consumo</i>	p. 67
4. Lo stato delle ricerche sullo spettacolo dal vivo e sui pubblici nelle Marche	p. 69
5. I pubblici dello spettacolo dal vivo nelle Marche. Caso di studio	p. 72
5.1 <i>Il profilo degli spettatori e delle spettatrici delle performing arts marchigiane</i>	p. 73
5.2 <i>Consumi culturali e dieta mediale: preferenze e frequentazione</i>	p. 76
5.3 <i>Le attitudini spettatoriali dei pubblici delle performing arts marchigiane</i>	p. 84
5.4 <i>Frequentazione di eventi marchigiani – festival, rassegne e stagioni</i>	p. 86
5.5 <i>Le modalità di informazione dei pubblici nelle Marche</i>	p. 91
6. Tra impegno e spensieratezza: i gradienti che distinguono i sei idealtipi di pubblici marchigiani	p. 92
7. Conclusioni	p. 95

Capitolo 3 Lo spettacolo dal vivo alla prova del Covid-19: focus sul sistema

marchigiano	p. 98
1. Introduzione	p. 98
2. L'impatto della pandemia sul settore dello spettacolo dal vivo	p. 99
2.1 <i>Le risposte dello Stato italiano alla crisi del settore culturale</i>	p. 102
2.2 <i>I pubblici dello spettacolo dal vivo alla prova del Covid-19</i>	p. 107
2.2.1 <i>Una panoramica delle ricerche realizzate tra il 2020 e il 2021</i>	p. 108
3. Il teatro digitale prima e durante la pandemia: un contesto di studio	p. 114
4. Le innovative sperimentazioni di teatri e artisti durante la pandemia	p. 117

4.1 <i>Il Teatro nel Lockdown: lo shift nell'online come prima risposta al lockdown</i>	p. 118
4.2 <i>Il Teatro del distanziamento: ripensare gli spazi nel post-lockdown</i>	p. 120
4.3 <i>La scena senza platea: ritorno agli spazi teatrali senza pubblico</i>	p. 122
4.4 <i>Da opportunità a necessità: come gli enti marchigiani hanno reagito al lockdown</i>	p. 126
4.4.1 <i>Le prime iniziative online promosse dagli enti e dagli artisti marchigiani</i>	p. 127
4.4.2 <i>La risposta dei pubblici</i>	p. 134
5. <i>Marche Palcoscenico Aperto: un festival di teatro senza teatri. Caso di studio</i>	p. 136
5.1 <i>La metodologia di ricerca</i>	p. 138
5.2 <i>MPA tra nuovi formati e molteplici piattaforme</i>	p. 139
5.3 <i>MPA e i pubblici: per una ridefinizione della spettatorialità da remoto</i>	p. 146
5.4 <i>Cosa rimane di una stagione online: vincoli e impatti di MPA</i>	p. 150
5.4.1 <i>Vincoli socio-tecnici e organizzativi</i>	p. 150
5.4.2 <i>Gli impatti del teatro pandemico tra l'acuirsi dei conflitti e le nuove sfide</i>	p. 154
6. <i>Conclusioni</i>	p. 163

Capitolo 4 La valorizzazione delle aree interne, tra *audience development* e rigenerazione dei teatri storici marchigiani nel post-pandemia: *TOHC!*.

Caso di studio	p. 166
1. Introduzione	p. 166
2. Una nuova relazione tra scena e platea: il contesto della ricerca	p. 168
2.1 <i>Le Marche: un territorio e i suoi teatri</i>	p. 173
2.1.1 <i>Un teatro "resuscitato": il Teatro Vaccaj di Tolentino</i>	p. 175
2.1.2 <i>Un teatro "in absentia": il teatro di Camerino</i>	p. 176
2.1.3 <i>Un teatro "di comunità": il Teatro Piermarini di Matelica</i>	p. 178
3. Per un teatro abitato: il progetto <i>TOHC! Teatri Oggi Hub di Comunità</i>	p. 179
3.1 <i>La ricerca sul progetto <i>TOHC!</i>: metodologia e programma di lavoro</i>	p. 181

<i>3.2 Tra audience development e rigenerazione innovativa degli spazi: enti promotori, azioni progettuali e impatti</i>	p. 182
<i>3.2.1 L'Associazione culturale MALTE e il progetto 999. Un viaggio nell'Immaginario di Andersen</i>	p. 184
<i>3.2.2 Bottega Teatro Marche e il progetto NARRANDO NARRANDO</i>	p. 189
<i>3.2.3 Verso una gestione innovativa e sostenibile degli spazi teatrali nelle Marche: A teatro mi sento a casa della Compagnia della Rancia</i>	p. 193
<i>3.2.4 Per un teatro partecipato: le voci dei soggetti dei laboratori di audience development</i>	p. 197
<i>3.2.5 Nuovi pubblici per rinnovati spazi teatrali: analisi del questionario</i>	p. 201
4. Il progetto TOHC! Teatri Oggi Hub di Comunità fra efficacia e visioni future. Conclusioni	p. 209
Conclusioni	p. 213
Bibliografia	p. 218

Introduzione

Il presente contributo si colloca nel campo degli studi sulle *audience* della cultura, più nello specifico sui pubblici dello spettacolo dal vivo, e osserva l'evolversi delle forme della spettatorialità e della partecipazione culturale in risposta all'imporsi dei nuovi contesti socio-tecnologici. L'obiettivo di questa tesi, esito di tre anni di ricerca empirica che si è svolta sul campo delle *performing arts* marchigiane, è quello di far emergere delle nuove linee di ricerca negli studi sui pubblici dello spettacolo dal vivo a partire dalle nuove questioni che aprono gli studi sui processi di mediatizzazione (Krotz 2007; Hjarvard 2008; Boccia Artieri 2015; Hepp, Couldry 2017) e piattafomizzazione della cultura (van Dijck, Poell, De Waal 2019; Poell, Nieborg, Duffy 2022), che riguardano non solo il mutamento dei media di comunicazione ma anche gli effetti che questi producono in tutti i sistemi sociali e nelle pratiche di vita quotidiana.

Il progetto di ricerca, dal titolo *L'audience development per il turismo culturale e la valorizzazione del territorio marchigiano: studio delle linee di sviluppo per piccoli teatri e realtà artistiche in periodo pandemico*, nasce in risposta al bando Eureka, una borsa di studio cofinanziata dal Consorzio Marche Spettacolo¹, dalla Regione Marche e dall'Università di Urbino che si inserisce in piena continuità con la collaborazione già intrapresa tra il Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI)

¹ Il Consorzio Marche Spettacolo, operativo dai primi mesi del 2011, è l'organismo che riunisce i soggetti operanti nello spettacolo dal vivo nella regione Marche. Nato grazie all'intenso lavoro di confronto tra i soggetti interessati per dar vita ad un reale coordinamento del comparto dello spettacolo dal vivo, il Consorzio è una realtà unica nel panorama nazionale e non ha scopo di lucro. Il suo ruolo è quello di mettersi al servizio dei soci consorziati (oggi 49) e più in generale di tutto il settore, con la finalità di sostenere la razionalizzazione delle spese e creare economie, ma soprattutto promuovere nuove opportunità di sviluppo. Si occupa, tra le altre cose di: coordinare la promozione e lo sviluppo delle attività dei consorziati in Italia ed all'estero; di promuovere e sostenere studi e ricerche sullo spettacolo dal vivo; di favorire, attraverso l'ideazione di progetti culturali specifici, l'ampio coinvolgimento delle nuove generazioni nella fruizione e nella partecipazione alle arti performative; e di stimolare l'innovazione nell'offerta di spettacolo, soprattutto in relazione alla contaminazione e alla integrazione delle espressioni artistiche ed all'utilizzazione dei nuovi media.

dell'Università degli Studi Urbino e il Consorzio Marche Spettacolo (CMS) nell'ambito del progetto *B.ART - business & art per la fertilizzazione d'impresa nelle Marche*, volto a stimolare i processi organizzativi interni e migliorare la competitività delle imprese manifatturiere e di servizi tramite la contaminazione con lo spettacolo dal vivo.

Il lavoro di ricerca, quindi, è stato inizialmente di natura empirica e si è mosso nel contesto del Consorzio Marche Spettacolo; ciò mi ha permesso di seguire da vicino e attivamente per tre anni i progetti culturali messi in campo dall'ente e dai suoi consorziati, sia quelli in ambito regionale² che quelli in ambito europeo³, concentrandomi poi in particolare sull'analisi di tre progetti specifici, che costituiscono la parte centrale di questa disamina. Nel secondo capitolo prende così spazio l'analisi del primo caso di studio, cioè la ricerca sulle *audience* dello spettacolo dal vivo nelle Marche. Nei primi paragrafi si traccia una storiografia delle ricerche sui pubblici delle *performing arts* emerse in Italia a partire dagli anni '50 del Novecento ad oggi e una mappatura delle ricerche realizzate sul territorio marchigiano nel contesto dello spettacolo dal vivo regionale e dei suoi fruitori, mentre dal quinto paragrafo in

² Durante il lavoro sviluppato a supporto del Consorzio Marche Spettacolo, nel contesto della ricerca sostenuta dal bando Eureka, ho seguito: nel 2020 l'evoluzione e la conclusione del progetto *B.ART - business & art per la fertilizzazione d'impresa nelle Marche* nel contesto del quale si è sviluppata la ricerca sui pubblici; nel 2021 la progettazione e lo sviluppo del progetto *Patrimonio in scena. Per la diffusione dello spettacolo dal vivo negli Istituti Culturali delle Marche*, un progetto speciale nato dalla collaborazione tra regione, consorzio e il coordinamento marchigiano tra Musei, Archivi e Biblioteche MAB Marche per valorizzare il prezioso patrimonio culturale regionale attraverso eventi di spettacolo dal vivo curati dai soci del Consorzio Marche Spettacolo, sperimentando formule innovative di interazione e fruizione. Questa edizione particolare, nata nel contesto pandemico, si è sviluppata attraverso l'ideazione e la realizzazione da parte degli enti consorziati selezionati di cinque documentari video, in cui tali territori dialogano con gli interventi performativi; nel 2021-2022 ho partecipato alla ricerca sul bilancio sociale dello spettacolo dal vivo nelle Marche, sviluppata dal Consorzio Marche Spettacolo con il supporto di AICCON - Associazione Italiana per la Promozione della Cultura della Cooperazione e del Non Profit.

³ Nel triennio (2019-2022), momento nel quale si è sviluppato il mio progetto di dottorato il Consorzio Marche Spettacolo aveva all'attivo come ente capifila il progetto *Trainart - Building new skills for innovative business models in the performing arts sector*, finanziato da Europa Creativa, che aveva l'obiettivo di dare nuove competenze agli operatori/artisti culturali concentrandosi su due ambiti particolari: i modelli di gestione degli spazi culturali e gli interventi artistici in contesti non convenzionali, e ha vinto il più recente *PERFARE - PERforming arts to promote social access to welfare in Europe*, sempre finanziato da Europa Creativa, con lo scopo di attivare degli scambi di buone pratiche con paesi europei che si collocano ad un livello più avanzato rispetto alle pratiche di *welfare* culturale, e, dopo una fase di formazione iniziale nei paesi coinvolti dal progetto, vedrà il coinvolgimento attivo dei soci del Consorzio per la sperimentazione di pratiche innovative che mettano in connessione l'ambito dello spettacolo dal vivo con quello socio-sanitario.

avanti ci si concentra sull'analisi dei pubblici delle *performing arts* marchigiane arrivando infine a profilare sei modelli di spettatore-tipo, utili – nonostante i limiti che ha ogni classificazione del pubblico – per l'osservazione e per la progettazione di eventi inerenti allo spettacolo dal vivo.

Il terzo capitolo delinea le ricerche realizzate nel frangente pandemico e si focalizza sul secondo caso di studio, la ricerca realizzata nel contesto di *Marche Palcoscenico Aperto. Il festival del teatro senza teatri*, un progetto che ha sostenuto artisti marchigiani per realizzare performance online tra febbraio e maggio 2021. I primi paragrafi, che fanno da contesto per l'analisi dei dati raccolti sul territorio marchigiano, comprendono da una parte le risposte che lo Stato italiano ha dato alla crisi sanitaria e dall'altra le ricerche emerse sull'impatto che la pandemia ha avuto sui pubblici dello spettacolo dal vivo e sul settore nazionale delle *performing arts*. In seconda istanza, per contestualizzare le azioni e reazioni che l'ambito dello spettacolo dal vivo marchigiano ha sviluppato per rispondere all'emergenza e restare in contatto con i pubblici, ci si concentra sul modo in cui il settore teatrale italiano ha ripensato il proprio spazio di intervento e la propria ricerca creativa nelle varie fasi della pandemia; al fine di collocare questo paragrafo si introduce brevemente la letteratura sul tema del teatro digitale prima e dopo la crisi del COVID-19. Infine, dopo aver descritto la metodologia di ricerca, si presenta l'analisi del caso *Marche Palcoscenico Aperto*.

Nel quarto capitolo che si occupa dell'ultimo caso di studio, quale la ricerca sul progetto sperimentale *TOHC! Teatri Oggi Hub di Comunità* volto alla valorizzazione dei teatri storici delle aree interne al cratere sismico, si parte dalla presentazione del contesto di analisi e da una panoramica del contesto storico-culturale all'interno del quale si inseriscono i tre teatri del maceratese scelti dalla sperimentazione, quali il Teatro Vaccaj di Tolentino, il Teatro Piermarini di Matelica e l'Auditorium Benedetto XIII di Camerino. Infine, nei paragrafi successivi prende corpo la disamina dei differenti progetti sviluppati nell'ambito di *TOHC!* per analizzare opportunità e criticità delle pratiche culturali sviluppate e per valutare la replicabilità di queste azioni pilota messe in campo sia nei termini dell'*audience development* che in quelli della rigenerazione degli spazi teatrali.

A partire dall'analisi empirica, il presente contributo si colloca all'interno di tre prospettive teoriche e di ricerca che supportano l'analisi dei tre casi di studio e che definiscono, all'interno del primo capitolo, lo sfondo teorico di questa disamina. La prima riguarda gli studi sull'*audience development* ed *engagement* (Kawashima 2000; De Biase

2014; Bollo *et al.* 2017; Gemini, Paltrinieri 2018; Da Milano, Gariboldi 2019; Walmsley 2019; Reason *et al.* 2022) e sui pubblici della cultura, che da anni si occupano di osservare l'esperienza di fruizione sia dal punto di vista dell'analisi della dimensione sociale, culturale, economica e dell'esperienza dei pubblici (Gemini, Russo 1997; Tota 1997; Gemini, Brilli 2018; Bartoletti, Brilli, Gemini 2018) e sia dal punto di vista del lavoro dello spettatore in termini drammaturgici (De Marinis 1984), a partire dal seminale studio di De Marinis e Altieri (1985) che sposta l'attenzione dal concetto di pubblico a quello di spettatore aprendo la strada agli studi sulla ricezione teatrale intesa come un rapporto di comunicazione tra spettatore e spettacolo.

Il secondo blocco tematico riguarda gli studi sulla mediatizzazione delle arti performative (Gemini 2016b; Gemini 2018; Gemini, Brilli 2020; Gemini, Brilli, Giuliani 2020; Del Gaudio 2017, 2021; Gemini, Brilli 2022) e la questione della *liveness* (Auslander 1999, 2012; Reason 2004; Gemini 2016a) che spostano l'attenzione sulle nuove modalità di creazione, promozione e fruizione dello spettacolo dal vivo. A partire dalla mediatizzazione del sociale, e cioè osservando come logiche e immaginari mediatici modificano la costruzione sociale dei confini dell'evento teatrale (Gemini 2015), l'impiego del *framework* della mediatizzazione per l'analisi permette di formulare nuove questioni e nuove indicazioni per concettualizzare il ruolo dei media rispetto alle performance teatrali.

Il terzo e ultimo presupposto di ricerca intercetta la prospettiva del *welfare* culturale (Rossi Ghiglione 2017; Manzoli, Paltrinieri 2021; Paltrinieri 2022a; Cicerchia 2022) che offre l'occasione per ragionare sul valore della cultura e sull'impatto che la cultura e le arti hanno sia sulla partecipazione (Allegrini 2021, 2022; Carpentier 2011; Paltrinieri 2022a; Gemini, Paltrinieri 2018; Gemini, Bartoletti, Brilli 2008) sia sul turismo culturale (Origet de Cluzeau 1998; Amirou 2000; Gemini 2008; Garibaldi 2013; Montaguti, Meneghello 2018). È infatti nella relazione fra sistema turistico e sistema culturale, che i processi di valorizzazione dei territori e delle aree geografiche interne (Cusimano 2006) – che comprendono il processo di destagionalizzazione e decentramento che è alla base delle strategie evolutive del turismo contemporaneo, a partire dalla differenziazione dell'offerta (SRM, Mundula, Meco 2016), il potenziamento delle “località satellite”, i processi partecipativi delle comunità locali e delle comunità temporanee di visitatori/spettatori (Gemini, Antonioni, Mazzoli 2007) – trovano nei piccoli teatri diffusi su tutto il territorio nazionale un'importante opportunità di sviluppo. In quest'ottica, dunque, la cultura e più in generale l'ambito dei beni e servizi culturali, è

considerato a tutti gli effetti un settore produttivo che, se da un lato, ha un importante impatto economico, dall'altro rappresenta un indicatore dell'aumento del benessere di una comunità (Matarasso 1997). Il turismo culturale gioca quindi un ruolo fondamentale nel favorire il più ampio processo di partecipazione culturale intesa, a sua volta, come risorsa dell'inclusione sociale. L'accesso alla cultura (Matarasso 1997; Brown, Novak 2007) ha ricadute positive sui processi di cittadinanza allargati (Belfiore, Bennett 2007), sui processi di rigenerazione urbana (Landry 1996), sul benessere comunitario (Rossi Ghiglione 2017), sulla lotta alla devianza e alla marginalità sociale (Belfiore 2002, Kawashima 2006). A tali ricadute vanno aggiunte quelle relative allo sviluppo turistico dei territori (Sacco, Blessi, Nuccio 2009) che si legano all'incremento del turismo culturale quale forma diffusa di fruizione di opere, luoghi, eventi artistici, in un tempo libero sempre più inteso come *serious leisure* (Stebbins 1996). In questo senso la partecipazione a eventi e occasioni culturali è parte integrante di una concezione più avanzata del turismo (Simonicca 2004) che valorizza la dimensione esperienziale (Pine, Gilmore 1999) e performativa (Gemini 2008), e che gioca a favore dello sviluppo della relazione fra locali e turisti attraverso occasioni di incontro e condivisione che confonde i confini – talvolta discriminanti – fra le due categorie.

Questi blocchi tematici e di ricerca si sono ulteriormente complessificati a seguito delle nuove dinamiche innescate dalle recenti sfide e traiettorie di indagine che sono emerse a seguito dell'emergenza pandemica che ha profondamente scosso il settore culturale, e quello dello spettacolo dal vivo in particolare, fin dalle fondamenta. La metamorfosi subita dal mondo delle *performing arts* a causa del temporaneo *shift* nello spazio digitale ha presentato limiti ma anche opportunità per il settore che si è trovato a reinventarsi nelle pratiche e nei formati (Gemini, Brilli, Giuliani 2021; Brilli, Gemini, Giuliani 2022) per continuare a esistere. Tali sperimentazioni, però, si sono bruscamente interrotte quando è terminato lo stato di emergenza e sono decadute quindi le misure di contenimento previste; si è assistito così a un tempestivo ritorno alle modalità creative, distributive e di fruizione sviluppate nel contesto pre-pandemico: non c'è stata infatti una vera e propria riflessione, se non in pochissimi ambiti, da parte del settore su quanto accaduto e soprattutto su cosa resta di queste sperimentazioni. Inoltre, in Italia non c'è ancora vera e propria riflessione sui pubblici se non quella che si rileva dalle analisi quantitative emerse durante le fasi più dure della diffusione della pandemia: che cosa ha fatto il pubblico online? Quale impatto ha avuto tale migrazione sulla fruizione dello spettacolo dal vivo? Come è tornato, se lo ha fatto, a teatro il pubblico? Quali

forme di disuguaglianze si sono acutizzate e quali invece i benefici che l'online ha apportato per la partecipazione culturale?

La pandemia ha colpito l'industria culturale in modi diseguali, con forti differenze tra settori culturali, tra paesi, tra le differenti categorie sociali dello spettacolo dal vivo (Salvador *et al.* 2021) nonché tra diverse fasi pandemiche, ognuna delle quali ha visto differenti approcci e aspettative verso il mondo digitale (Hylland 2022). In questo senso allora sarà allora sempre più importante collegare la prospettiva macro-analitica con uno sguardo approfondito ai vincoli e agli impatti specifici nel contesto che si sta osservando: sarà allora interessante osservare anche come la piattaformaizzazione stia modificando le dinamiche che regolano i rapporti tra i diversi attori sociali che operano nel sistema dell'arte, dentro al quale risiede il settore delle *performing arts*, per osservare quali pratiche quotidiane e quali nuovi regimi di valori, forme economiche (Van Dijck, Poell, de Waal 2019) e dispositivi di potere, che vanno a creare nuove forme di disuguaglianze o ad acutizzare quelle già esistenti, si stanno delineando anche nell'ambito della cultura come già accade per i sistemi educativi, sanitari, economici, politici, informativi.

Capitolo 1

L'evolversi dello sguardo dal *landscape* ai *mediascapes* contemporanei: nuovi *framework* di ricerca per l'analisi dello spettatore a teatro

1. Introduzione

I presupposti teorici da cui si snoda la ricerca empirica sul settore marchigiano delle arti dello spettacolo dal vivo prima, durante e nel post pandemia, trovano una radice comune nella riflessione sulla questione dello spettatore. D'altra parte, è proprio la specificità del dispositivo scenico, e quindi la relazione attore-spettatore, che rende centrale tale riflessione sia negli studi teatrologici⁴ che nelle pratiche teorico-artistiche dei maestri del Novecento⁵. È allora opportuno, prima di entrare nell'analisi dei pubblici dello spettacolo dal vivo marchigiano a ridosso dello scoppio della pandemia ad inizio 2020 e nelle pratiche che sono

⁴ Nell'ambiente accademico italiano gli studi teatrali hanno affrontato il discorso sul ruolo dello spettatore a teatro, sui meccanismi di ricezione e partecipazione intercettando vari campi di ricerca scientifica e per citarne alcuni: a) in prospettiva storica *Il teatro nella storia. Gli spazi, le culture, la memoria* (Guarino 2005), *Spettatore, spettatori, pubblico* (Schino 2018); b) dal punto di vista semiotico in relazione agli studi sulla nuova teatrologia *L'esperienza dello spettatore: fondamenti per una semiotica della ricezione teatrale* (De Marinis 1984), *Capire il teatro. Elementi di una nuova teatrologia* (De Marinis 1988), *Il corpo dello spettatore* (De Marinis 2014); c) dal punto di vista delle scienze biocognitive applicate alla ricezione nel numero speciale della rivista *Culture Teatrali*, a cura di Bortoletti, F., *Teatro e neuroscienze. L'apporto delle neuroscienze cognitive a una nuova teatrologia sperimentale* (2007), in *Lo studio della relazione attore-spettatore e i nuovi modelli cognitivi* (Sofia 2010), *Theatre and Cognitive Neuroscience*, a cura di Faletti, Sofia, Jacono (2016), *La percezione del corpo in scena e lo spettatore. Un approccio neuroscientifico* (Zardi 2018); d) dal punto di vista antropologico in *Lo spettatore partecipante. Contributi per un'antropologia del teatro* (Giacchè 1991); e) dal punto di vista della formazione in *Lo spettatore in ballo. Parole e idee su pubblico e danza* (Stefano Casi e Teatri di Vita 2014), *Invito a teatro. Manuale minimo dello spettatore* (Allegri 2018), *Corpi im-memori. L'utopia dello spettatore partecipante* (Marinai 2016).

⁵ Per citare solo alcuni dei nomi a titolo esemplificativo: Artaud; Living Theatre; Grotowski; Kantor.

state osservate e mappate sia in ambito digitale, nel momento segnato dalla crisi sanitaria, sia nei luoghi dello spettacolo dal vivo marchigiano, nel post-pandemia, provare ad aprire nuove riflessioni intorno a un campo di studi poliedrico e interdisciplinare come quello della ricerca sui pubblici dello spettacolo dal vivo.

Adottando il punto di vista mediologico per osservare il modificarsi del ruolo dello spettatore in relazione al contesto mediale in cui si inserisce, la riflessione sui pubblici dello spettacolo dal vivo utilizzerà come *framework* meta-teorico di analisi quello della mediatizzazione (Boccia Artieri 2015; Gemini 2018) e della piattaformaizzazione della cultura (van Dijck, Poell, De Waal 2019; Poell, Nieborg, Duffy 2022), che riguarda non solo il mutamento dei media di comunicazione ma anche gli effetti che questi producono in tutti i sistemi sociali e nelle pratiche di vita quotidiana.

In linea con tali riflessioni si proverà allora ad osservare come l'evoluzione del pubblico e del sistema dello spettacolo dal vivo siano in stretta connessione tra di loro "irritandosi" vicendevolmente, e per farlo si prenderanno come riferimento le teorie della sociologia dello sguardo (Boccia Artieri 2002) e dell'immaginario (Gemini 2021), gli studi sulla rappresentazione figurativa (Panofsky 1927; Benjamin 1966; Berger 1972; Francastel 1987) e quelli sulla cultura visuale (Somaini 2005; Mirzoeff 2015) che osservano come la relazione tra sguardo e oggetto visivo sia storicamente determinata.

A partire da questa macro-cornice interpretativa la ricerca affonderà le sue radici nei campi della sociologia della comunicazione e dei consumi e della semiotica del teatro che già da tempo stanno affrontando la questione dello spettatore sia dal punto di vista dell'analisi della dimensione sociale, culturale, economica e dell'esperienza di fruizione dei pubblici (Gemini, Russo 1997; Tota 1997; Gemini, Brilli 2018; Bartoletti, Brilli, Gemini 2018) e sia dal punto di vista del lavoro dello spettatore in termini drammaturgici (De Marinis 1984), a partire dal seminale studio di De Marinis e Altieri (1985) che sposta l'attenzione dal concetto di pubblico a quello di spettatore aprendo la strada agli studi sulla ricezione teatrale intesa come un rapporto di comunicazione tra spettatore e spettacolo.

In linea con tali riflessioni si inseriscono le ricerche che si sono sviluppate attorno ai pubblici dello spettacolo dal vivo, che da anni anche in Italia sono emerse a seguito del

diffondersi delle strategie di *audience development* ed *engagement*⁶ e che incontrano quel campo di studi che osserva come l'accesso alla cultura (Matarasso 1997; Brown, Novak 2007) abbia ricadute positive sull'allargamento della cittadinanza (Belfiore, Bennett 2007), sulle dinamiche di rigenerazione urbana (Landry *et al.* 1996), sul benessere comunitario (Rossi Ghiglione 2017; Fancourt, Finn 2019) e sulla lotta alla marginalità sociale (Belfiore 2002; Kawashima 2006) nella prospettiva del *welfare* culturale (Rossi Ghiglione 2017; Manzoli, Paltrinieri 2021; Paltrinieri 2022a; Cicerchia 2022).

2. Lo sguardo che cambia: l'evolversi delle forme di spettatorialità e lo spazio dello spettatore

Intraprendere un percorso di ricerca sull'esperienza dello spettatore, a partire dal presupposto che l'evoluzione del pubblico e del sistema dello spettacolo dal vivo sono in stretta connessione tra di loro coimplicandosi vicendevolmente, rende necessario l'avvalersi di quelle teorie che, basandosi sulla nuova connotazione della realtà come dipendente dall'osservatore che deriva dall'epistemologia costruttivista (Varela, Maturana 1980) che caratterizza la svolta scientifica del XX secolo, osservano come la relazione tra sguardo e oggetto visivo sia storicamente determinata (Boccia Artieri 2012). Se l'evolversi dello sguardo è strettamente legato al modificarsi del contesto socio-tecnologico in cui è inserito, sarà allora necessario osservare come differenti contesti di studio si interrogano sulla

⁶ Il tema dell'*audience development* e dell'*audience engagement*, l'insieme di strategie mirate all'ampliamento, alla diversificazione e al miglioramento dei pubblici, rappresenta già da tempo, almeno in Europa e più precisamente in area anglosassone una delle priorità politiche e organizzative che a livello istituzionale definiscono le strategie delle istituzioni culturali. Il tema si è fatto più rilevante anche nelle politiche culturali italiane a partire dal primo decennio del XXI secolo e in particolare in risposta ai programmi della Commissione Europea destinati alla promozione della cultura e della creatività (Europa Creativa 2014-2020). In questo ambito numerosi sono gli studi che ampliano e analizzano queste tematiche e per citarne alcuni in ambito italiano: *Quali politiche per un pubblico nuovo. Un percorso di ricerca e azione per i musei di Torino e del Piemonte* (Fondazione Fitzcarraldo 2009); *50 sfumature di pubblico e la sfida dell'audience development* (Bollo 2014); *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement* (De Biase 2014); *Study on Audience Development-How to place audiences at the centre of cultural organisations* (Bollo *et al.* 2017), *Cultura e partecipazione: Le professioni dell'audience* (De Biase 2017); *Audience Development: mettere i pubblici al centro delle organizzazioni culturali* (Da Milano, Gariboldi 2019). Fondamentale per l'approfondimento di questo tema anche il numero monografico di *Sociologia della Comunicazione*, 56 (2018): *I pubblici dello spettacolo dal vivo e museale, tra audience development, audience engagement e audience reception* a cura di Gemini e Paltrinieri.

questione dello spettatore a partire dal modificarsi del luogo da cui si guarda, della distanza tra oggetto visivo e sguardo e delle tecnologie di visione disponibili.

Nell'ambito delle arti visive, ad esempio, è a partire dalla riflessione teorica che si è sviluppata intorno alla rappresentazione prospettica dalla trattatistica rinascimentale al Novecento che ci si è interrogati molto sullo statuto dello spettatore e lo si è fatto a partire dal luogo dello spettatore cioè quel

luogo che gli viene assegnato dalla stessa rappresentazione prospettica e che può essere inteso secondo due accezioni: come sua precisa collocazione nello *spazio* antistante l'immagine, capace di condizionare il suo atteggiamento nei confronti della realtà in essa rappresentata, e come posizione dell'evolversi *storico* delle diverse forme di spettatorialità (Somaini 2005, p. 57).

È rispetto a questo concetto del luogo dello spettatore che Panofsky nel suo trattato sulla prospettiva come forma simbolica (1915) parla di sentimento o intuizione dello spazio che corrisponde a una precisa rappresentazione del mondo: rifacendosi al *De Pictura* (1435), il primo trattato sul metodo prospettico di Leon Battista Alberti, dove si postula che la costruzione geometrica dello spazio prospettico in relazione allo sguardo dello spettatore doveva consentire una continuità tra spazio rappresentato nell'immagine e spazio concreto in cui si deve posizionare l'osservatore per vedere al meglio l'opera; Panofsky parla di spettatore *visionario* per evidenziare come la costruzione di quello spazio prospettico fosse strettamente in connessione con il sentimento dello spazio che caratterizzava quell'epoca permeata da un forte sentimento religioso.

Nell'ambito degli studi di sociologia dell'arte Francastel in *Guardare il teatro* (1987) mette in stretta relazione l'evolversi della pittura nel Quattrocento con l'evolversi del teatro, e quindi della rappresentazione, evidenziando come, dato il carattere effimero del teatro, la scarsa presenza di materiali che raccontino quel determinato momento storico-culturale possa essere supportata da una interdisciplinarietà che aiuti a far parlare, e quindi contestualizzare, documenti altrimenti muti. È in questo contesto che lo studioso fa emergere come la cultura e l'immaginario del Quattrocento, così come la prospettiva rinascimentale, sia di derivazione teatrale: Francastel nell'introduzione dell'opera scrive che «la creazione delle opere d'arte, anche le più apparentemente utilitarie, ci informa sempre intorno a quel che potremmo

definire il progetto di ogni attività individuale e collettiva all'interno di un determinato gruppo umano» (Francastel 1987, p. 40) e prosegue affermando che «il documento artistico è rivelatore di saperi tecnici e di schemi di pensiero al tempo stesso» (ibid.) rientrando in quella svolta epistemologica che pone lo studio delle immagini sullo stesso piano di quello del linguaggio definita dal *Pictorial Turn* (Mitchell 1994) e dall'*Iconic Turn* (Bohem 1994).

Come questi studi sulla rappresentazione figurativa (Panofsky 1927; Benjamin 1966; Francastel 1987) e sulla cultura visuale (Mitchell 1994; Bohem 1994; Somaini 2005; Mirzoeff 2015) evidenziano, lo sguardo è storicamente e culturalmente determinato, e cambia al modificarsi delle forme di rappresentazione artistica e degli atteggiamenti percettivi di cui sono espressione. Ciò implica che, come sottolineano anche i sociologi dell'arte (Canclini 1989; Inglis, Hughson 2017; Tota, De Feo 2020), l'opera d'arte stessa vada intesa come «a relation: the relation between an object and all the gazes that have been cast upon it throughout history and that have “incessantly transformed” it» (Canclini 1989, p. 101).

A partire dall'introduzione della rappresentazione prospettica in ambito pittorico, ad esempio, la cultura visiva del Rinascimento subì dei profondi cambiamenti nel modificarsi dello sguardo e della sua costruzione, cambiamenti dettati da fattori sociali, religiosi e culturali e dalle stesse tecnologie di rappresentazione. In questo senso la sociologia dello sguardo evidenzia come la *visione dal bios* e la *visione dal logos* (Boccia Artieri 2001) vanno a coimplicarsi definendo il guardare nella relazione tra sguardo, immagini e tecnologie della visione, cioè

l'insieme di tecnologie di produzione e riproduzione di immagini che vanno dalle tecniche pittoriche a quelle di rappresentazione dell'immagine, dalle tecnologie di simulazione a quelle di visualizzazione scientifica (ivi, p. 5).

Nella cultura contemporanea l'evolversi dei luoghi della spettatorialità è strettamente connesso al diffondersi delle nuove forme di comunicazione visiva ed è favorito da una progressiva smaterializzazione e delocalizzazione delle immagini, dettata dall'evolversi delle tecniche di produzione, riproduzione ed elaborazione del visivo e dal diffondersi delle strategie di comunicazione pubblicitaria. Il grande cambiamento subito dall'arte che si distacca dal figurativo per superare l'*impasse* dettato dalla diffusione della fotografia genera una nuova esperienza estetica per lo spettatore che viene definita dai teorici di “spaesamento”

percettivo e motorio perché l'osservatore non ritrova più la sua posizione sicura che aveva davanti a un'opera, quel «luogo già mediato e filtrato di un racconto ordinato» (Bertolini 2008, p. 12) ma piuttosto l'opera diventa «il luogo in cui lo spettatore può ricostruire la propria posizione e identità soggettiva attraverso lo spaesamento» (ivi, p. 9). Questo è ciò accade, negli stessi anni, anche agli spettatori dei nuovi formati teatrali prima, nei quali si trovano i prodromi della *performing art* (Goldberg 1979), e del Nuovo Teatro (De Marinis 1987) poi che escono dalle maglie del teatro classico per trovare nuovi spazi e nuove modalità di relazione con gli spettatori. Rispetto all'arte si parla di uno sguardo «senza luogo», in uno spazio «utopico» creato dall'opera d'arte che determina

la nuova posizione di uno sguardo tattile, immerso a inseguire e indagare la superficie del quadro e quasi inconsapevole dei limiti della cornice e delle sue funzioni, ovvero della radicale separazione fra lo spazio estetico e immaginativo del dipinto e lo spazio reale e concreto della percezione quotidiana (Bertolini 2008, p. 9).

Il teatro è stato identificato come luogo dello sguardo fin nell'etimologia della parola *θέατρον* che deriva dal termine *θέα* che significa vista, sguardo, contemplazione, mentre *theatron* è definito come *ο' τόπος ε'ν ω' θεάται τις*, cioè il luogo in cui qualcuno guarda e si trova guardato. È con il teatro greco, infatti, con la scrittura che prende il posto dell'oralità che si fa più netto il passaggio da una dimensione uditiva a una dimensione visiva ed è Aristotele che per primo nella sua *Poetica*, il primo testo teorico scritto sul teatro, fa riferimento al piacere di cui godono gli spettatori mentre guardano. In questo senso diventa perciò fondamentale osservare come anche nell'ambito teatrale sia centrale il luogo dello spettatore e quindi la sua posizione rispetto a ciò che sta guardando. Inserire, allora, la questione dello spettatore in questa prospettiva teorica che interroga la cultura visuale e la sociologia dello sguardo per osservare lo statuto dello spettatore nell'evolversi del *mediascape* contemporaneo significa prendere in esame l'ampia gamma di fattori che condizionano le modalità di creazione, produzione, diffusione e fruizione dei prodotti culturali in uno specifico contesto storico quale quello odierno.

Da due decenni circa si sta assistendo a un cambio di paradigma dettato da nuove forme di spettatorialità connessa e creativa che innesca una nuova visione del mondo creata dalle immagini prodotte e diffuse da chiunque, da ogni angolo del pianeta. Se prima di questa svolta

gli spazi preposti alla visione erano fruibili all'interno di delimitati confini spazio-temporali ora l'ambiente online ha permesso allo sguardo di superare qualsiasi limite temporale e spaziale:

La rete ha redistribuito ed espanso lo spazio della visione, contraendo le dimensioni dello schermo su cui vediamo le immagini, e deteriorandone la qualità. Quella che Manuel Castells ha definito "network society" – ovvero quel tipo di vita sociale che prende forma dalle reti informatiche elettroniche – oggi è dominata dall'immagine (Mirzoeff 2015, p. 20).

Considerando, allora, i media come veri e propri luoghi dell'esperienza contemporanea (Boccia Artieri 2004) al pari dei luoghi fisici in cui i corpi si incontrano, si tratterà di osservare come il passaggio dallo sguardo fisso della prospettiva allo sguardo in movimento del cinema e del video abbia segnato il passaggio all'epoca contemporanea e alle rivoluzioni tecnologiche che si sono susseguite (Benjamin 1966) per giungere poi allo sguardo contemporaneo che si virtualizza adattandosi al processo che è in atto di virtualizzazione dell'immagine che si stacca dalla materialità del supporto; se l'immagine diviene sempre più immateriale, e si fa flusso diffusivo e circolante in tempo reale divenendo sempre possibile altrimenti, allora anche lo sguardo diviene sempre possibile altrimenti (Boccia Artieri 2001):

lo sguardo contemporaneo è portato sempre a vedere "oltre ciò che si vede", è uno sguardo di pre-visione, uno sguardo aperto alle contingenze e per questo è uno sguardo mutante, sempre in movimento: uno sguardo-flusso, uno sguardo nomade (ivi, p. 21).

Uno sguardo mobile ma anche riflessivo che si costruisce in relazione al contesto odierno caratterizzato «da media sempre più *personal* che strutturano e rendono operativa una dimensione *multilife* in cui viviamo contemporaneamente *online* e *offline*» (Boccia Artieri 2012, p. 29). La pervasività degli effetti della tecnologia sulla vita quotidiana e la costante possibilità di essere connessi in qualsiasi tempo e luogo hanno mutato il modo di pensare e di agire nella società e quindi anche la relazione tra osservatore e ciò che osserva. In questo senso anche la questione della riflessività (Gemini 2003) si modifica assorbendo le nuove logiche imposte dallo stato di connessione permanente che contraddistingue la *social network*

society, primo fra tutti il passaggio dall'essere e dal pensarsi pubblico all'abitare la comunicazione (Boccia Artieri 2012).

3. La progressiva indeterminatezza del ruolo dello spettatore nel diffondersi della cultura e dell'estetica partecipativa

Se il teatro è quel sistema complesso di relazioni in una civiltà multiforme e molteplice di spettacolo e comunicazione (Cruciani, Falletti 1986) allora lo spettatore come detto fin dall'inizio è parte di questo sistema complesso in quanto osservatore (Gemini 2003).

Come accennato nel paragrafo precedente, la storia del teatro e dell'arte ci insegnano come lo sguardo dello spettatore cambia in relazione al modificarsi delle concezioni di spazialità che a loro volta cambiano in relazione alle estetiche e alle pratiche artistiche (Cruciani, Ruzza 1992) e ci insegnano anche come queste influiscano sulla relazione tra sistema dell'arte e sistema del pubblico che evolve in accoppiamento strutturale (Varela, Maturana 1974) con l'evolversi del sistema sociale nel suo complesso (Gemini 2003). Anche gli studi sull'evoluzione storica degli spettatori a teatro (Bennett 1997) dimostrano lo statuto mutevole di questo ruolo che passa da una dimensione più partecipativa e attiva a quella passiva con il diffondersi dei teatri e della cultura borghese nel diciassettesimo secolo. È con l'organizzazione dello spazio del teatro come edificio, che avviene con la diffusione del teatro all'italiana che, come lo definisce Cruciani, è «quel teatro che abbiamo in mente» (Cruciani 1993, p. 23), che si amplia progressivamente la distanza tra scena e sala. Non è un caso che per ritrovare quella connessione tra sistema artistico-teatrale e sistema del pubblico si assiste nel corso del Novecento a una progressiva fuoriuscita degli artisti dai luoghi adibiti allo spettacolo per praticare nuove forme e formati creativi che eliminano quella netta separazione tra scena e platea come testimoniano le pratiche artistiche emerse dalla diffusione del Nuovo Teatro (De Marinis 1987).

Questa dinamica è connessa anche al cambio di paradigma innescato dal *performative turn* (Goldberg 1979; Schechner 1984, 2013; Fischer-Lichte 2004) che ha portato allo svilupparsi di nuove forme di teatralità che rompono con la tradizione, e trovano nella molteplicità dei linguaggi e dei formati (Gemini 2003) un antidoto rispetto alle antiche tradizioni. Nel corso del Novecento si assiste a un processo di smantellamento delle convenzioni teatrali, di rinuncia alla narrazione intesa come susseguirsi di eventi logicamente

determinati e alla complessità psicologica dei personaggi, l'abbandono cioè del testo drammatico per un testo performativo. Il teatro non è più il luogo della finzione e ciò comporta un nuovo utilizzo dello spazio, una nuova attenzione al tempo e una ridefinizione del ruolo dello spettatore. È su questa scia che il teatro e l'arte più in generale hanno veicolato un'idea e una pratica artistica che ha messo sempre di più la centralità sull'estetica relazionale (Bourriaud 2010) e sulla partecipazione (Bishop 2012) che deriva anche, come sottolinea Gemini (2009), dall'evoluzione del sistema sociale dell'arte:

sappiamo come negli ambienti artistici e culturali del Novecento sia maturata un'idea di creatività e di arte che non dovesse essere a esclusivo appannaggio dell'artista demiurgo o di un sistema troppo chiuso nei termini della sua accessibilità (dalle istituzioni come teatri e gallerie, dal mercato, dalla critica ecc.) ma che in qualche modo promuovesse un principio di democratizzazione dell'arte, della creatività come possibilità espressiva di tutti, nella chiamata in causa dello spettatore sempre e più o meno direttamente coartefice dell'opera, dell'evento ecc. (Gemini 2009, p. 120).

Inoltre, come rileva Bishop (2012), quella svolta partecipativa che caratterizza il sistema sociale dell'arte nel corso del Novecento fino ad oggi emerge con maggiore o minor intensità in particolari frangenti caratterizzati da profondi cambiamenti sociali.

In queste complesse connessioni tra pubblico teatrale e sistemi sociali, tra la nozione di pubblico teatrale e la cultura contemporanea il teatro non può mai essere separato dalla cultura che lo produce e che a sua volta perturba con forme e rappresentazioni. In questo senso, Francastel scriveva che

il teatro e l'arte sono manifestazioni simultanee e parallele di una stessa condizione spirituale; fatte eccezioni per le possibilità che l'uno e l'altra traggono dal proprio orientamento e dalla propria maturità tecnica del momento. In ogni caso, teatro ed arte, non possono essere compresi, l'uno senza l'altra, senza fare riferimento agli altri sistemi di espressione del tempo (Francastel 1987, p. 60).

Come gli artisti hanno idee e valori che si formano socialmente e lavorano all'interno dei mezzi tecnici disponibili e nell'ambito delle convenzioni estetiche del periodo, così il pubblico sviluppa sistemi di conoscenza e osservazione, quindi dei processi interpretativi, che

sono influenzati culturalmente ed esteticamente dall'ambiente con cui entrano in relazione. Come detto fino ad ora siccome

l'ambiente comunicativo nel quale viviamo si presenta oggi come una realtà accresciuta che tutti noi, partecipando attivamente alla comunicazione, contribuiamo a produrre, allora anche i diversi campi di esperienza cui abbiamo accesso vengono coinvolti, anche se a diverso titolo, e avviati verso una crisi, cioè verso una fase evolutiva che in qualche modo ne trasforma le caratteristiche (Gemini 2009, p. 114).

In più, il pubblico teatrale porta in ogni spettacolo un orizzonte di aspettative culturali e ideologiche, un orizzonte d'attesa che non è mai fisso ma è sempre messo alla prova anche dalle possibilità creative, ricettive e produttive rese disponibili dagli artisti, dagli operatori e dai curatori teatrali:

The horizon(s) of expectations brought by an audience to the theatre are bound to interact with every aspect of the theatrical event, and, for this reason, it is useful to examine the idea of the event and its general implications for the act of reception (Bennet 1997, p. 166).

Se si è ormai preso atto da tempo del ruolo dello spettatore *emancipato* (Rancière 2018) in quanto soggetto attivo di una relazione che implica anche un *loop autopoietico di feedback* (Fischer-Lichte 2014), cioè quel rapporto di reciproca informazione tra la performance e la sua istantanea ricezione da parte dell'osservatore, che lo rende responsabile nella fruizione estetica e nella costruzione dei significati, ciò che potrebbe emergere dalla convergenza tra le differenti metodologie di ricerca e analisi che qui si sta provando a percorrere, è come sia variata la tensione che contraddistingue il processo interpretativo ed esperienziale dello spettatore teatrale di oggi, tra la cornice interna del mondo scenico immaginario, la percezione momento per momento dell'esperienza di far parte di una comunità transitoria e la cornice esterna della società e della vita quotidiana nel contesto della mediatizzazione e della piattafomizzazione del sociale. Se infatti Rancière suggerisce che «la rottura estetica moderna è spesso descritta come il passaggio dal regime di rappresentazione a un regime di presenza o presentazione» (Rancière 2009, p. 121) oggi si può aggiungere che questo regime ha subito un ulteriore sviluppo

towards the presence and presentation of the spectator herself – the implication of the spectator in the event, where we do not just witness new modes of presence, but experience them as a key feature of our engagement... such encounters are structured dramaturgically (or quasi-dramaturgically) to theatricalize experience in the face of the event (Lavender 2016, p. 155).

In questa nuova esperienza spettatoriale di matrice partecipativa, interattiva e attiva lo spettatore non solo è coinvolto ma anche incorporato nell'azione performativa facendo nello stesso tempo esperienza di percepirsi come consumatore partecipante.

Nel 1982 Anne Übersfeld parlando del piacere dello spettatore evidenzia come il piacere teatrale sia un'esperienza collettiva e multiforme che implica la presenza attiva di un corpo e parlava della relazione tra sguardo dello spettatore e azione che vede in scena nei termini di un amore non corrisposto, come «vedere i propri sogni senza poterli toccare: questo è il piacere e la frustrazione della rappresentazione scenica» (Übersfeld 1982, p. 135). Può essere ancora attuale questa metafora? Romeo Castellucci, per citare l'esempio di un regista teatrale attivo nel contemporaneo, evidenzia che uno spettacolo diventa importante quando guarda lo spettatore. Non c'è quindi solo lo spettatore che è responsabile dell'atto del guardare ma, come in un flusso circolare, anche lo spettacolo osserva *toccando* l'occhio di chi guarda. Nel teatro di Castellucci la scena evolve al pari della realtà in cui si vive, dove gli occhi delle telecamere sono costantemente puntati addosso, dove si guarda e si è guardati, riportando lo spettatore del teatro dentro quella condizione esistenziale e quotidiana.

All'estremo e all'opposto, osservando l'evolversi del dispositivo teatrale nel contemporaneo verso la partecipazione, l'interazione e l'azione (Lavender 2016), perturbato da altre forme e formati mediali (Gemini 2006), si parla di *crepuscolo dello spettatore* (Pustianaz 2016) che, privato del suo ruolo di osservatore nascosto nel buio della sala, si trova ad accedere a un nuovo orizzonte dove la spettatorialità si trasforma ed è messa in scena:

La mutazione della figura dello spettatore per effetto della trasformazione del dispositivo teatrale spinge la questione del *suo* lavoro alla luce del giorno. È come se il teatro non potesse più permettersi né l'alterità dello spettatore, né la sua sospensione in un limbo di

apparente inoperosità – come se fosse finita la tolleranza verso il margine oscuro e il limite poroso della spettatorialità (Pustianaz 2016, p. 6).

Si crea così quella dinamica di spettatorialità creativa e doppiamente riflessiva che caratterizza chiaramente il fenomeno dei *networked publics* (Boccia Artieri 2012) dove il limite tra guardare e agire creativamente si frantuma e lo sguardo cambia come cambia quel *corpo archivante e affettivo* (Pustianaz 2016) che è proprio dello spettatore.

Tale mutamento del paradigma comunicativo, che vede il pubblico non più solo oggetto ma soggetto della comunicazione, uno spettatore che non è più pensabile come passivo ma che si emancipa da quel ruolo che gli hanno affidato, rende necessario un ripensamento anche delle ricerche, delle metodologie e delle analisi a partire dall'osservazione dell'evolversi delle forme di spettatorialità in relazione ai profondi cambiamenti che la diffusione dei mass media prima e dei processi di digitalizzazione poi hanno comportato.

4. Gli studi sulle *audience*: l'evolversi dei *framework* di ricerca in risposta all'imporsi di nuovi contesti socio-tecnologici

Dal punto di vista della sociologia della comunicazione l'attenzione verso i destinatari è un fenomeno di lungo corso. Questi studi evidenziano come l'evolversi dei contesti sociali e tecnologici insieme alle caratteristiche dei pubblici differenziano il modo in cui un prodotto culturale può essere fruito e quindi anche gli effetti che può avere.

Il complessificarsi del mondo contemporaneo, con il diffondersi della Network Society (Castells 1996) e delle teorie sulle *audience* diffuse (Abercrombie, Longhurst 1998) e partecipative (Jenkins 2006), rende sempre più evidente come il ruolo dello spettatore si sia profondamente modificato nei differenti campi della cultura. È a partire da tali presupposti che in questo paragrafo si tratterà il cambio di paradigma che ha segnato l'analisi delle *audience*, sia nell'ambito dei *media studies* che in quello delle *performing arts*, a seguito dell'abbandono delle metafore trasmissive a favore di quelle che considerano l'osservatore come produttore di esperienze, significati e prodotti (Gemini, Paltrinieri 2018). Come, infatti, si delinea dalle analisi sui pubblici della cultura, e dello spettacolo dal vivo in particolare, che si sono sempre più diffuse a livello internazionale a seguito del diffondersi delle pratiche di

audience development ed *engagement*, enti e organizzazioni culturali sono sempre più spinti a conoscere in modo più approfondito i propri pubblici per affrontare un mondo e un mercato culturale sempre più complesso, dove la pervasività dei media ha profondamente modificato la stessa esperienza di consumo (Russo 2005). Una tale diffusione dei media comporta «la possibilità di accedere a gruppi di culture differenti ed ai mondi immaginati da essi veicolati» (Russo 2005, p. 131) provocando un profondo mutamento nel rapporto tra reale e immaginazione (Appadurai 2001).

È in *Modernità in Polvere* (2001) che Appadurai sottolinea come la presenza invasiva dei mezzi di comunicazioni di massa e dei flussi migratori, con le dinamiche che questi producono, hanno mutato radicalmente l'opera dell'immaginazione. Essere spettatori nel mondo significa sperimentare i media come un complesso e interconnesso repertorio di stampa, schermi elettronici e cartelloni pubblicitari che vanno a definire alcuni panorami mediali determinati dai movimenti e dai flussi globali. Lo studioso distingue questi panorami in cinque tipologie – etnorami, mediorami, ideorami, tecnorami, finanziorami – e li definisce mondi immaginati, «cioè i mondi molteplici che sono costituiti dalle immaginazioni storicamente localizzate di persone e gruppi diffusi sul pianeta» (Appadurai 2001, p. 95). Ciò che fa emergere in particolare l'antropologo è che

il confine tra i panorami realistici e quelli finzionali cui assistono è sfumato, così che quanto più questi spettatori sono lontani dall'esperienza diretta della vita metropolitana, tanto più è probabile che costruiscano mondi immaginati di tipo chimerico, estetico e addirittura fantastico, soprattutto se questi mondi sono misurati in base ai criteri di qualche altra prospettiva, di qualche altro mondo immaginato (ivi, p. 100).

Lo sguardo virtualizzato, sempre possibile altrimenti, deterritorializzato e atemporale (Boccia Artieri 2001) è al vertice di questo mutamento nel ruolo dell'immaginazione stessa: le persone osservano la loro vita attraverso le vite degli altri che sono costantemente visibili sui media e facendolo riflettono non solamente sul loro agire ma anche sulle modalità che si hanno per rappresentarlo. Si potrebbe dire allora che per lo spettatore “virtualizzato” ciò che vede non solo funziona come uno specchio riflessivo (Schechner 1984; 2019) ma diventa un'immagine, una storia, una pratica da citare, smontare e rimontare per inglobarla nel proprio racconto personale, per immaginarsi altrimenti.

Questa svolta dettata dall'evolversi del contesto tecno-mediale e dalle nuove modalità di fruizione caratterizzate da un consumo mediale che diventa parte integrante della narrazione identitaria del soggetto, delle sue performance e della sua gestione delle relazioni sociali segna quel passaggio che nel contesto dei *media studies* porterà al paradigma di ricerca definito da Abercrombie e Longhurst (1998) dal binomio *Spettacle/Performance* al quale corrisponde una nuova forma di spettatorialità, la *diffused audience*, che si sviluppa in relazione alla natura mutevole del posto che i media occupano nella vita sociale del contemporaneo.

Nel campo degli studi sui pubblici dello spettacolo dal vivo una simile svolta paradigmatica è segnata dal seminale studio di De Marinis e Altieri (1985) che sposta l'attenzione dal concetto di pubblico a quello di spettatore aprendo la strada agli studi sulla ricezione teatrale intesa come un rapporto di comunicazione tra spettatore e spettacolo. In questo senso l'azione interpretativa che caratterizza tale relazione non ha a che fare con un rapporto unidirezionale, di scambio cioè di valori cognitivi e affettivi che va in un'unica direzione dall'attore/spettacolo verso lo spettatore; si tratta piuttosto di un processo di costruzione dell'informazione (Gemini 2003) dove sia l'attore/spettacolo che lo spettatore agiscono.

4.1 Da simple a diffused audience: i nuovi paradigmi di ricerca nel campo dei media studies

La nuova realtà dei pubblici generata dal diffondersi e dall'evolversi dei sistemi di comunicazione di massa ha imposto nei *media studies*, e in particolare nell'analisi delle *audience*, un cambio di paradigma che è consistito nel definire chi è il pubblico e come opera e si muove. Nell'evolversi delle forme della comunicazione a tre differenti tipi di pubblico, «simple, mass and diffused audience» (Abercrombie, Longhurst 1998, p. 2), sono corrisposti così negli anni tre differenti paradigmi di ricerca: «Behavioural (BP), Incorporation/Resistance (IRP) and Spectacle/Performance (SPP)» (ivi, p. 4). Se il primo paradigma di ricerca osserva gli effetti dei media sul pubblico passando da un approccio comportamentale a uno critico, mentre il secondo paradigma definisce il problema della ricerca sul pubblico dal punto di vista dell'incorporazione o della resistenza nei confronti della loro partecipazione all'attività mediatica, con il paradigma *Spectacle/Performance*,

rifacendosi alla categoria della performance, come analizzata da Turner (1982) e Schechner (1984; 2019), gli studiosi osservano che «performance is central to the construction of audiences and that different modes of performance are related to different types of audience experience» (ivi, p. 43).

Passando in rassegna l'evolversi della relazione tra attore e spettatore all'interno del contesto della performance, e della progressiva separazione di uno dall'altro, gli studiosi fanno emergere una primaria forma di audience che definiscono *simple audience*:

the main features of the simple audience are that: communication between performers and the audience is direct; the performance event takes place at a designated, "local" place; the event is invested with a high degree of ceremony by the audience; the performance is public; the distance between the audience and the event is high; as, finally, is the attention of the audience (ivi, p. 57).

La *simple audience* emerge dalle società premoderne dove la performance che caratterizza questo tipo di contesto è quella analizzata dal punto di vista antropologico da Turner (1982) e che

rimanda alle dinamiche mitopoietiche che fondano l'appartenenza comunitaria, l'identificazione dell'individuo nel suo contesto collettivo di riferimento che, lungi dall'annullarlo, lo comprende per intero, anima e corpo (Gemini 2003, p. 28).

Con il diffondersi dei sistemi di comunicazione di massa questa tipologia di pubblico non è scomparsa ma si è modificata perché sono cambiate le dinamiche di partecipazione culturale. L'evoluzione delle tecniche di produzione di massa ha influito non solo sulle modalità di produzione e creazione dei contenuti culturali ma anche sulle modalità di fruizione che accentuano quella separazione tra pubblico e artista. Questa seconda forma di spettatorialità è definita *mass audience*: questa non si caratterizza più per una spazializzazione circoscritta e per i connotati rituali ma è definita dalla progressiva distanza sociale tra performer e audience. Ciò che distingue poi in modo assoluto le performance semplici da quelle dei mass media, come sottolineano sempre Abercrombie e Longhurst, è il fatto che il pubblico può non essere simultaneamente e fisicamente presente alle performance che sono

ora mediate. Per evidenziare allora come l'uso dei mezzi di comunicazione comporti la creazione di nuove forme di azione e interazione nel mondo sociale, e quindi nuovi modi di relazionarsi con gli altri e con sé stessi, gli studiosi si rifanno a Thompson (1995) che distingueva tre tipi di interazione sociale:

Face-to-face interaction generally demands the co-presence of the parties, it generally involves a two-way flow of communication, and messages are usually conveyed using a multiplicity of symbolic cues. Mediated interaction, on the other hand, uses some technical medium (telephone wires, paper, for instance) which allows communication without co-presence. The result is that mediated interaction is 'stretched across space and time'. It also involves a reduction in the range of symbolic cues; participants in the interaction can no longer depend on body language, for example, to help in the flow of communication. The advent of the mass media ushers in the possibility of mediated quasi-interaction, which is also stretched over space and time and also restricts the range of symbolic cues, but differs from both the other forms of interaction in that it is orientated no longer to specific others but to a potential indefinite number of participants; furthermore it is, generally speaking, a one-way traffic (Abercrombie, Longhurst 1998, p. 64).

Gli ulteriori cambiamenti sociali e culturali, rappresentati sia dalla pervasività della performance nella società contemporanea che dall'essere sempre più spesso pubblici di qualcosa, hanno prodotto una nuova esperienza del pubblico, quella della *diffused audience* che è molto diversa da quella della *simple e mass audience* poiché

the distance between performers and audiences so important to performances in front of both simple and mass audiences has been more or less eliminated (Abercrombie, Longhurst 1998, p. 57).

Ciò non equivale a dire che il pubblico semplice o il pubblico di massa non esistano più. Al contrario. Queste esperienze sono comuni come sempre ma si svolgono sullo sfondo del pubblico diffuso e si alimentano a vicenda.

Rifacendosi, alle teorie di Schechner (1984, 2019) sulla performance, a quelle di Kershaw (1994) sulla *performative society* e ai lavori di Goffman (1969), e in qualche modo superandole, gli studiosi evidenziano come

However, at a still more fundamental level the diffused audience experience may be characterized by the virtual invisibility of performance – the fourth sense of the diffused audience. So deeply infused into everyday life is performance that we are unaware of it in ourselves or in others. Life is a constant performance; we are audience and performer at the same time; everybody is an audience all the time. Performance is not a discrete event (ivi, pp. 72-73).

La caratteristica essenziale di questa nuova forma di spettatorialità è che, nella società contemporanea, essere membro di un pubblico non è più un evento eccezionale, e nemmeno un evento quotidiano, ma è piuttosto qualcosa di costitutivo della vita quotidiana. Gli studiosi utilizzano come esempio gli studi sul turismo citando Urry (1990) che sottolinea come lo sguardo del turista è cambiato poiché il confine tra turismo e vita quotidiana nella società moderna (o postmoderna) è diventato sfocato e permanente: i turisti, quando viaggiano, si aspettano di trattare il mondo come una serie di spettacoli e questa attenzione alla spettacolarità si manifesta nello scatto di fotografie, una pratica del tutto caratteristica del turismo moderno. In questo modo, i turisti trattano chiaramente l'ambiente circostante come una serie di spettacoli: oggetti ed eventi si esibiscono attraverso l'obiettivo della fotocamera e le immagini sono catturate per successive visualizzazioni e riflessioni.

La pervasività della performance connessa alla pervasività dei media ha imposto agli studi sui pubblici una svolta paradigmatica definita per Abercrombie e Longhurst dalla convergenza tra due paradigmi: quello spettacolare e quello narcisista. Da una parte il processo di diffusione della spettacolarizzazione della società e dell'estetizzazione della vita quotidiana segnano il passaggio dalla centralità del testo alla centralità dell'immagine:

The more the world becomes aestheticized, the more it becomes drenched in images, the more it becomes a cultural object, the more will it become something that invites being looked at. People, objects, events, perform for the diffused audience through their involvement in a richly symbolic world of spectacle (ivi, p. 88).

Dall'altra la nozione di società narcisistica, che incarna l'idea che le persone si comportano come se fossero costantemente guardate, come se fossero al centro dell'attenzione di un pubblico reale o immaginario, in connessione con il paradigma della performance implica per gli autori il progressivo restringimento, nel campo delle arti dello spettacolo dal vivo, del divario tra attori e pubblico, con il risultato che il pubblico è sempre più coinvolto nella performance.

La pervasività dei mezzi di comunicazione di massa contribuisce alla presentazione del mondo come spettacolo, come insieme di performance: dal *landscape* al *mediascape*, sintetizzano gli studiosi, riferendosi ad Appadurai (1993; 2001), per evidenziare la condizione di immersività nei media che vive l'epoca contemporanea. Non è un caso che tale circuito processuale spettacolo/narcisismo/performance che mantiene la società estetizzata nel suo flusso continuo di eventi, esperienze e percezioni si fondi sul meccanismo dell'immaginazione che viene sempre più fortemente regolato dai media che forniscono immagini, modelli di performance o strutture interpretative che diventano risorse all'interno della routine della vita quotidiana:

As the audience experience becomes more diffused and no longer so concentrated on discrete events, the media continue to be important and take on additional functions beyond the provision of performances for simple and mass audiences. That is, they function as well to provide a flow of images and experience which is used by individuals in their daily lives. (ivi, p. 104).

Definire l'immaginazione come pratica sociale della vita quotidiana significa allora ritornare di nuovo ad Appadurai (2001) e ai suoi mondi immaginati che vanno a definire il ruolo dei *mediascapes* contemporanei nel fornire i repertori ampi e complessi di immagini e narrazioni, atemporali e delocalizzate, a persone di tutto il mondo. Si confonde allora sempre di più la distinzione tra reale e immaginario, tra qui e altrove, e più le persone sono lontane dai mondi che osservano, più fantasiosi sono i mondi immaginari che producono. Questo processo accade in tutti gli spazi della vita quotidiana e quindi complessifica anche gli oggetti degli studi culturali: rifacendosi di nuovo agli studi sul turismo, come caso esemplificativo, il cambio di paradigma definito dal *mobility turn* (Sheller and Urry 2006; Cresswell 2010;

Sheller 2018), che si rifà alla metafora performativa, ha fatto sì che diventasse fondamentale osservare non solo il viaggio fisico delle persone e del movimento degli oggetti ma l'analisi si amplia ai viaggi «corporeal, imaginative and virtual» (Elliott e Urry 2010, p. 24), «which are various kinds of mediated mobilities that involve the circulation of images and representations, while also enabling and coercing (some) people to live more “mobile lives”» (Sheller 2018, p. 4). Se tale processo permea così a fondo ogni sistema, caratterizzerà allora anche quello del dispositivo relazionale spettatore-spettacolo dal vivo che adotterà tali modalità di relazione e comunicazione dentro e fuori gli spazi del teatro.

Abercrombie e Longhurst sostengono che una delle conseguenze del ruolo dell'immaginazione nella costruzione di un pubblico diffuso è un rapporto alterato dei membri del pubblico tra loro, distinto dal rapporto tra il pubblico e lo spettacolo. Un modo per concettualizzare questa relazione tra le persone che fanno parte di questa presenza immaginata è descriverla come «an imagined community» (Abercrombie, Longhurst 1998, p. 114). In questo processo di immaginazione che rende i pubblici consapevoli di essere parte di una comunità, quello che si attiva è un processo di costruzione dell'identità che mescola costantemente reale e immaginario. Siamo però ancora nella fase che precede la pervasività dei media digitali e quindi davanti a un'audience che è «costruita dai linguaggi dei media di massa e la cui performatività riguarda il solo versante interpretativo» (Boccia Artieri 2012, p. 81). Per superare questa dimensione interpretativa a favore di una performatività costruttivista deve cambiare l'esperienza mediale stessa, come si vedrà a breve nel contesto della *social network society* e dei pubblici connessi (Boccia Artieri 2012): dal fare esperienza dell'esperienza al performare l'esperienza in una dimensione sempre più multimediale, immersiva, interattiva e quindi partecipativa.

4.2 *Da pubblico a pubblici: origini e sviluppi degli studi sulle audience delle performing arts*

L'attenzione posta verso i destinatari dello spettacolo dal vivo è un fenomeno di lungo corso che ha trovato sempre più spazio nel dibattito culturale grazie alla convergenza fra vari campi di studio: dalla sociologia alla semiotica, dai *theatre studies* al marketing della cultura lo studio delle *audience* dello spettacolo è diventato sempre più centrale. In campo

internazionale sono numerosi sia gli studi teatrali⁷ che hanno mostrato una crescente attenzione verso la riflessione sui pubblici, sia i centri di ricerca specifici che monitorano l'andamento della partecipazione e la ricaduta sociale delle politiche culturali nei paesi di riferimento.

L'evoluzione delle ricerche sui pubblici nei diversi ambiti scientifici si è sviluppata in risposta all'evolversi delle politiche culturali. Le analisi, ad esempio, che la sociologia ha portato avanti, fornendo i profili socio-economici del pubblico e i meccanismi che regolano l'inclusione e l'esclusione degli individui dalla partecipazione culturale, a partire dal lavoro seminale di Bourdieu (1979), sono in linea con la tendenza che in quegli anni emerge nell'evoluzione dei paradigmi delle politiche culturali, che sono passati dall'idea della democratizzazione culturale (iniziata negli anni '50 e '60 con lo sviluppo delle politiche culturali in molti paesi democratici occidentali) all'evoluzione delle nozioni successive di democrazia culturale, sviluppo culturale e diversità culturale (Bonet, Négrier 2018).

Questo spostamento di prospettiva ha fatto sì che l'attenzione si spostasse dagli ambiti della cultura cosiddetta "alta" per andare ad osservare come i pubblici cambiano in relazione ai contesti e ai generi. Dal punto di vista sociologico, questo cambiamento nelle politiche culturali coincide con un crescente interesse non solo per la disparità di frequenza in termini di ceto sociale e livello di istruzione, ma anche in termini di genere, di età con una tensione

⁷ Nell'ambiente accademico internazionale gli studi teatrali hanno affrontato il discorso del ruolo dello spettatore a teatro e sui meccanismi di ricezione e partecipazione da vari punti di vista: a) in prospettiva storica, ad esempio, in *Theatre Audiences* (Bennet 1997), *The Spectator and the Spectacle: Audience in Modernity and Post-Modernity* (Kennedy 2009); b) in prospettiva semiotica in *Semiotics of the Theatre and Drama* (Elam 1980) e, più in particolare in relazione ai *performance studies* in *Estetica del performativo. Una teoria del teatro e dell'arte* (Fischer-Lichte 2004); c) dal punto di vista delle scienze bio-cognitive applicate alla ricezione *Engaging Audiences: A Cognitive Approach to Spectating in the Theatre* (McConachie 2008), *Audience spontaneous entertainment during the collective enjoyment of live performances: physiological and behavioral measurements* (Ardizzi et al. 2020); d) rispetto al tema delle nuove tecnologie della visione in *Modes of Spectating* (Oddey, White 2009), e) dal punto di vista della partecipazione in *Audience Participation in Theatre Aesthetics of the Invitation* (White 2014), *Insider-other' Spectator-Dancer Relationships fostered through Open Rehearsals* (Ali-Haapala 2016), *Audience as performer* (Heim 2017) e della dimensione partecipativa online *From arts marketing to audience enrichment: How digital engagement can deepen and democratize artistic exchange with audiences* (Walmsley 2016), *Considering the Relationship Between Digitally Mediated Audience Engagement and the Dance-Making Process* (Griffiths, Walmsley 2018), *Audience Engagement in the Performing Arts. A Critical Analysis* (Walmsley 2019), *Routledge Companion to Audiences and the Performing Arts* (Reason et. al 2022). A questa, che non vuole di certo essere una rassegna esaustiva, si aggiunge anche il volume *Participations. Journal of Audience & Reception Theories* (2015) dedicato alle audience teatrali.

tra culture consolidate ed emergenti (Brilli, Gemini, Giuliani 2021), di razza e di origini etniche (Bennett *et al.* 2009). Canclini (1989), nel suo testo *Hybird Culture*, evidenzia come le intersezioni tra cultura d'élite e cultura di massa che caratterizzano la cultura post-moderna implicano un profondo cambiamento nell'orizzonte di attesa e nei gusti degli spettatori. L'ibridazione di cui il sociologo parla riguarda quel processo di globalizzazione, che anche l'arte subisce, che tendendo alla standardizzazione e all'assimilazione porta al mescolamento delle temporalità storiche, degli spazi geo-culturali, degli stili di vita e dei gusti estetici. In questo senso allora anche le classiche categorie di pubblico non tengono più perché le modalità interpretative sono sempre più complesse e diversificate, creando inoltre nuove forme di disuguaglianze sociali.

Se tali ricerche hanno aperto la strada alle successive analisi, che hanno reso sempre più evidente come sia necessaria una mediazione tra l'arte e i suoi fruitori, aprendo la strada alle pratiche di *audience development* ed *engagement*, oggi si è davanti a un'*impasse* dettata da una prospettiva d'impatto della cultura sempre più quantitativa e sempre meno qualitativa: da una parte le istituzioni e i centri di ricerca che finanziano tali ricerche, in risposta alle politiche culturali, non possono andare oltre il continuare ad evidenziare la presenza, nell'ambito dello spettacolo dal vivo in particolare, di un pubblico eterogeneo caratterizzato da profili socio-culturali che non sembrano modificarsi nel tempo nonostante le molteplici azioni di mediazione culturale che negli anni sono state attivate; dall'altra nei settori scientifici emerge come non basti questo per valutare l'impatto della frequentazione culturale sugli individui perché l'esperienza estetica progredisce e si modifica in un arco di coinvolgimento così lungo e stratificato che non può essere indagato intercettando i pubblici solamente all'uscita di un evento: il lavoro dello spettatore (De Marinis 1982; Gemini, Bartoletti, Brilli 2018) e il suo gusto si strutturano attraverso classificazioni culturali sempre più complesse che risentono del contesto mediale che abitano. Come sottolinea anche Tota (2020) in riferimento all'arte multimediale, questa non solo muta tutto il sistema dell'arte nel suo complesso ma «muta la mente dei fruitori che torneranno a visitare i musei tradizionali, ma con uno sguardo, con nuove aspettative di fruizione, quella ad esempio di fare qualcosa. oltre che guardare» (Tota, De Feo 2020, p. 232).

In Italia, nonostante la carenza di sistematizzazione delle ricerche e di enti che studiano in maniera professionale e continuativa l'impatto delle politiche culturali, vi è ormai una buona mole di studi sui pubblici delle arti performative, portate avanti da studiosi di teatro e

di comunicazione⁸, ai quali si aggiungono le ricerche svolte dagli Osservatori più attivi su alcuni territori regionali⁹ e le analisi specifiche condotte dalle diverse organizzazioni culturali che si impegnano a osservare i loro pubblici per formulare al meglio scelte strategiche e operative. Queste ultime ricerche, in particolare, scaturite da singole istituzioni e da singolari emergenze derivate da una progressiva diminuzione della domanda o dalla scarsa presenza di intere fasce di popolazione in specifici settori dello spettacolo dal vivo, costituiscono un repertorio fortemente frammentato e spesso di difficile reperibilità.

I primi studi sul pubblico dello spettacolo dal vivo in Italia risalgono agli anni Cinquanta del Novecento, periodo nel quale l'interesse per questo tipo di indagini inizia a prendere piede anche grazie all'influenza dei teatri stabili pubblici che denunciano la scarsità e omogeneità dei pubblici teatrali (Trezzini 1957; Gorelli 1997). Negli anni '90, segnati da una costante diminuzione della domanda nonostante la crescita dell'offerta culturale, si assiste a un interesse sempre maggiore dei teatri nel monitorare l'andamento dei pubblici per dotarsi di strategie innovative rivolte in particolare all'ingaggio delle giovani generazioni. È a partire da questo momento che iniziano a proliferare le indagini che osservano non più un pubblico indifferenziato ma i pubblici dello spettacolo dal vivo (Makno 1992; Osservatorio dello spettacolo 2001; Crociata, Romano 2004; Tota 1997; Gemini, Brilli 2018; Giannasca 2019; Brilli, Gemini, Giuliani 2021) facendo emergere differenti profili di spettatori, che tendono a diversificarsi a seconda del genere di spettacolo osservato. Così accade, anche se in momenti storici diversi, in altri settori degli *audience studies* dove l'attenzione si sposta sui pubblici nel momento in cui inizia a diminuire la partecipazione: così accade, ad esempio, per il settore cinematografico dove l'interesse per lo spettatore

⁸ Anche gli studiosi di comunicazione e sociologia hanno affrontato il discorso dello spettatore delle *performing art*. Per citare alcuni di questi studi: Cfr. Gemini L., Russo G. (1997), *Il circo umano allo specchio. Un'indagine sullo spettatore del Ruvido Sexy Comic Circus*; Cfr. Tota A.L. (1997), *Lo spettatore teatrale: uno studio sul pubblico di Carolyn Carlson*; Cfr. Bortoluzzi et al. (2005), *Il comportamento del consumatore teatrale: indagine sul pubblico del 'Progetto Jan Fabre 2005*; Cfr. Gemini L. (2013), *Performing art e industria culturale alla prova del pubblico. Il caso della danza contemporanea: un'analisi*; Cfr. Serino M. (2014), *Un teatro e il suo pubblico*; Cfr. Paltrinieri R., Parmiggiani P. (2016), *Il pubblico della lirica: consumo di cultura o cultura di consumo?*; Cfr. Bartoletti R., Gemini L., Brilli S. (2018a), *Il lavoro dello spettatore dal vivo: capitale culturale ed esperienza. Il caso del pubblico del Rossini Opera Festival*; Cfr. Gemini L., Brilli S. (2018), *Il pubblico del teatro contemporaneo. Fra auto-osservazione e processi di fruizione*.

⁹ In particolare, si fa riferimento agli Osservatori delle regioni Emilia-Romagna e Piemonte.

emerge quando la presenza del pubblico in sala raggiunge i suoi minimi storici ma anche per gli ambienti digitali dove la riflessione sulle *audience* si riaccende in corrispondenza alla maturazione di una consapevolezza dei limiti degli ambienti digitali, e in particolare della rete informatica, come spazio di partecipazione (Fanchi 2014).

L'attenzione alle ricerche sul pubblico delle arti performative dal vivo emerge in modo particolare nel momento in cui i processi organizzativi delle istituzioni culturali danno la centralità alle strategie di *audience development* e di *audience engagement*, facendo convergere gli studi in un vasto campo di ricerca multidisciplinare che intreccia l'economia, il marketing culturale, la sociologia della cultura. Da questi studi emerge come i contesti sociali e culturali, oltre alle caratteristiche individuali, vadano ad influire sul grado di partecipazione e quindi di accessibilità dei pubblici (Gemini, Paltrinieri 2018). Tali ricerche sulla partecipazione artistica hanno cercato di raccogliere spunti su una gamma sempre più ampia di comportamenti che descrivono il coinvolgimento delle persone con le esperienze artistiche, i contesti di tali comportamenti e il valore e il significato che tali esperienze hanno per le persone. Queste ricerche, come emerge anche nell'ambito italiano (Tota 1997; Gemini, Bartoletti, Brilli 2018; Gemini, Brilli 2018; Giannasca 2019), evidenziano come il pubblico del ventunesimo secolo sia significativamente più eterogeneo di quello del ventesimo secolo, in termini di composizione, gusti e modalità di partecipazione all'arte e alla cultura. Questa eterogeneità deriva sia dall'espansione dei gusti del pubblico (Peterson, Kern 1996; Lena 2019; Wolf 2017), così come si sono evoluti in risposta al modificarsi del sistema dello spettacolo dal vivo e dei processi di creazione artistica, sia dall'ampliamento delle ricerche sul pubblico che analizzano sempre più a fondo i modi in cui una popolazione sempre più diversificata e integrata digitalmente consuma, valorizza e si impegna con una serie sempre più multiforme di contenuti ed esperienze artistiche.

Se da una parte nell'evolversi e diffondersi di queste ricerche sui pubblici delle *performing arts* emerge chiaramente come si modifichino le categorie di pubblico nel superamento dalla statica e semplicistica definizione di pubblico a favore della ben più complessa definizione di pubblici della cultura, dei quali vengono esplorate quindi anche le molteplici forme di partecipazione culturale e le diverse tipologie di consumo mediale, dall'altra sembra ancora mancare un'analisi che risponda ai nuovi paradigmi imposti dall'evoluzione tecno-mediale e digitale che caratterizza il contemporaneo. In che modo i pubblici partecipano alla produzione di senso intorno ai prodotti culturali? E come questi

entrano nelle loro esistenze quotidiane? Inoltre, sarà necessario chiedersi quali nuove disuguaglianze sociali prederanno forma dalle nuove modalità di fruizione online dei pubblici sempre più interattive, osservando in che modo il “capitale digitale” (Paino, Renzulli 2012; Tota, De Feo 2020) influirà sull’*engagement* dei pubblici online. Con il profilarsi di nuove forme di spettatorialità connesse alla diffusione dei progetti a carattere partecipativo e alle esperienze che si sono diffuse, in Italia in particolare durante il frangente pandemico, di spettatorialità online sembra necessario costruire nuovi paradigmi di ricerca che vadano a rispondere alle nuove questioni che si aprono intorno alla fruizione e partecipazione culturale, coinvolgendo anche nuove cornici metateoriche di riferimento, quali, come si vedrà a breve, quelle della mediatizzazione e piattaformaizzazione della cultura.

5. I pubblici connessi nei mediascapes contemporanei e il framework della mediatizzazione

Se nell’ambito degli studi sulle *audience* dello spettacolo dal vivo si parla di una svolta nel momento in cui iniziano a diffondersi le strategie di *audience development* ed *engagement*, nel campo dei *media studies* la svolta nelle ricerche sulle *audience* è segnata dalle ricerche di Jenkins sul fenomeno dei fan e sulla cultura partecipativa. Quello di cui tratta Jenkins (1992; 2006) non è tanto un cambiamento di ordine tecnologico quanto piuttosto di ordine culturale. Quello che emerge da questi studi, infatti, è il nuovo senso della posizione nella comunicazione da parte degli individui che non si riconoscono più in quanto oggetti ma come soggetti della comunicazione (Boccia Artieri 2012), il che significa che la cultura partecipativa porta i pubblici, e quindi le persone, a fruire di contenuti culturali facendo convergere tra loro differenti media, con la possibilità per i pubblici di remixare i contenuti per distribuirli in altre forme e formati, condividendoli su altre piattaforme. Di fronte a questo cambiamento sociale nel ruolo dei pubblici all’interno dei meccanismi di produzione, distribuzione e fruizione dei contenuti culturali, e nello specifico quelli *online*, accresce la riflessività sia nella connessione, cioè nell’osservarsi come spettatori di una comunicazione, che sulla connessione, cioè nell’interrogarsi sul senso della relazione con gli altri (ivi 2012). Tale specifica dei pubblici connessi (*networked publics*), di pensarsi cioè soggetti della fruizione, distribuzione e produzione di contenuti, ha innescato la diffusione di una nuova forma culturale che è pubblica e connessa, dove

forme di rappresentazione costruite professionalmente e dall'esterno (quelle *mainstream*) e forme di auto-rappresentazione (quelle veicolate dai media non *mainstream*) convivono, in cui i linguaggi di massa dai quali siamo costruiti come pubblici/consumatori entrano in risonanza con pratiche individuali e collettive (Boccia Artieri 2012, p. 102).

Queste ricerche sul ruolo sociale delle tecnologie di rete e sul diffondersi della socialità connessa (Jenkins 1992; 2006; Boccia Artieri 2012; Bentivegna, Boccia Artieri 2019) permettono di superare, negli studi sulle *audience*, la semplice dimensione della spettatorialità per esplorare le diverse forme di partecipazione culturale osservando quindi non solo la tipologia di consumo mediale ma il modo in cui i pubblici partecipano alla produzione di senso intorno ai prodotti mediali e come questi entrino nelle loro esistenze quotidiane (Bentivegna, Boccia Artieri 2019).

Questa condizione porta a

immaginare e rappresentare la nostra identità come vissuti comunicativi aperti alla permutazione e alla ricombinazione di testi, immagini, video e audio che si riarticolano in diverse tipologie di contenuti (dai memi, alle *stories*, agli *spaces* di Twitter o *room* in Clubhouse, ai podcast, allo streaming...), alla possibilità di assumere altre forme (pensiamo al proliferare di avatar nelle realtà di videogiochi e nelle piattaforme online) e cambiare quindi anche le nostre abitudini comunicative e relazionali (Boccia Artieri 2022, p. 449).

Se tale condizione comporta un cambiamento nella percezione del reale, e quindi nelle stesse abitudini comunicative e relazionali delle persone, sarà allora sempre più necessario osservare anche i pubblici dello spettacolo dal vivo dal punto di vista della diffusione e creazione di nuovi contenuti che si sviluppano dalla fruizione di uno spettacolo sia online che offline.

Tale processo di congiunzione tra online e offline nella fruizione delle arti performative era già in atto da tempo e con la pandemia si è solo accentuato andando a produrre ulteriori innovazioni nelle modalità di fruizione e creazione miste. Tale coinvolgimento dei corpi sia come spettatori sia come partecipanti della dimensione performativa *onlife* (Floridi 2018), rende sempre più necessario osservare il ruolo dei pubblici

dello spettacolo dal vivo all'interno dei dispositivi digitali perché come sottolineava già alcuni anni fa Andy Lavender in *Performance in the Twenty-First Century Theatres of Engagement* (2016):

Theatre has been exploded, and it has regathered. It is no longer what we knew, and it sustains its root in communal live encounter. Theatre has become more than itself, a compound of media (Lavender 2016, p. 9).

Per osservare tali trasformazioni strutturali legate al ruolo dei media nella società, e quindi nell'ambito del sistema spettacolo dal vivo, crediamo sia necessario adottare il *framework* della mediatizzazione (Krotz 2007; Hjarvard 2008; Boccia Artieri 2015; Hepp, Couldry 2017) e quindi spostarsi in quel campo di ricerca che analizza non solo il mutamento dei media (con l'avvento della stampa o con quello dei mass media o dei media digitali) ma gli effetti più ampi che tali processi hanno sulle diverse istituzioni sociali e sulle differenti pratiche della vita quotidiana. In quest'ottica i media vanno osservati non solo come «sistemi che forniscono il collegamento fra le altre istituzioni sociali, ma come parte del tessuto stesso di specifiche sfere sociali e culturali, quali la famiglia, la politica ecc.» (Boccia Artieri 2022, p. 444).

A partire da questa fase di mediatizzazione si possono osservare i cambiamenti profondi che si sono generati nell'ambiente socio-tecnologico in cui si inseriscono anche le pratiche di fruizione, produzione e distribuzione di prodotti culturali. Dalla cultura partecipativa ai contenuti generati dalle *audience*, dalla pervasività dei media alla condizione di connessione permanente (Boccia Artieri 2021), dalla continuità tra online e offline che distingue oggi le vite quotidiane alla co-dipendenza tra pubblico e privato, vicino e lontano: tali condizioni implicano un profondo cambiamento nella costruzione della vita collettiva che va ad incidere sui processi partecipativi, influenzando quindi anche quel dispositivo teatrale che fa della partecipazione uno dei campi di ricerca e creazione oggi più diffusi.

Da tempo gli studi sociologici e dei *media studies* si sono mossi con l'obiettivo di osservare l'ambiente delle *performing arts* come dimostrazione della mediatizzazione del sociale, e cioè osservando come logiche e immaginari mediatici modificano la costruzione sociale dei confini dell'evento teatrale (Gemini 2015). In questo ambito si adotta il *framework* della mediatizzazione in quanto

concetto che problematizza il mutamento tecnologico della comunicazione perché non ignora i fattori non mediali, non trascura l'*agency* dei soggetti ovvero le pratiche e le tattiche attivate per adattare le logiche mediali ai diversi contesti dell'esperienza (Gemini 2015, p. 219).

Non si tratta di una svolta di paradigma, ma di utilizzare la mediatizzazione come un «concetto guida utile per l'esplorazione empirica delle trasformazioni sociali che tenga conto di come si sia oggi intensificato il livello di saturazione mediale dell'interazione sociale» (Boccia Artieri 2015, p. 66).

In questo senso l'impiego del *framework* della mediatizzazione per l'analisi comporta almeno quattro indicazioni rispetto ai modi più comuni di concettualizzare il ruolo dei media rispetto alle performance teatrali. Primo, la mediatizzazione pone l'accento su come l'influenza dei media non si limiti al loro impiego materiale, ma anche all'impiego di formati, pratiche e protocolli sviluppati in altri ambiti mediali. Secondo, significa uscire dall'idea che si possa parlare di un'unica "media logic" (Altheide, Snow 1979), intesa come modo in cui gli artisti si rendono visibili per i media (Esner, Kistners 2018), per osservare invece una pluralità di *media logics*, non necessariamente legate all'acquisizione di un potenziale di circolazione nei media. Terzo, comporta osservare le logiche mediali non solo all'interno della messa in scena teatrale, ma anche a partire dal complesso delle routine produttive, distributive, archivistiche e promozionali degli artisti, le quali tendono sempre di più ad essere fra loro collegate senza necessariamente confondersi. Quarto, significa uscire da uno sguardo che predilige la logica dell'ibridazione e della scomparsa dei confini per osservare invece i media come elementi per la costruzione di nuove distinzioni categoriali (Boccia Artieri, Gemini 2019), ad esempio nella gestione di nuovi *relational boundaries* (Baym 2018).

5.1 Teatro e mediatizzazione

Il rapporto tra teatro e media digitali è uno degli ambiti di riflessione più fruttuosi negli studi sul teatro e sulla performance (Birringer 1998; Chapple, Kattenbelt 2006; Dixon 2007; Salter 2010) e ha una storia di lungo corso. Se da un lato, tale rapporto ha caratterizzato la ricerca della specificità teatrale nell'opposizione con i media, dall'altro lato la scena novecentesca si è caratterizzata come contesto di sviluppo delle arti multimediali, operando

in direzione di una progressiva assimilazione di formati e linguaggi medialità (Balzola, Monteverdi 2004; Gemini 2003). In questi studi da tempo si è messo in evidenza il ruolo modellizzante dei formati televisivi, del dispositivo cinematografico e video sulla forma teatrale e della danza, «fino a pervenire a quel mutamento di semantica che (ri)trova nella performance una categoria definitoria più complessa e adatta a comprendere la deriva evolutiva della forma teatrale» (Gemini 2015, p. 218).

Prospettive più recenti hanno messo in evidenza come la capacità di relazionarsi con altri media non sia solo una fase dello sviluppo storico del teatro, ma una componente costitutiva del teatro stesso: tali studi osservano il modo in cui il teatro incorpora e si adatta ad altri media, sia dal punto di vista dell'ipermedialità (Chapple, Kattenbelt 2006) che della mobilità mediale (Georgi 2014), consentendo agli spettacoli teatrali di funzionare come luoghi per osservare e riflettere sul funzionamento dei media stessi e sull'accoppiamento tra media e società (Gemini 2003).

Tale processo di mediatizzazione delle arti performative (Gemini, Brilli 2020; Gemini, Brilli, Giuliani 2020) osserva il rimodellamento dei confini spazio-temporali della performance, processo al centro degli studi sulla *liveness* (Auslander 1999, 2012; Reason 2004; Gemini 2016a), dei confini tra testi teatrali e paratesti (Conner 2013; Gemini, Brilli 2022) e dei confini della drammaturgia teatrale, affrontati dalla ricerca sulla transmedialità narrativa (Rosales e Montes 2016; Nawrot 2019; Gemini, Brilli 2020; Del Gaudio 2021) e nella diffusione di formati e frame (Gemini 2016b; Gemini 2018; Del Gaudio 2017, 2021).

Pertanto, il dialogo tra teatro e tecnologie digitali è al centro di una vasta letteratura, che si muove attorno a tre assi di ricerca principali quali quello della performance digitale, della digitalizzazione del teatro e della comunicazione digitale del teatro. Il primo ambito di questi studi si concentra sull'uso delle tecnologie digitali all'interno delle performance e su come esse arricchiscono il repertorio estetico teatrale nella creazione di realtà intermedie (Masura 2020), miste (Benford, Giannachi 2011) o cyber performance (Papagiannouli 2016), che utilizzano internet e i social media come spazi di creazione. Il secondo ambito è quello che analizza l'impatto dei media digitali sulla comunicazione delle arti performative. Questo gruppo di ricerca esplora come i social media abbiano cambiato il rapporto con il pubblico (Hadley 2017; Gemini, Brilli 2022) stabilendo nuove dinamiche di interazione con gli spettatori utili all'*audience development* (Walmsley 2019) ma che coinvolgono anche una quantità significativa di lavoro relazionale (Baym 2018). Una terza area di ricerca, quella che

riguarda la digitalizzazione del teatro, prende in esame l'uso dei canali digitali per la diffusione del teatro, come nel caso dell'*event cinema* e delle *livecasting* (AEA Consulting 2016; Sullivan 2020).

5.1.1 *La mediatizzazione della relazione teatrale: impatti e sfide del digitale sulla comunicazione, distribuzione e fruizione dello spettacolo dal vivo*

È in particolare nel mondo anglosassone che, da circa un decennio, si stanno diffondendo studi che affrontano dal punto di vista della mediatizzazione della relazione teatrale il dibattito sull'utilizzo dei social media nell'ambito delle *performing arts* per una possibile ridefinizione della relazione fra performer e pubblico (Ahmed 2011; Lonergan 2016; Hadley 2017) e sull'impatto che il digitale ha sulla distribuzione e fruizione dello spettacolo dal vivo.

Osservando la questione della relazione teatrale a partire dal processo di mediatizzazione Hadley (2017) in *Theatre, Social Media, and Meaning Making* osserva l'impatto dei social media nel campo teatrale in sei ambiti: 1) nell'uso dei social media nella costruzione di performance intermediali, 2) nella distribuzione degli spettacoli, 3) nell'*audience development*, 4) nella critica, 5) nelle possibilità di documentazione e archiviazione, e 6) negli aspetti performativi che riguardano l'uso quotidiano dei social media stessi. Lonergan (2016), invece, in *Theatre and Social Media* vede i social media

as a performance space where, in the context of theaters, performances are ex-tended and prolonged through digital re-performances of particular elements by audience members (Lonergan 2016, p. 76).

Hadley sottolinea anche l'importanza dell'influenza dei social media sulla cultura teatrale:

The uptake of social media is changing the way theater makers inform, educate, entertain or proselytise onstage. It is changing the way spectators perceive and interpret what they see onstage (Hadley 2017, p. 4).

Uno dei temi ancora poco esplorati dalla letteratura riguarda la presenza online quotidiana – più o meno orientata alla promozione – di artisti e compagnie. Lo sviluppo dei

social media comporta infatti, prima di tutto, una spinta verso un tipo di performatività che entra nelle narrazioni delle storie personali (Page 2012; Lavender 2016), così come nelle tecniche di gestione della visibilità e della celebrità (Marwick 2013). In linea con questo contesto di studi in *Live/Life Sharing The Use of Social Media by Contemporary Theatre Companies in Italy* (2022) Gemini e Brilli esplorano quale sia l'utilizzo che gli artisti italiani del teatro contemporaneo fanno dei social media, in particolare di Facebook. Dalla ricerca emerge con forza la volontà degli artisti di prendere le distanze da un intento puramente promozionale a favore di quella che i due studiosi definiscono «construction of the aura of the company» (Gemini, Brilli 2022, p. 174) intendendo con questo termine

the way in which the online presence is not just a way to promote performances, but to construct a continuous existence of the company, an aura, indeed, which makes the artistic identity persist even outside the ephemeral performance event (ivi, pp. 168-169).

Non emerge inoltre uno stile che si possa definire distintivo per il modo in cui il teatro contemporaneo è presente su Facebook ma ciò che caratterizza lo stare sui social degli artisti coinvolti nell'indagine è una modalità *presentazionale* piuttosto che *relazionale* ed interattiva con i loro pubblici.

A queste ricerche che analizzano il potenziale dei social media nel campo teatrale si aggiungono le ricerche che si concentrano sulla diffusione di nuove forme di distribuzione attraverso il broadcasting di concerti, spettacoli teatrali, di danza e operistici nei cinema (il cosiddetto *event cinema*) e tramite piattaforme digitali online. Questo fenomeno, che oggi conosce una vasta diffusione, è stato lanciato dal pioneristico concerto *Reality at Riverside* di David Bowie del 2003, e dalle produzioni in live streaming della Metropolitan Opera House di New York (2006) e del National Theatre inglese (2010). C'è ormai una vasta letteratura critica, accademica e giornalistica che si è occupata del ruolo del *live broadcasting* nel panorama delle arti performative, delle sue caratteristiche produttive, economiche, estetiche e tecnologiche. Da questo corpus di studi sta iniziando a emergere anche un bagaglio di conoscenze sul pubblico delle arti performative digitalmente mediate. Si tratta di un ambito ancora minoritario di ricerca, fortemente centrato sul mondo anglosassone (e sul Regno Unito in particolare), su grandi produzioni teatrali orientate all'*event cinema* piuttosto che alle piattaforme digitali, e sul teatro di prosa (in particolare quello shakespeariano) piuttosto che sulla danza e le performance contemporanee.

A differenza del panorama italiano dove le ricerche su questo fronte sono scarse e spesso bloccate intorno al dibattito teorico sulla legittimità o meno di queste forme d'arte, nella cultura artistica del Regno Unito questo dibattito è da tempo superato sia tra gli studiosi sia tra gli spettatori.

In *Understanding the impact of event cinema*, analisi promossa dall'Art Council of England nel 2015, emerge, infatti, come seguire l'*event cinema*:

[...] is considered a new art form in itself: an alternative way to experience performances that complements the original art form rather than competes with it. There is no evidence to suggest that film or theatre audiences are being displaced by event cinema; however, this could be due to a lack of data rather than there being clear evidence of no displacement effect. There is also no evidence that it is growing new audiences for live theatre performances, but there is an indication that it may inspire further attendance at event cinema screenings (Tuck, Abrahams 2015, p. 2).

Un tratto comune è proprio la tendenza a considerare le *performing arts* digitalmente trasmesse come forme autonome a cui è riconosciuta una propria capacità di costruire il senso dell'evento. Il pubblico stesso, abituato a queste forme di fruizione d'arte, nel momento in cui si trova a valutare ciò che ha visto, riflette sulla qualità artistica dell'esperienza e sul contenuto delle performance piuttosto che sull'esperienza mediale.

Diversi studi, soprattutto nel Regno Unito, già da tempo hanno rivolto l'attenzione sulle specificità di queste produzioni e sulle differenti modalità di ricezione. Uno studio recente di Sullivan (2020) revisiona i risultati emersi dalle precedenti ricerche sui pubblici dell'*event cinema* e delle performance online. Più precisamente attua un confronto fra la ricerca *Beyond Live: Digital innovation in the performing art* del 2010 e lo studio dell'Arts Council of England del 2016 *From Live-to-Digital: Understanding the Impact of Digital Developments in Theatre on Audiences, Production and Distribution*. Quest'ultimo in particolare rappresenta ad oggi uno degli studi sul pubblico del teatro digitale più ampi in termini di soggetti indagati (pubblici, produttori, distributori) e di metodologie impiegate (sia quantitative che qualitative). La ricerca prende in esame l'intero settore dello *streaming* teatrale inglese (*event cinema*, streaming sulle piattaforme digitali ma anche al broadcasting televisivo) guardando alle implicazioni del passaggio dall'evento teatrale dal vivo alla sua esistenza digitale. Come altre analisi rilevano, si evidenzia lo scarso impatto del consumo

digitale del teatro sulla frequentazione dal vivo: contro il diffuso timore che il teatro in *streaming* possa incidere negativamente sulla partecipazione teatrale tradizionale, i risultati della ricerca mostrano come il consumo digitale non sembra affatto diminuire né aumentare in maniera sostanziale la frequentazione. Risulta invece come fra gli spettatori digitali sia più alto il numero di frequentatori “forti” di teatro e, dato in linea con altre ricerche, come ci sia una forte continuità tra pubblico online e offline (London M.T.M. 2010; Walmsley 2016): il pubblico non guarda al teatro trasmesso digitalmente come a un sostituto dell’altro, ma come una modalità parallela e significativa in sé.

Un altro dato importante che emerge dalla ricerca del 2016 è che le barriere tecniche sono ancora un ostacolo decisivo per la fruizione domestica del teatro in *streaming*. Dallo studio emerge anche che mentre chi si occupa della produzione dei prodotti teatrali *online* ritiene che il carattere della simultaneità dell’evento sia un aspetto fondamentale per il pubblico questo al contrario considera i fattori pratici (flessibilità della fruizione, risparmio del tempo impiegato per lo spostamento, assenza di *sold out*) ed economici (risparmio sul costo del biglietto) motivazioni più importanti rispetto al fatto che la performance trasmessa sia temporalmente dal vivo. Questo dato emerge anche nella ricerca di Sullivan (2020) che sottolinea come la sempre minor rilevanza data dagli spettatori alla simultaneità rispetto al passato

seem to indicate that as digital broadcasts have become more familiar, and as opportunities for seeing them have extended beyond the originating performance moment, the draw of temporal liveness has gradually lessened (Sullivan 2020, pp. 98-99).

In questo studio si evidenzia, anche, come l’*event cinema* sia per il pubblico un’esperienza molto diversa rispetto allo *streaming* da casa e come si stiano lentamente modificando i comportamenti di consumo in questo campo. Non a caso emerge, come già anche nella ricerca del 2016 il teatro in *streaming*, al contrario dell’*event cinema*, attragga un pubblico tendenzialmente più giovane, meno abbiente e più etnicamente eterogeneo. Questa differenza, rileva ancora lo studio di Sullivan, non è data solo dal più alto costo economico dell’andare a teatro, ma soprattutto dalla spesa di tempo che questo comporta, permettendo allo spettatore di coniugare la fruizione con un numero più ampio di attività. Questo implica un tipo di visione più suscettibile alla distrazione e all’interruzione, ma anche più conciliabile con esigenze familiari e lavorative quindi più inclusiva. E l’auspicio dello studioso, in

conclusione all'analisi, è che i creatori si interrogano sempre di più su forme e formati inclusivi e coinvolgenti per le *streaming audience* poiché

what is lost in terms of concentrated absorption – a quality long prized as the ideal and most enriching response to the performing arts – may in some ways be gained through the creation of a more accessible, flexible, and interrogative form of theatre-going (ivi, p.94).

Analizzando l'uso delle piattaforme digitali per il coinvolgimento del pubblico della danza, Walmsley (2016) ha concluso però che se da una parte queste migliorano lo scambio critico tra gli spettatori, dall'altra tali piattaforme faticano a mantenere il coinvolgimento online nel tempo, soprattutto per i non spettatori.

Queste ricerche, infatti, emerse nell'ambito delle *performing arts* sull'impatto del digitale sulla comunicazione, distribuzione e fruizione dello spettacolo dal vivo hanno prodotto finora risultati contrastanti rispetto alla reale capacità di fare breccia nelle audience al di là del canone occidentale (O'Neill 2014) e delle reti consolidate degli appassionati (Walmsley 2019). Dal punto di vista dell'*audience development* un ulteriore tema che rientra in questo dibattito riguarda il potenziale democratizzante dei social media (Sant 2014) nel raggiungere pubblici altrimenti esclusi dall'orbita del teatro e nell'amplificare la gamma di dibattiti sviluppati all'interno del teatro al di fuori della stretta cerchia di appassionati o studiosi (Balme 2014). Tali ricerche, confermate anche dalle analisi¹⁰ emerse sui pubblici

¹⁰ Per maggiori approfondimenti si rimanda ai seguenti *report* di ricerca e all'analisi di queste e altre ricerche che verranno approfondite nel capitolo 3 di questa tesi:

Raines, K. (2020), *National Audience Research - After the Interval & Act 2*, Indigo Ltd, consultabile al sito:

<https://www.indigo-ltd.com/covid-19-after-the-interval-national-audience-survey>

Castelli, A. et al. (2020), *Caro spettatore, come stai?*, consultabile al sito: https://webzine.theatroudue-puntozero.it/wp-content/uploads/2020/07/caro-spettatore-come-stai_racconto-DEF.pdf

The Pattern Makers (2020), *COVID-19 Audience Outlook Monitor. Australia Snapshot Report: 8 July 2020*, consultabile al sito: <https://australiacouncil.gov.au/wp-content/uploads/2021/07/Audience-Outlook-Monitor-Snapshot-Report-Phase-2.pdf>

The Pattern Makers (2020), *COVID-19 Audience Outlook Monitor. Australia Snapshot Report: September 2020*, consultabile al sito: https://www.dlgsc.wa.gov.au/docs/default-source/culture-and-the-arts/research-hub/audience-outlook-monitor/audience-outlook-monitor---phase-3---australia-snapshot-report7aa3d82a839a4d35952b98826af80078.pdf?sfvrsn=29b6f0ab_15

AudienceView, Theatermania (2020), *The Patrons' Perspective: An Overview of the Impact of COVID-19 on the*

online durante la pandemia, raccolgono quindi risultati discordanti rispetto al reale potenziale nell'aprire dialoghi con nuovi pubblici e non sembra realisticamente realizzabile, almeno per ora, l'auspicata democratizzazione della cultura per mezzo della fruizione digitale. Come, infatti, dimostrano ancora gli studi emersi durante la crisi sanitaria (Radermecker 2021; The Audience Agency 2021; Walmsley *et al.* 2022), nonostante l'allargamento dei pubblici, i dati raccolti tra 2020 e 2021, in particolare nel Regno Unito, continuano a far emergere una forte disparità nell'accesso per alcune particolari categorie più fragili di pubblici.

6. Dalla mediatizzazione alla piattaformaizzazione della cultura

Un'ulteriore evoluzione del processo di mediatizzazione è quello definito dalla *platformization* del sociale (van Dijck, Poell, De Waal 2018; Poell, Nieborg, Duffy 2022) che ha visto diffondersi e crescere anche nel settore della produzione, distribuzione e fruizione culturale la centralità delle piattaforme online quale modello di business cardine dell'economia digitale. Se la piattaforma è

un'architettura digitale programmabile, progettata per organizzare interazioni tra utenti – non solo utilizzatori finali, ma anche imprese commerciali istituzioni pubbliche. È orientata alla raccolta sistematica, al trattamento algoritmico, alla circolazione e alla monetizzazione dei dati degli utenti (van Dijck, Poell, De Waal 2018, p. 27),

l'ecosistema, mosso e governato ad oggi dalle cinque piattaforme-infrastruttura¹¹, sulle quali si appoggiano le altre piattaforme e app, è «un assemblaggio di piattaforme interconnesse governate da un particolare insieme di meccanismi che modellano le pratiche quotidiane» (ibid.). Le piattaforme, secondo gli autori,

non causano una rivoluzione; piuttosto, stanno progressivamente infiltrando (e convergendo con) le istituzioni (*offline*, tradizionali) e le pratiche che strutturano sul piano

Behavior of Theater-goers, consultabile al sito: <https://www.audienceview.com/download/covid-impact-report-2020/>
Paschina, F. (2021), *La cultura attraverso l'innovazione digitale*, Executive Director Comunicazione e Immagine Intesa Sanpaolo.

¹¹ L'ecosistema occidentale è gestito da un ristretto numero di grandi aziende tecnologiche che gli autori definiscono le Big Five: Alphabet-Google, Apple, Meta-Facebook, Amazon, Microsoft.

organizzativo le società democratiche. È per questo che preferiamo il termine “platform society”, un’espressione che enfatizza l’inestricabile relazione tra le piattaforme on-line e le strutture sociali. Le piattaforme non riflettono il sociale: producono le strutture sociali nelle quali viviamo (ivi, p. 24).

Avere la capacità di produrre le strutture sociali nelle quali viviamo significa avere la capacità di regolare un vasto numero di interazioni sociali (acquisto di beni e servizi, mantenimento di relazioni familiari, amicali ed educative, produzione, distribuzione e fruizione di contenuti culturali) attraverso strumenti di disintermediazione che ricavano valore economico dalla datificazione dell’azione dei soggetti coinvolti, dalla mercificazione e dalla selezione dei contenuti da parte delle piattaforme¹². Come viene sottolineato in *Platform Society* (2018)

non si tratta di processi meramente tecnici ed economici; piuttosto intendiamo sottolineare il processo di modellamento reciproco che interessa la tecnologia, i modelli economici e gli utenti: se da un lato i meccanismi delle piattaforme filtrano e guidano le interazioni sociali, dall’altro gli utenti contribuiscono a definire gli esiti del processo (van Dijk, Poell, de Waal 2018, p. 28).

Lo sviluppo e la rapida diffusione delle piattaforme digitali sta profondamente riconfigurando la produzione culturale: piattaforme come YouTube, TikTok, Facebook, Instagram, per citarne solo alcune, non avranno sicuramente lo stesso impatto su tutti i settori dell’industria culturale ma, nel modificare le modalità di creazione, produzione, distribuzione e fruizione della maggior parte dei prodotti culturali, l’impatto che tali meccanismi hanno e avranno sulla società stessa andrà a modificare profondamente la relazione tra i pubblici e i prodotti culturali, irritata da tali cambiamenti. Come evidenziano Poel, Nieborg e Duffy (2022) le questioni sulle quali sta incidendo maggiormente la piattaformaizzazione sono quelle che riguardano le pratiche di lavoro nella creatività, che tendono ad essere sempre più precarie

¹² Tali processi di disintermediazione riguardano nello specifico la capacità delle piattaforme di: a) tradurre in dati caratteristiche e aspetti della realtà che non erano precedentemente quantificabili, b) trasformare contenuti ed emozioni in merci che possono essere scambiate all’interno e all’esterno delle piattaforme e c) attivare e filtrare l’attività dell’utente attraverso interfacce e algoritmi, mentre gli utenti interagendo con questi ambienti codificati, possono condizionare la visibilità e la disponibilità online di determinati contenuti, servizi o persone.

e instabili, e la mancata democratizzazione che ne deriva. Gli studiosi dei media, come sottolineano gli autori, denunciano

la profonda disparità del rapporto tra piattaforme e produttori culturali, soffermandosi soprattutto sul significativo aumento del valore di mercato delle piattaforme, in contrasto con la condizione fortemente precaria in cui permangono i produttori locali *platform-dependent* i quali, nel loro ruolo di complementari della piattaforma, possono sperimentare all'improvviso perdita di pubblico e reddito ogni qualvolta la piattaforma modifichi la cura e la monetizzazione dei contenuti (Poel, Nieborg, Duffy 2022, p. 48).

I confini tra produttori culturali e piattaforme, tra *creator* professionisti e amatoriali, tra creatività e (auto)promozione, tra visibilità e invisibilità sono sempre più sfumati. Ciò si è reso sempre più evidente a partire dagli anni Dieci del Duemila che hanno conosciuto una rivoluzione *data-driven* nella misurazione delle audience; tra le prime conseguenze di questa dinamica di *targeting* regolata dai dati e la conseguente personalizzazione dei contenuti sta generando una produzione culturale sempre meno rivolta alle masse e sempre più governata da nicchie di pubblici ben definite: si parla oggi non più di segmenti di pubblici individuati dalle industrie culturali secondo parametri socio-demografici ma piuttosto di *community di gusto* sempre meglio definite, che rischiano di influenzare anche le pratiche creative che si sono sviluppate in relazione a queste categorie di pubblici. Inoltre

tale richiesta di quantificazione all'interno delle industrie culturali segnala la pervasività di una logica metrica, come «la proliferazione di misure platform-based in tutti gli aspetti della produzione e distribuzione culturale. Ciò corrisponde a quella che Gillespie ha chiamato «logica algoritmica»: un orientamento che dipende dalle «scelte procedurali di una macchina progettata da autori umani per automatizzare alcuni proxy del giudizio umano o portare alla luce pattern attraverso le tracce social raccolte» (ivi, p. 284).

Nel campo artistico, come sottolineano precisamente Tota e De Feo (2020), gli algoritmi rappresentano «una nuova frontiera della formazione del gusto, dei canoni estetici e dell'identità sociale dei consumatori» (Tota, De Feo 2020, p. 234). Il potere delle culture algoritmiche (Roberge, Seyfert 2016) sta infatti nel profilare i gusti formandoli attraverso le scelte dei consumatori stessi:

On the one hand, in algorithmic cultures the subject is treated as a mere statistical entity, a branded subject. On the other, subjects are not entirely passive, but rather are actively engaged in the selection of information they see and how they are shaped by it; they partially curate what they are going to see (and perhaps buy) through their own behavior (ivi, p. 11).

La diffusione e pervasività di tali logiche algoritmiche, non solo nelle industrie culturali *platform-dependent* ma anche in quelle *platform-independent*¹³, ha implicato per i produttori culturali una domanda incessante di produzione di lavoro per guadagnarsi visibilità e ha aumentato senza precedenti l'instabilità e sfocatura di quei confini di cui si diceva sopra. L'impatto di queste dinamiche si può vedere chiaramente nell'industria musicale dove tali modifiche nell'ambiente digitale hanno influito sul rapporto tra i musicisti e i loro fan, che possono giungere, attivando precise strategie, a «plasmare le traiettorie dei musicisti pop per trasformarli in personaggi famosi» (ivi, p. 286) o all'opposto a fargli perdere la visibilità raggiunta. Ciò però non dipende come sottolineano gli autori solo dagli utenti ma da meccanismi ben più sofisticati e nascosti.

Come e da chi è regolata la visibilità di un produttore culturale? E di un'industria culturale rispetto a un'altra? Che tipo di contenuti culturali e creativi le piattaforme rendono accessibili o meno? Quali norme decretano la possibilità di visibilità di una forma espressiva rispetto ad un'altra? Quali tipi di contenuti diventano visibili e tracciabili, e perché? Quali sono le conseguenze della crescente dipendenza dalle piattaforme nella distribuzione dei contenuti culturali? Queste sono solo alcune delle domande che questi studi aprono. Non è un caso che alcune di queste questioni si siano aperte, in particolare in area anglosassone, anche nel contesto delle sperimentazioni digitali delle *performing arts* accelerate dalla diffusione della pandemia. Come alcuni ricercatori hanno evidenziato, se da una parte molte delle pratiche creative sperimentate dagli artisti sulle differenti piattaforme si sono distinte per il carattere emancipatorio di queste nuove forme di comunità nel teatro digitale, dall'altra non è ancora chiaro l'effetto democratizzante di questo *shift* nell'online (Padberg 2021). Gli spettacoli digitali spesso aprono nuove forme di accessibilità per molte persone e possono

¹³ Per fare alcuni esempi di industrie culturali *platform-independent* per le quali cioè la produzione, distribuzione e fruizione di contenuti non è totalmente spostata sulle piattaforme ci sono l'industria musicale, l'industria giornalistica.

quindi avere un effetto democratizzante sulla partecipazione culturale: come è emerso anche dai già citati studi sui pubblici durante la pandemia, nelle performance digitali persone che prima non sarebbero state in grado di partecipare per molteplici motivi legati a questioni economiche, a vincoli familiari o fisici, hanno avuto in quei mesi la possibilità di sperimentarsi tra un pubblico e in una comunità non legata a confini spaziali. Le performance digitali hanno il potenziale di creare nuove comunità di pubblico, a volte transnazionali, e quindi di creare nuovi luoghi di incontro e di condivisione, ma, oltre ai limiti d'accesso a internet che variano da paese a paese spesso negando la partecipazione, i limiti imposti dalla piattaforma dello spettacolo dal vivo sono altrettanto alti, come sottolinea Padberg (2021):

Even though, as in many discourses on digitalization, greater accessibility is linked to the promise of democratization, digital performances do not democratize the theatrical event itself. Rather, against the backdrop of the increasing commodification of digital spaces, theater makers must critically engage with the algorithms and functional logics that are the basis for the formation of communities in digital spaces. It is precisely the promise of equality within community in the digital sphere that must be questioned here, especially from the perspective of the audience. In many platforms, there is a large imbalance of power between users and providers, and even when we meet digitally in the theater as a community, the question still remains: Who has administrator rights? (Padberg 2021, p. 161).

Ciononostante, come sottolinea sempre Padberg, non va sottovalutato il potenziale politico di una maggiore accessibilità e della conseguente mobilità delle esperienze estetiche in un mondo sempre digitalmente connesso.

Queste riflessioni risultano fondamentali per comprendere il mutato contesto di fruizione, distribuzione e produttività nei media della spettatorialità contemporanea, anche per comprendere la progressiva sfocatura che si è delineata nel ruolo dei pubblici dello spettacolo dal vivo; risulta, inoltre, fondamentale per comprendere i vincoli e le possibilità che il trasferimento nell'online ha generato durante lo *shift* dettato dalla pandemia, oltre che per osservare tali mutamenti negli ambiti dello spettacolo dal vivo che già da tempo fanno uso delle piattaforme online per la comunicazione, distribuzione e la fruizione dei contenuti.

7. L'esperienza "aumentata" dei pubblici dello spettacolo dal vivo e il futuro delle ricerche

Se, come detto, è già da qualche decennio che nell'ambito dello spettacolo dal vivo e delle arti visive si assiste a un'attenzione sempre più alta verso i destinatari della cultura, è solo negli ultimi anni, e in particolare a seguito della crisi pandemica, che si iniziano ad aprire nuove questioni a partire dai luoghi, quali ad esempio teatri e musei, dove avvengono più spesso queste rilevazioni: sono questi i settori che mostrano il reale spaccato sociale che abita i contesti dove emergono le ricerche? Come si può intercettare nuovo pubblico se i contesti di analisi si restringono sempre intorno a determinati e specifici contesti di produzione e promozione artistica? Come si possono abbattere le barriere all'accesso per quei pubblici che non frequentano teatri, o musei, o istituzioni culturali e che non sono osservati dalle ricerche? A queste si sono aggiunte oggi ulteriori riflessioni innescate dal temporaneo trasferimento nell'online di pubblici, operatori e artisti: quali sono le implicazioni che questo *shift* ha generato nei meccanismi della fruizione culturale? Ha ancora senso osservare chi è il pubblico del teatro oggi intercettandolo solo all'uscita degli spettacoli o sono necessari nuovi contesti e nuove domande di ricerca?

In quest'ottica va fatta una riflessione più mirata sui pubblici e sulla partecipazione culturale a partire anche dalla prospettiva del *welfare* culturale (Ghiglione 2017; Manzoli, Paltrinieri 2021; Paltrinieri 2022a; Cicerchia 2022), per ragionare sia sul valore della cultura che sull'impatto che la cultura e le arti hanno

analizzandone sia il valore intrinseco, e quindi il contenuto artistico, sia il valore istituzionale, cioè il modo in cui gli enti e le organizzazioni si comportano quando attivano rapporti e relazioni con diversi *stakeholders* (portatori di interesse) e *assetholder* (portatori di risorse) contribuendo a rafforzare la crescita e la resilienza della comunità locale (Paltrinieri 2022b, p. 51).

Per fare ciò è necessario trovare nuove modalità di osservazione per le nuove forme e formati che attivano i pubblici, e quindi i cittadini, in risposta alla necessità di creare nuove modalità di fruizione degli spazi, pratiche di innovazione sociale che siano concepite come processi di cambiamento e di realizzazione di politiche più eque, sostenibili e inclusive, che

riportino al centro l'agency delle persone attraverso forme di inclusione, co-progettazione, co-creazione ed *empowerment* (Moralli 2022).

È necessario allora, per superare i limiti che fino ad ora le ricerche nel campo delle *audience* dello spettacolo dal vivo hanno evidenziato, primo fra tutte la loro frammentarietà e atomizzazione, far dialogare i molteplici campi di studio per affrontare in modo nuovo l'analisi del pubblico a partire anche dalla ricerca etnografica (Brown 2022) che consentirebbe di comprendere veramente non solo la dimensione sociale, culturale ed economica dei pubblici, ma piuttosto aiuterebbe a «understand how people construct value around arts, culture and creativity» (Brown 2022, p. 198). Come sottolinea ancora Brown (2022) il pubblico che viene più spesso preso in esame è quello che esce da uno spettacolo perché è quello che abitualmente desiderano conoscere i finanziatori di tali ricerche per avere dati da spendere nell'immediato e per questo ormai la metodologia ha trovato i suoi modelli efficaci di rilevazione; quello che manca è però uno schema per seguire la vita delle persone e capire il loro arco di coinvolgimento permanente con le arti, la sua infinita complessità e le sue idiosincrasie.

Se da una parte la questione del luogo per l'esperienza del pubblico viene esplorata dagli *audience studies* che osservano l'influenza del contesto nell'esperienza artistica del pubblico (Reason *et al.* 2022), dall'altra, come sottolinea sempre Brown (2022), il ruolo che i differenti contesti svolgono nel determinare l'esperienza di una performance non è ancora stato sufficientemente studiato dal sistema artistico che ha una comprensione sfumata di come il luogo influenza l'esperienza artistica del pubblico. La ricerca sui pubblici si dovrà concentrare allora anche su quegli spazi che oggi quotidianamente si abitano, come si è tentato di fare per il frangente pandemico, e come solo pochi stanno continuando a fare, quegli ambienti *online* che, come le ricerche durante la pandemia hanno dimostrato, possono anche fungere da luoghi più accessibili per la partecipazione culturale (Hadley 2021; Walmsley *et al.* 2022).

In linea con tale riflessione diventa necessario superare le prospettive teoriche che affrontano da un unico punto di vista l'esperienza del pubblico, esulando molti degli aspetti e dei livelli che la contraddistinguono: dall'interpretazione retrospettiva alla relazione sociale *onlife* (Floridi 2018), dalla profilazione alle attitudini spettatoriali per ognuno dei quali si applicano differenti metodi di ricerca che portano a differenti concettualizzazioni. Diventa necessario allora uscire dal limite imposto dalle cornici che separano le differenti discipline e

gli ambiti di ricerca, ma come sottolinea Martin Baker in una recente intervista con Matthew Reason:

we need a larger frame focusing on the nature of audiencing in the contemporary period. How do people bind, within their lives, involvement in many, many different kinds of audience encounters? Because being an audience member is one of the defining features of contemporary culture (Baker, Reason 2022, p. 482).

Come emerge dalla nuova riflessione che si sta aprendo nel settore anglosassone intorno all'*audience development* (Hadley 2021; Reason *et al.* 2022) se da una parte lo spettatore e il suo ruolo all'interno del paradigma della comunicazione teatrale è stato studiato e messo in discussione sia da parte degli artisti che dai ricercatori di vari ambiti disciplinari, dall'altra ciò che sembra mancare è una prospettiva che metta in connessione questa materia così eclettica e variegata con quei nuovi *framework* di ricerca, esplorati nei paragrafi precedenti, che gli studi sociologici e i *media studies* propongono già da tempo. Essere spettatori contraddistingue la cultura contemporanea e ciò implica una necessaria svolta nelle ricerche che porti all'intersezione comparata di più campi di studio per osservare la complessa fenomenologia dell'esperienza della spettatorialità che si modifica in risposta all'evolversi delle forme e dei luoghi della comunicazione, delle forme di rappresentazione artistica e degli atteggiamenti percettivi di cui sono espressione.

Capitolo 2

L'esperienza dello spettatore dal vivo: i pubblici delle Marche prima della pandemia¹⁴

1. Introduzione

Nel presente capitolo si affronterà il primo dei tre casi di studio che fanno parte di questa disamina, cioè la ricerca sulle *audience* dello spettacolo dal vivo marchigiano che risponde alla necessità da parte del Consorzio Marche Spettacolo di approfondire la conoscenza dei suoi pubblici, a partire dallo specifico contesto regionale, nelle pratiche di consumo e nei significati che assume l'esperienza spettatoriale. La ricerca si è strutturata su un triplice obiettivo: approfondire la conoscenza degli spettatori dello spettacolo dal vivo nelle Marche, analizzandone le caratteristiche socio-demografiche, la frequenza del consumo degli eventi dal vivo, le relazioni fra generi performativi, le attitudini degli spettatori e l'utilizzo delle fonti informative sugli eventi nelle Marche; fornire agli operatori strumenti per profilare il proprio pubblico attuale e potenziale al fine di sviluppare attente azioni di

¹⁴ Buona parte delle ricerche presentate in questo capitolo sono state presentate all'interno di un report e durante seminari e convegni. La prof.ssa Laura Gemini, oltre ad essere la relatrice di questa tesi di dottorato, e il dott. Stefano Brilli sono i responsabili scientifici del progetto di ricerca sui pubblici dello spettacolo dal vivo nelle Marche. La ricerca è stata realizzata nell'ambito del progetto *B.Art -Business & ART per la fertilizzazione di impresa nelle Marche*, coordinato dal Consorzio Marche Spettacolo e cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo – FESR 2014/2020 Regione Marche. L'iniziativa è stata svolta in collaborazione con il Centro LaRiCA - Osservatorio sui pubblici dello spettacolo dal vivo, Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI) dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo e il partner progettuale GGF Group al fine di conoscere preferenze, desideri e abitudini del pubblico dello spettacolo dal vivo delle Marche. I dati raccolti hanno preso la forma di un report realizzato da Laura Gemini, Stefano Brilli e Francesca Giuliani, con il supporto del partner grafico Rosso di Grana che ha realizzato anche tabelle e grafici presenti nei prossimi paragrafi di questo elaborato.

audience development ed engagement; arricchire la comprensione delle dinamiche di consumo culturale delle *performing art*.

Condurre un'indagine sociologica di questo tipo, che analizza il pubblico come un qualsiasi fenomeno culturale, implica un momento preliminare di analisi di contesto per avere un primo quadro che aiuti ad organizzare poi l'intero processo empirico, quindi obiettivi e metodologie, oltre che un percorso scientifico che dia fondatezza alla ricerca. A tal fine nei primi paragrafi si traccia una storiografia delle ricerche sulle *audience* delle *performing arts* emerse in Italia a partire dagli anni '50 del Novecento ad oggi. A partire da tale *review*, e prima di entrare nello specifico dell'analisi dei pubblici dello spettacolo dal vivo marchigiano, nel quarto paragrafo è presente una mappatura delle ricerche realizzate sul territorio marchigiano al fine di delineare le origini delle indagini emerse sul sistema dello spettacolo dal vivo regionale e sui suoi pubblici, così da comprenderne le sfide e gli obiettivi, oltre ai limiti metodologici incontrati.

Dopo aver inquadrato l'oggetto specifico di questa ricerca, dal quinto paragrafo in avanti ci si concentra sull'analisi dei pubblici delle *performing arts* marchigiane e, a partire dalle caratteristiche socio-demografiche e dai consumi culturali, ci si addentra nel rapporto tra capitale culturale, gusti e partecipazione culturale per osservare infine le attitudini dei pubblici verso gli spettacoli dal vivo che stanno alla base del lavoro dello spettatore (Gemini, Bartoletti, Brillì 2018) arrivando così a profilare sei modelli di spettatore-tipo, utili – nonostante i limiti che ha ogni classificazione del pubblico – per l'osservazione e per la progettazione di eventi inerenti allo spettacolo dal vivo.

2. Le origini degli studi sulle *audience* dello spettacolo dal vivo in Italia

La premessa teorica che fa da sfondo a questo capitolo, come evidenziato precedentemente, si colloca nel contesto teorico e di ricerca che intreccia gli studi sull'*audience development ed engagement* (Kawashima 2000; De Biase 2014; Bollo *et al.* 2017; Gemini, Paltrinieri 2018; Da Milano, Gariboldi 2019; Walmsley 2019; Reason *et al.* 2022) con quelli sui pubblici della cultura, che da anni si occupano di osservare l'esperienza di fruizione sia dal punto di vista dell'analisi della dimensione sociale, culturale, economica e dell'esperienza dei pubblici (Gemini, Russo 1997; Tota 1997; Gemini, Brillì 2018;

Bartoletti, Brilli, Gemini 2018) e sia dal punto di vista del lavoro dello spettatore in termini drammaturgici (De Marinis 1984).

Tramite delle ricerche empiriche, che trovano riscontro anche nelle teorie sulla ricezione letteraria di Schmidt (1973) e nella seminale indagine sui gusti e sui consumi culturali dei francesi nel dopoguerra di Bourdieu (1979), è stato attribuito a elementi distintivi quali il livello d'istruzione, il livello di reddito e il tipo di occupazione, il ruolo di importanti indicatori nello studio dello spettatore teatrale (Andreasen, Belk 1980). Su questi presupposti non specifici dell'atto ricettivo De Marinis ha formulato negli anni '80 la nozione di competenza teatrale nei termini di un «sistema di precondizioni ricettive» intendendo

l'insieme strutturato di tutti i fattori, cognitivi e non, che determinano il comportamento, cognitivo e non, dello spettatore a teatro, mettendolo in grado di eseguire le varie operazioni ricettive (percepire, interpretare, valutare, emozionarsi, memorizzare), di cui condizionano gli esiti (De Marinis 1984, p. 23).

Tra queste precondizioni ricettive Tota (2002) individua anche quella che definisce carriera estetica del fruitore, costituita dalla memoria del singolo e dall'insieme dei suoi ricorsi in relazione all'esperienza di consumo culturale.

È a partire dal seminale studio di De Marinis e Altieri (1985), che sposta l'attenzione dal concetto di pubblico a quello di spettatore aprendo la strada agli studi sulla ricezione teatrale intesa come un rapporto di comunicazione tra spettatore e spettacolo, che si assiste a un cambio di paradigma nell'analisi delle *audience* a seguito dell'abbandono delle metafore trasmissive a favore di quelle che considerano l'osservatore come produttore di esperienze, significati e prodotti (Gemini, Paltrinieri 2018). Dagli anni '90 in poi si è assistito al moltiplicarsi dalle analisi sui pubblici della cultura, e dello spettacolo dal vivo in particolare, a livello internazionale in seguito al diffondersi delle pratiche di *audience development* ed *engagement* che hanno spinto enti e organizzazioni culturali a conoscere in modo sempre più approfondito i propri pubblici per affrontare un mondo e un mercato culturale sempre più complesso.

François Matarasso (2004) delinea tre traiettorie storiche e di pensiero – la diffusione del concetto di “democratizzazione della cultura” (anni '50); l'intersezione tra il tema della partecipazione culturale e dello sviluppo economico e sociale (anni '90); lo sviluppo della

condizione partecipativa digitale (dai primi anni del 2000) – che hanno posto la centralità sul tema del pubblico e sul tema dell’accesso alla cultura, a seguito dell’evolversi dei paradigmi delle politiche culturali, che sono passati dall’idea della democratizzazione culturale (iniziata negli anni ’50 e ’60 con lo sviluppo delle politiche culturali in molti paesi democratici occidentali) all’evoluzione delle nozioni successive di democrazia culturale, sviluppo culturale e diversità culturale (Bonet, Négrier 2018). È in questo contesto che si diffondono quegli studi che dimostrano come l’accesso alla cultura (Matarasso 1997; Brown, Novak 2007) abbia ricadute positive sull’allargamento della cittadinanza (Belfiore, Bennett 2007), sulle dinamiche di rigenerazione urbana (Landry *et al.* 1996), sul benessere comunitario (Rossi Ghiglione 2017; Fancourt, Finn 2019) e sulla lotta alla marginalità sociale (Belfiore 2002; Kawashima 2006).

Questi sono alcuni dei tasselli fondamentali che contribuiranno a comporre quegli schemi interpretativi e valutativi che negli anni seguenti verranno impiegati per osservare, attraverso ricerche qualitative o quantitative, i pubblici dello spettacolo dal vivo e che ancor oggi fanno da sfondo a tali ricerche.

Nel contesto italiano degli studi sui pubblici delle *performing arts*, nonostante la carenza di sistematizzazione delle ricerche e di enti che studiano in maniera professionale e continuativa l’impatto delle politiche culturali, vi è ormai una buona mole di indagini sulle audience delle arti performative. A questi si aggiungono le ricerche svolte dagli Osservatori più attivi su alcuni territori regionali¹⁵ e le analisi specifiche condotte dalle diverse organizzazioni culturali che si impegnano a osservare i loro pubblici per formulare al meglio scelte strategiche e operative.

I primi studi sul pubblico dello spettacolo dal vivo in Italia risalgono agli anni Cinquanta del Novecento, periodo nel quale l’interesse per questo tipo di indagini inizia a prendere piede anche grazie all’influenza dei teatri stabili pubblici che denunciano la scarsità e omogeneità dei pubblici teatrali. Una delle prime ricerche che emerge in questo ambito è il contributo dello storico Lamberto Trezzini che in un articolo pubblicato nel 1957 sulla rivista *Il Ponte* denuncia la difficile situazione del periodo fin già nel titolo del contributo, *Un teatro senza pubblico*. Lo studio rileva che: l’attività di spettacolo tende a

¹⁵ In particolare, si fa riferimento agli Osservatori delle regioni Emilia-Romagna e Piemonte.

concentrarsi in due città principali, Roma e Milano; vi è la presenza di regioni senza neanche una rappresentazione (Valle d'Aosta, Trentino-Alto Adige, Basilicata) o con un numero molto limitato (Molise, Abruzzo); su una popolazione di 47 milioni di abitanti i biglietti venduti sono 1.700.000; i prezzi sono in costante aumento e lo spettacolo dal vivo è sempre più per le élite. Trezzini conclude affermando che la soluzione del problema è rintracciabile solo in un radicale cambiamento del sistema culturale.

Negli anni seguenti lo studioso Stefano Gorelli (1997) ricostruisce, all'interno di un articolo pubblicato nel *Rapporto sull'economia dello spettacolo dal vivo in Italia (1980-1990)*, l'andamento del pubblico. La progressiva diversificazione delle *audience* viene sintetizzata attorno ad alcune tappe cronologiche, che vengono distribuite nei quattro decenni che precedono gli anni '90: gli anni '50 mostrano una sensibile riduzione degli spettatori (50%); gli anni '60 si presentano come una fase di assestamento, con un leggero aumento della domanda ma un calo dell'offerta dovuta anche alla riduzione delle sale di spettacolo; gli anni '70 segnano l'epoca della diffusione delle pratiche performative attraverso l'animazione teatrale e il teatro ragazzi, il decentramento culturale e il teatro sociale e delle politiche di riduzione dei biglietti e di investimento nell'offerta culturale, che si propaga nella diffusione dei festival e degli eventi culturali estivi. È in questi anni che l'attenzione è riservata al sovvenzionamento di attività professionali e continuative, pubbliche e private, «intese ad aumentare la partecipazione di ogni ceto sociale alle manifestazioni teatrali di prosa in più vasti comprensori territoriali – con particolare riguardo alle zone dell'Italia meridionale ed insulare» (Trezzini 1997, p. 371). Concomitante alla crescita dell'offerta è il grande aumento della domanda, soprattutto per la musica leggera alla quale iniziano ad avvicinarsi le classi medio-basse; gli anni '80 segnano una fase di stagnazione della domanda. Continuano a esserci grandi differenze di offerta, e quindi di partecipazione, tra Nord, Centro e Sud. Nel *Rapporto* si sottolinea anche come:

Il fenomeno del mancato allargamento e rinnovamento del pubblico si deve anche ad altri fattori: alla politica degli abbonamenti, pur utile e opportuna per ragioni di economia aziendale, che tuttavia cristallizza le presenze agli spettacoli, e all'assenza di una coerente politica edilizia dagli anni Cinquanta ad oggi, talché lo spettacolo ha luogo prevalentemente in teatri storici del '700 o dell''800, con tutti i limiti tecnologici e di spazio che essi comportano (Trezzini 1997, p. 378).

Nelle conclusioni emerge come lo spettacolo sia un bene consumato da una fascia di popolazione di reddito elevato e come sia forte il pericolo di una differenziazione della domanda nella direzione del carattere elitario dello spettacolo, escludendo a priori chiunque abbia basso reddito. La soluzione rilevata sempre nel *Rapporto* è di spostare le risorse dal sostegno all'offerta al sostegno alla domanda. Gli anni '80 segnano comunque un momento di svolta sia per le politiche culturali che per la rinnovata attenzione ai pubblici della cultura; in particolare alla metà del decennio si assiste ad alcuni incrementi significativi dell'offerta dovuti all'avvento del Fondo Unico per lo Spettacolo e al conseguente iniziale aumento dei contributi. È in questi anni che si scorge però anche uno squilibrio sempre maggiore nella partecipazione culturale tra le diverse aree del paese: se le ricerche precedenti segnalavano una faglia tra domanda e offerta tra Nord, Centro e Sud del paese, negli anni più recenti il divario si origina soprattutto tra le città e le periferie.

Nonostante il fermento dell'offerta culturale, continua a protrarsi la scarsità, se non la diminuzione, della domanda: è in questo momento che si diffondono a macchia di leopardo degli studi sui pubblici della cultura – complici le politiche culturali di amministrazioni che in quegli anni promuovono l'accesso e la partecipazione culturali e la diffusione della necessità di monitorare e misurare l'andamento effettivo di tali politiche, attraverso anche la diffusione degli osservatori regionali dello spettacolo. Negli anni '90, segnati da una costante diminuzione della domanda nonostante la crescita dell'offerta culturale, si assiste a un interesse sempre maggiore dei teatri nel monitorare l'andamento dei pubblici per dotarsi di strategie innovative rivolte in particolare all'ingaggio delle giovani generazioni.

L'attenzione alle ricerche sul pubblico delle arti performative dal vivo emerge in modo particolare nel momento in cui i processi organizzativi delle istituzioni culturali danno la centralità alle strategie di *audience development* ed *engagement* (Kawashima 2000; De Biase 2014; Bollo *et al.* 2017; Gemini, Paltrinieri 2018; Lucchetti, Tota 2018; Da Milano, Gariboldi 2019; Walmsley 2019; Reason *et al.* 2022), facendo convergere gli studi in un vasto campo di ricerca multidisciplinare che intreccia l'economia, il marketing culturale, la sociologia della cultura.

3. Per un pubblico plurale: la diffusione degli studi sulle *audience* nei differenti ambiti delle *performing arts*

Nel momento in cui il pubblico teatrale, grazie anche alle profonde connessioni tra sociologia e teatro, viene sempre più analizzato e studiato come fenomeno culturale, le ricerche si sono interessate, specializzandosi, alla diversità dei teatri che operano nella cultura contemporanea e alle differenti tipologie di pubblico che attraggono.

È a partire dagli anni '90 che iniziano a proliferare le indagini che osservano non più un pubblico indifferenziato ma i pubblici dello spettacolo dal vivo (Makno 1992; Osservatorio dello spettacolo 2001; Crociata, Romano 2004) facendo emergere differenti profili di pubblico, che tendono a diversificarsi a seconda del genere di spettacolo osservato. Da questi dati emergono alcune delle caratteristiche socio-demografiche che ancora oggi si rilevano nelle analisi dei pubblici dello spettacolo dal vivo, ad eccezione della presenza prevalente dei giovani (15-34 anni), quali: la prevalenza del genere femminile per il teatro di prosa, dei profili di alta scolarizzazione, la prevalenza di redditi medio-alti e la differenziazione della domanda tra Nord, Centro e Sud. Tra i generi preferiti emergono la prosa classica, il musical e la commedia e per quanto riguarda i processi di scelta nell'acquisto maggiore influenza è data dal testo e dall'autore dell'opera e dal passaparola tra amici mentre il quotidiano è il primo mezzo di informazione.

Le analisi dei pubblici degli anni '90 evidenziano come rispetto ai decenni precedenti si siano diversificati e ampliati i consumi culturali degli italiani, influenzati anche da altre forme di intrattenimento.

Nel 1950 il teatro, la musica e il cinema rappresentavano il 77% della spesa di spettacolo degli italiani, mentre negli ultimi anni tale percentuale è scesa al 23%. Le altre forme di intrattenimento (televisione, radio, discoteca, videogiochi, ecc.), che nel 1950 non superavano il 17%, oggi costituiscono ben il 67% della spesa (Crociata, Romano 2004, p. 58).

Da queste ricerche emerge già come il profilo degli spettatori teatrali sia caratterizzato dalla "voracità" (Throsby 2001; Bortoletti *et al.* 2005) mostrando una propensione al consumo trasversale di prodotti culturali: dalla lettura al cinema, dalla radio alla televisione, dalla musica classica alla danza e ai musei.

Nei primi anni del 2000 viene pubblicata quella che ad oggi rimane l'analisi più estesa e approfondita sul pubblico del teatro in Italia a cura di Fabiana Sciarelli e Walter Tortorella. I dati sono raccolti dalla Fondazione Rosselli tra il 2001 e 2002 e la ricerca ha per oggetto il mercato servito e potenziale del teatro italiano. Oltre al profilo socio-demografico emerge un'attenta analisi del comportamento spettatoriale in rapporto ai consumi culturali e alla dieta mediale. Dai dati rispetto alla popolazione emerge che solo un quarto degli italiani frequenta le sale e la frequenza è molto saltuaria. Si conferma la minore partecipazione dei pubblici del Sud e in particolare emerge, rispetto alla frequenza d'acquisto, che il Nord Italia nel suo insieme mostra una maggiore attenzione alla continuità e alla abitudinarietà rispetto alle altre aree geografiche, avendo una maggiore propensione all'acquisto di abbonamenti teatrali. Come detto precedentemente si inizia a profilare una differenza di consumi e partecipazione tra città e periferia, una differenza direttamente influenzata dalla presenza di una minore e meno diversificata offerta nei centri più piccoli. Per quanto riguarda il profilo socio-culturale si confermano alcuni dati delle ricerche precedenti, ad eccezione di un progressivo invecchiamento dei pubblici. Un dato che ritorna anche nelle successive analisi è il fatto che il consumo teatrale si alimenta di altri consumi culturali affini: ad esempio, il consumo di concerti di musica classica appare strettamente correlato alla fruizione teatrale (Sciarelli, Tortorella 2004). Dalla ricerca emerge anche che gli eventi sportivi soddisfano un pubblico molto trasversale, ma non si evidenzia una correlazione tra quest'ultimo e il pubblico teatrale – dato che, come si vedrà in seguito, si discosta leggermente da quanto emerge dalle ricerche sul pubblico marchigiano (Brilli, Gemini, Giuliani 2021). Da queste prime analisi, che cercano quindi di indagare anche lo spettatore potenziale, emerge che tra i fattori principali che determinano una minor frequentazione ci sia l'inadeguatezza dei contenuti, il prezzo dei biglietti e la scarsa facilità nell'acquisto. In questo senso la progressiva diminuzione dei giovani è dovuta principalmente all'impossibilità di condividere «l'esperienza con altre persone appartenenti al proprio sistema di relazioni, rivendicano inoltre una maggiore aderenza dei temi trattati all'universo socio-culturale di appartenenza» (Taormina 2016, p. 173).

Andando alle analisi sul pubblico del teatro contemporaneo, la ricerca *Osservare il pubblico del contemporaneo* (Gemini, Brilli 2018) rappresenta ad oggi l'unica analisi empirica in Italia indirizzata a osservare la fisionomia di questo pubblico come segmento autonomo, prendendo in considerazione il processo di auto-osservazione dello spettatore, il

rapporto con i consumi culturali e la dieta mediale. Rispetto ai dati sul pubblico del teatro emersi fino a ora si può rilevare una prima grande differenza che emerge nei pubblici del teatro contemporaneo che risiede nella grande presenza di addetti del settore dello spettacolo (artisti, critici, studiosi, organizzatori). Altro dato interessante che emerge dalla ricerca è la presenza di spettatori che non si ritengono frequentatori di questo genere ma che ciononostante mostrano un forte interesse nella proposta, dato che mostra la parzialità del cliché che vede questo settore come nicchia circoscritta e che indica una pista sulla quale lavorare in termini di *engagement*. Questo pubblico è in prevalenza femminile e relativamente giovane di età: l'età media è 39,8 anni e le fasce d'età più rappresentate sono quelle 19-29 e 30-39, come nelle altre ricerche sul pubblico del teatro contemporaneo (Fondazione Fitzcarraldo 2013). Emergono alti livelli di istruzione e la maggior parte del pubblico è impiegata nel terziario e terziario avanzato, con una significativa presenza di impiegati e studenti. Infine, altro dato rilevante è che, oltre al passaparola e ai manifesti pubblicitari, i social media iniziano a emergere come importanti canali di comunicazione tra istituzioni culturali e i pubblici dello spettacolo; meno utili a fini informativi risultano televisione e radio.

Una conformazione simile di pubblico emerge dalle analisi dei pubblici della danza moderna e contemporanea (Tota 1997; Osservatorio Spettacolo dell'Emilia-Romagna 2008; Giannasca 2019). Queste ricerche, seppur diverse nella metodologia e negli obiettivi, rilevano un profilo abbastanza omogeneo degli spettatori: prevale molto di più rispetto alle altre forme di spettacolo dal vivo il genere femminile – aspetto che ritroviamo anche nei pubblici dello spettacolo dal vivo nelle Marche; inoltre, si evidenziano profili di alta scolarizzazione ed emerge la presenza cospicua di addetti ai lavori, oltre a liberi professionisti e pensionati. Questi pubblici non mostrano una spiccata predilezione per un genere particolare ma spaziano dalla danza alla musica pop/rock, al teatro contemporaneo e, in particolare, il pubblico del Festival TorinoDanza (Giannasca 2019) mostra una frequentazione maggiore di musei e cinema rispetto a quanto emerge dalle altre ricerche sui pubblici dello spettacolo coreutico. Rispetto alle altre analisi sui pubblici della danza quella di Giannasca delinea oltre all'inquadramento del profilo socio-demografico anche l'esperienza emotiva e cognitiva degli spettatori, indagando il livello di gradimento riferito alle proposte della programmazione. Dalle risposte emerge che condizioni determinanti nella valutazione di una performance sono soprattutto il gradimento e il coinvolgimento piuttosto che la comprensione in termini di significato di uno spettacolo o la sua rielaborazione critica. Ciò si discosta leggermente da

quanto rilevato dall'indagine simile di Tota (1997) sull'esperienza emotiva del pubblico dello spettacolo di Carolyn Carlson: qui, infatti, tra le aspettative del pubblico stavano sullo stesso livello di gradimento l'arricchimento intellettuale e spirituale con il piacere estetico, oltre a una buona dose di benessere psicologico e divertimento.

3.1 La diffusione di un nuovo contesto di analisi: i pubblici della lirica

Le ricerche sul pubblico della lirica necessitano di un approfondimento a parte, poiché dagli anni '80 in poi si sono prodotte numerose indagini in questo ambito dello spettacolo dal vivo a fronte del mancato rinnovo dei pubblici di questo specifico settore. Mettendo inoltre a confronto i dati relativi al periodo di rilevazione Siae che va dal 1936 al 2011 (Trezzini 1995; Santoro 2014) il calo tendenziale degli spettatori per singolo spettacolo è evidente soprattutto per l'opera lirica; dato rilevante è che questo calo è più accentuato proprio negli anni in cui è più alto il numero degli spettacoli e ciò segnala come all'aumento dell'offerta non corrisponda un simile aumento della domanda.

Le prime indagini che emergono sul pubblico della lirica sono quella del Teatro Regio di Torino (Conforti, Ercole 1999) e quella della Scala di Milano (Makno 1998). Queste ricerche si muovono da punti di osservazione diversi: la prima osserva l'impatto di alcune politiche di abbassamento dei prezzi e diversificazione della domanda mettendo a confronto i dati della fine degli anni '80 con i nuovi dati dei pubblici intercettati; la seconda descrive il profilo socio-culturale del pubblico della Scala e osserva anche l'immagine e la fama che il teatro ricopre per l'intero paese. Entrambe le ricerche descrivono una precisa fisionomia dei pubblici della lirica negli anni '90: emerge una frequenza maggiore del genere femminile e di un pubblico prevalentemente maturo e altamente scolarizzato; la provenienza è cittadina piuttosto che dalle zone periferiche e impiegati, dirigenti e pensionati sono le classi lavorative che prevalgono. È un pubblico che predilige l'opera lirica ma non disdegna la musica leggera e classica, il teatro di prosa e il balletto e che si caratterizza per consumi trasversali: dal cinema al museo, dalla lettura di quotidiani al consumo televisivo. Tra i processi che lo portano a scegliere l'opera da seguire prevalgono il nome del compositore, i cantanti e l'opera, oltre al piacere di recarsi a teatro, mentre il programma, i quotidiani e i manifesti sono i principali metodi che utilizza per informarsi.

Rispetto alla ricerca sul pubblico della Scala si evidenziano delle nette differenze tra l'indagine del 1997 e una ricerca successiva del 2016 dove emerge un processo di ringiovanimento e un forte ricambio del pubblico (si rileva un aumento del 20% del pubblico sotto i 44 anni che ha avviato un percorso di progressiva fidelizzazione al teatro). A questo dato si aggiunge anche la presenza dei bambini che partecipano agli spettacoli grazie a iniziative specifiche che incontrano un alto gradimento e l'apprezzamento per il moltiplicarsi delle occasioni di fruizione tramite la televisione, il cinema, la rete e l'utilizzo di spazi alternativi. In sintonia con quest'ultima ricerca, anche le altre più recenti indagini sui pubblici dell'opera evidenziano dati simili, nonostante la differenza dei contesti di riferimento delle indagini (Osservatorio Spettacolo Emilia-Romagna 2015; Alessandrini 2017; Bartoletti, Gemini, Brilli 2018). Come nelle precedenti, gli obiettivi che si pongono queste indagini sono sia di origine conoscitiva, rispetto al profilo socio-demografico e culturale del pubblico, sia di origine valutativa, per osservare quindi il gradimento rispetto all'offerta dell'ente committente e l'impatto di alcune delle azioni di *audience development* che i diversi enti teatrali hanno iniziato ad attivare negli anni. Anche in queste analisi prevale un pubblico femminile ad eccezione del pubblico del Rossini Opera Festival dove il genere più rappresentativo è quello maschile (Bartoletti, Gemini, Brilli 2018), prevale la presenza di anziani (over 60) e profili di alta scolarizzazione; tra i processi di scelta prevalgono ancora il compositore, i cantanti e l'opera, mentre tra i principali mezzi di informazione c'è il sito internet del festival/teatro. L'opera lirica si conferma un genere con una tendenza a dominare i gusti degli appassionati; seguono la musica classica e il teatro di prosa. A differenza degli spettatori del festival rossiniano, i pubblici del teatro di Roma e dei teatri dell'Emilia-Romagna mostrano un consumo culturale più differenziato: lo spettatore rossiniano viene definito invece come melomane vorace

[...] che investe tempo e risorse per questa sua passione. In questo senso il suo stile di consumo culturale è tutt'altro che onnivoro, tanto che si potrebbe quasi definire univoro: l'opera lirica occupa il vertice della sua gerarchia di gusti e scelte di spettatorialità. Infine, rileviamo anche dei tratti da filologo, laddove il suo interesse è, in primo luogo, rivolto all'incontro con l'opera originale e con il suo compositore piuttosto che all'innovazione della messa in scena (Bartoletti, Gemini, Brilli 2018, p. 26).

Queste analisi dimostrano come quel mondo della lirica, che ha già da tempo attivato attente strategie di *audience engagement* rivolte alle giovani generazioni, stia già osservando la presenza di pubblici nuovi e diversificati. Queste nuove formule di avvicinamento e ingaggio dei giovani e del non pubblico iniziano anche a essere sviluppate attraverso il digitale. In questo senso la pandemia, come si vedrà nel prossimo capitolo, ha accelerato un processo che già da queste ricerche emergeva come inevitabile: l'aprirsi cioè di un forte dialogo tra lo spettacolo dal vivo e il digitale per arrivare da una parte a chi non ha la possibilità economica di seguire questo tipo di rappresentazioni e dall'altra a tutto il mondo, incluse le nuove generazioni verso le quali è opportuno rivolgersi con una comunicazione che tiene conto delle loro preferenze e dei nuovi linguaggi.

3.2.1 pubblici della musica dal vivo tra vecchie e nuove forme di consumo

Nell'ultimo decennio l'interesse riguardo allo spettatore del settore musicale si è sempre di più ampliato ben oltre i pubblici dell'opera lirica in seguito a una progressiva diminuzione della domanda emersa soprattutto nel settore della musica cosiddetta "colta". Gli ultimi decenni hanno registrato un continuo calo delle presenze nelle sale da concerto, accompagnato da un progressivo invecchiamento delle platee. Il settore della musica soffre anche della mancanza, o della difficile reperibilità, di dati empirici dai quali muoversi per sviluppare strategie di ampliamento e diversificazione dei pubblici (Arenella, Segre 2019).

Fra le analisi svolte su questo specifico settore dello spettacolo dal vivo emergono l'indagine sul pubblico del Festival Torino Settembre Musica (Fondazione Fitzcarraldo 2004)¹⁶, l'indagine sul pubblico dei Festival dell'Estate Torinese (Fondazione Fitzcarraldo

¹⁶ «Il pubblico di Settembre Musica è stato studiato con attenzione da Fitzcarraldo nelle sue evoluzioni più significative con una prima indagine conoscitiva nel 1991 e due successive nel 2004 e 2005. Tali ricerche sono nate dall'esigenza della Città di Torino di conoscere i tanti pubblici del festival a fronte di un radicale processo di rinnovamento che ha dato vita ad una manifestazione vieppiù eterogenea, sfaccettata, non riconducibile soltanto alla "musica colta". In occasione della prima edizione di Mito, una nuova ricerca sul pubblico si presenta di estremo interesse perché consente di verificare in prima battuta se e quali implicazioni ha avuto il cambiamento di formula sul festival stesso, sull'utenza e sulle due città coinvolte. Obiettivo ulteriore dello studio è stato quello di verificare la percezione del nuovo cartellone e della nuova immagine del festival sui pubblici abituali, nonché la capacità di intercettare nuovi target di utenza» (Fondazione Fitzcarraldo 2008, p. 2).

2005), l'indagine sul pubblico della musica jazz in Emilia-Romagna (Osservatorio Spettacolo Emilia-Romagna 2008), le indagini sul pubblico del Festival MiTo (Fondazione Fitzcarraldo 2008; 2012)¹⁷, un'ampia indagine sul pubblico del Torino Jazz Festival (Fondazione Fitzcarraldo 2013) e un'indagine sul pubblico dell'Orchestra Filarmonica di Torino (Arenella, Segre 2019).

Dalle ricerche emergono profili di pubblico che tendono a somigliarsi tanto più sono analoghi i generi di riferimento. In particolare, la ricerca sul pubblico dell'Orchestra Filarmonica di Torino è stata svolta per valutare l'impatto di strategie di *audience engagement*, messe in atto negli anni precedenti alla rilevazione, per diversificare i pubblici della stagione della filarmonica, optando in particolare per l'ingaggio delle giovani generazioni. La ricerca da una parte cerca di valutare l'impatto della musica classica sulla vita culturale dei giovani intercettandone un campione rappresentativo tra gli universitari torinesi, dall'altra intercetta il pubblico attuale, incontrato durante la stagione 2017/2018, per osservarne i cambiamenti. L'indagine evidenzia un miglioramento nella diversificazione e nel rinnovamento dei pubblici, dato in linea con le ricerche sul pubblico di MiTo che fanno emergere, rispetto alle precedenti analisi sul Festival Settembre Musica, una progressiva rigenerazione del pubblico data da una programmazione più diversificata sui generi. Caso a parte è rappresentato dal pubblico intercettato nei Festival dell'estate torinese (Fondazione Fitzcarraldo 2005) dove emerge come il consumo della musica cosiddetta "extra-colta" (pop, rock, dance, elettronica, etno-word, cross-over, ecc.) sia fortemente influenzato dalla componente generazionale. Si tratta infatti di un pubblico di giovani e di giovani adulti (età media è di 29 anni), a prevalenza maschile (58%) come emerge solamente tra i pubblici del jazz, composto in prevalenza da impiegati e studenti e di provenienza cittadina. Altro dato interessante che emerge è come, rispetto a tutti gli altri settori dello spettacolo dal vivo, questa

¹⁷ La prima indagine del 2008 in occasione della prima edizione del festival vuole per primo valutare quali implicazioni ha avuto la nuova formula con le programmazioni su due città, Torino e Milano, osservando il cambiamento dell'utenza sulle due città coinvolte. Obiettivo ulteriore dello studio è quello di verificare la percezione del nuovo cartellone e della nuova immagine del festival sui pubblici abituali, e la capacità di intercettare nuovi target di utenza. L'indagine del 2012 vuole «raccontare e restituire la molteplicità di dimensioni, aspetti e ricadute derivanti dalla presenza di un festival, che nelle 6 edizioni realizzate a Torino e Milano, e grazie ai 34 anni di storia del Settembre Musica torinese, è diventato un riferimento artistico importante nel panorama festivaliero musicale italiano» (Fondazione Fitzcarraldo 2012, p. 4).

tipologia di manifestazioni musicali riescano a coinvolgere pubblici più allargati e diversificati rispetto a quei segmenti di consumatori culturali “forti” e stabilizzati. Ciò si dimostra dalla presenza cospicua di operai, superiori anche rispetto agli insegnanti, categoria lavorativa che solitamente è sovra-dimensionata. Emerge infine come tra i giovani le componenti socio-relazionali ed esperienziali connesse all’idea di partecipazione siano quelle che prevalgono nella scelta rispetto agli adulti dove a prevalere è l’artista o il genere – dato già sottolineato sia nelle prime ricerche sui pubblici del teatro che nella ricerca sui pubblici della musica classica di Arenella e Segre (2019).

4. Lo stato delle ricerche sullo spettacolo dal vivo e sui pubblici nelle Marche

A partire da tale review delle ricerche sui pubblici delle *performing arts* in Italia, tale studio osserverà il pubblico come fenomeno culturale analizzandolo nel contesto dello spettacolo dal vivo marchigiano, nelle pratiche degli artisti e nelle politiche culturali della Regione Marche. A tal fine si è reso così necessario disegnare anche una mappa delle ricerche emerse sul territorio marchigiano che andasse a delineare le origini delle ricerche emerse nelle Marche sul sistema dello spettacolo dal vivo regionale e sui suoi pubblici, così da comprendere le sfide e gli obiettivi che tali ricerche si prefiggevano e i limiti metodologici che incontravano.

In questo settore si evidenziano principalmente quattro studi¹⁸: *Il Teatro nelle Marche. Architettura, Scenografia e Spettacolo* (Battistelli et al. 1997); *Il bilancio sociale della cultura nella Regione Marche: strategie, risorse e vincoli nelle politiche di settore* (Righettini 2006); *Il bilancio sociale dello spettacolo dal vivo nelle Marche* (Righettini 2007); *Lo spettacolo dal vivo nelle Marche. I soggetti, gli eventi, i numeri, la storia* (AA.VV. 2012).

Dalle prime ricerche sul settore promosse dall’Osservatorio marchigiano dello spettacolo emergono sia cenni riguardanti l’evoluzione storica del settore dello spettacolo dal vivo marchigiano sia dati precisi sulla composizione del settore e sulla distribuzione dei luoghi e degli enti all’interno del territorio regionale. Nella Regione Marche sono stati censiti 850 siti destinati ad attività teatrali e di spettacolo più in generale: 63% teatri *piccoli* con meno

¹⁸ Si segnala una ricerca della Fondazione Fitzcarraldo sul pubblico del Teatro delle Muse di Ancona risalente al 2005 che non è stato possibile rintracciare.

di 300 posti, 31% teatri *medi* tra 300 e 600 posti e 7% teatri *grandi* con più di 600 posti (Righettini 2006). Dal secondo bilancio di Righettini (2007) emergono anche alcuni dati circa lo stato delle indagini sulla domanda di spettacolo dal vivo nelle Marche. Lo Stabile delle Marche, InTeatro, Teatro del Canguro, Teatro Pirata, Fondazione Pergolesi Spontini, Arena Sferisterio e il Comune di Fano (allora gestore del Teatro della Fortuna) dichiarano di avere svolto indagini sulle opinioni del pubblico, mentre AMAT, FORM, ROF, Teatro delle Muse dichiarano di non avere intrapreso specifiche attività di indagine sulla qualità e il gradimento dell'offerta teatrale.

Nelle conclusioni Righettini evidenzia, infine, quali sono le principali caratteristiche del settore dello spettacolo dal vivo marchigiano: i teatri marchigiani manifestano una duplice vocazione, di contenitori di spettacolo professionistico (prevalentemente di prosa) e di servizi culturali per le comunità locali più ad ampio raggio; le organizzazioni mostrano la difficoltà ad estendere nel corso dell'anno l'apertura dei teatri; c'è una tendenziale crescita delle rappresentazioni e della bigliettazione, come si registrava in quegli anni anche nel resto d'Italia; il teatro per ragazzi si presenta come un elemento molto caratterizzante del sistema marchigiano; è segnalata una maggiore vitalità del settore teatrale rispetto al settore di attività concertistiche; il sistema presenta lentezze e difficoltà nel progettare e implementare programmi o attività di promozione, sviluppo e innovazione tecnologica dei servizi teatrali; c'è la necessità di creare delle reti ma non è presente la stessa necessità su tutta la regione e potrebbero esserci discrepanze in futuro.

Da questi dati prende il via l'attento e scientifico lavoro di ricerca del 2012, promosso dall'Assessorato alla Cultura della Regione Marche, con la collaborazione dei responsabili della piattaforma nazionale ORMA¹⁹ e con il coordinamento del Consorzio Marche

¹⁹ Il Progetto Orma, nato nel 2007, vedeva la collaborazione di 19 enti tra regioni e province autonome, le quali, unitamente al Ministero per i Beni e le Attività Culturali, lo finanziavano. Sul piano operativo, in una logica di valorizzazione delle esperienze regionali più consolidate, l'attuazione del progetto è stata affidata a soggetti che già operavano da diversi anni nell'ambito degli Osservatori culturali: la Fondazione Fitzcarraldo di Torino, che si occupa della gestione dell'Osservatorio Culturale del Piemonte, la Fondazione ATER Formazione di Modena, che svolge funzioni analoghe per la Regione Emilia-Romagna, la società ECCOM Progetti di Roma, che collabora con l'Osservatorio nazionale dello Spettacolo. Il progetto nasceva dalle esigenze di conoscenza del settore dello spettacolo dal vivo e del cinema da parte delle amministrazioni regionali, in un periodo segnato da profonde trasformazioni istituzionali e organizzative nonché dal progressivo accrescimento del ruolo delle Regioni nel governo e nel sostegno del settore. Fu finanziato fino al 2012.

Spettacolo, *Lo spettacolo dal vivo nelle Marche. I soggetti, gli eventi, i numeri, la storia*. Il Censimento, «che rappresenta uno degli esempi più interessanti e autorevoli degli ultimi anni, per il rigore e le finalità perseguite, sul versante della ricerca applicata allo spettacolo» (Taormina in AA.VV 2012, p. 13), è nato dall'esigenza di definire e conoscere l'attività di produzione e distribuzione delle attività dello spettacolo dal vivo sul territorio marchigiano. È qui che si traccia un percorso storico dell'evoluzione della scena marchigiana, oltre al bilancio sociale ed economico relativo all'anno dell'indagine. Nelle note introduttive allo studio si ipotizza che il proseguimento della ricerca «potrebbe prevedere e focalizzarsi sulla richiesta, ovvero su una mappatura dettagliata del pubblico dello spettacolo dal vivo descritto nella sua identità e nei suoi comportamenti da fruitore» (Berardinelli e Silvi in AA.VV 2012, p.15).

A queste ricerche si aggiunge in anni più recenti, un bilancio sociale dello spettacolo dal vivo nelle Marche, sviluppato sempre dal Consorzio Marche Spettacolo con il supporto di AICCON²⁰. Tale analisi è fondamentale perché, nonostante sia stata pubblicata nel 2022, descrive l'andamento del settore marchigiano dello spettacolo dal vivo, osservando in particolare gli enti e le associazioni inerenti al Consorzio Marche Spettacolo, nel triennio 2017-2019. Dall'analisi emerge un quadro positivo rispetto al lavoro svolto dalle organizzazioni consorziate, in particolare nella capacità di generare valore per i territori sui quali operano e sulle comunità che li abitano. Si evidenzia anche una naturale disposizione degli enti e delle associazioni marchigiane nella creazione di contenuti specificamente diretti a fasce vulnerabili di popolazione, che per varietà e consistenza sembrano evidenziare un rilevante orientamento verso la prospettiva del *welfare* culturale (Ghiglione 2017; Manzoli, Paltrinieri 2021; Cicerchia 2022). In questa stessa direzione procede la scelta di svolgere attività artistiche anche in spazi non espressamente dedicati alla cultura, avendo come obiettivo la “comunitarizzazione” della proposta culturale ottenuta dislocando quest'ultima nei “luoghi della vita” e non solo della cultura.

²⁰ AICCON - Associazione Italiana per la Promozione della Cultura della Cooperazione e del Non Profit è il Centro Studi promosso dall'Università di Bologna, dall'Alleanza delle Cooperative Italiane e da numerose realtà, pubbliche e private, operanti nell'ambito dell'Economia Sociale, con sede presso la Scuola di Economia e Management di Forlì – Università di Bologna.

A partire da questa mappatura dei dati emersi sui pubblici dello spettacolo dal vivo e sul settore marchigiano delle *performing arts*, il caso di studio preso in esame, quale quello dei pubblici dello spettacolo dal vivo nelle Marche, è osservato dalle prospettive disciplinari della sociologia della cultura e dei consumi culturali e degli *audience studies* e *reception studies* che dimostrano come la dinamicità del profilo dello spettatore si modifica nel tempo in relazione alla sua storia di consumo..

5. I pubblici dello spettacolo dal vivo nelle Marche. Caso di studio

Partendo dal presupposto che gli ambiti artistici, e quello spettacolo dal vivo in particolare, richiedono di essere studiati attraverso i loro fruitori, l'ambito principale della ricerca va ricondotto al più ampio campo degli *audience* e *reception studies*. Facendosi allora carico della molteplice varietà degli eventi che si racchiudono sotto il termine spettacolo dal vivo e dei differenti pubblici che questi coinvolgono, la ricerca sui pubblici delle *performing arts* marchigiane si è posta come obiettivo quello di indagare le caratteristiche socio-demografiche, la frequenza del consumo degli eventi dal vivo, sia in generale che in riferimento a specifici eventi e stagioni e spettacoli, le relazioni fra generi performativi, le attitudini degli spettatori e l'utilizzo delle fonti informative sugli eventi nelle Marche. Per farlo, si è posto il problema di come affrontare un oggetto sfaccettato come quello dello spettacolo del vivo non perdendo di vista le peculiarità dei singoli generi, ma allo stesso tempo cercando di non sovra-rappresentare solo una porzione privilegiata fra questi. Per superare questo *impasse* metodologico si è scelto di adottare un approccio relazionale: laddove, infatti, uno dei principali problemi delle ricerche sulla cultura in Italia è la loro atomizzazione (Taormina 2011), in questo caso è stato posto al centro dell'analisi il rapporto fra diversi eventi (festival, stagioni, rassegne estive e invernali) e tipologie di spettacolo (teatro di prosa, teatro e danza contemporanei, balletto e opera lirica, concerti di musica classica, rock e contemporanea, dj-set e circo) in modo da indagare distanze, contiguità e possibili attraversamenti fra generi.

EVENTO	TIPO DI EVENTO	GENERE ²³	LUOGO	PERIODO	TOTALE PRESENZE	QUESTIONARI SOMMINISTRATI	QUESTIONARI RACCOLTI	CAMPIONE
ADRIATICO MEDITERRANEO	Festival estivo	Concerto leggera / rock / jazz	Ancona	agosto	309	90	79	25,6%
ANCONA JAZZ	Festival estivo	Concerto leggera / rock / jazz	Ancona	luglio	121	63	48	39,7%
ANTROPOLAROID	Stagione / rassegna	Teatro contemporaneo	Mondavio	febbraio	79	57	55	69,6%
APP	Festival estivo	Teatro contemporaneo	Ascoli Piceno	maggio	750	202	154	23,5%
BACAJA!	Festival estivo	Teatro contemporaneo	Senigallia	luglio	125	73	71	56,8%
BALLANTINI&PETROLINI	Stagione / rassegna	Spettacolo pop	Tolentino	febbraio	168	81	60	35,7%
CARMEN - ANTEPRIMA GIOVANI	Stagione / rassegna	Opera lirica	Fermo	febbraio	350	149	79	22,6%
CIVITANOVA DANZA	Festival estivo	Danza	Civitanova Marche	luglio	249	98	73	29,2%
COPPIA APERTA QUASI SPALANCATA	Stagione / rassegna	Prosa	Sant'Elpidio a Mare	gennaio	369	127	105	28,5%
DAINTE IN MUSICA - PATRIMONIO IN SCENA	Stagione / rassegna	Musica classica	Jesi	dicembre	25	15	15	60,0%
DON CHISCIOTTE	Stagione / rassegna	Teatro di prosa	Fano	dicembre	570	83	67	11,8%
EZIO BOSSO DIRIGE LA FORM	Stagione / rassegna	Musica classica	Pesaro	febbraio	707	135	104	14,7%
GODDESS. DIVINO MEDITERRANEO - PATRIMONIO IN SCENA	Stagione / rassegna	Teatro contemporaneo	Altidona	settembre	75	30	26	34,7%
GOSPEL VOICES FAMILY	Stagione / rassegna	Spettacolo pop	Urbino	gennaio	188	90	81	43,1%
GREASE	Stagione / rassegna	Spettacolo pop	Tolentino	novembre	347	157	120	34,6%
HANGARTFEST	Festival estivo	Danza	Pesaro	settembre	98	62	48	49,0%
IO, DON CHISCIOTTE	Stagione / rassegna	Danza	Pesaro	ottobre	496	142	85	17,1%
LA TERRAZZA	Stagione / rassegna	Musica classica	Ancona	luglio	107	53	50	46,7%
LAGO DEI CIGNI	Stagione / rassegna	Danza	Fabriano	dicembre	385	131	108	28,1%
L'ANIMA BUONA DI SEZUAN	Stagione / rassegna	Teatro di prosa	Ascoli Piceno	gennaio	444	110	102	23,0%
MACBETH - MACERATA OPERA FESTIVAL	Festival estivo	Opera lirica	Macerata	luglio	2445	255	176	7,2%
MISERIA E NOBILTA'	Stagione / rassegna	Teatro di prosa	Osimo	febbraio	264	89	51	19,3%
MONSIEUR IBRAHIM E I FIORI DEL CORANO - PATRIMONIO IN SCENA	Stagione / rassegna	Teatro di prosa	Macerata	novembre	40	28	28	70,0%
MUSICULTURA	Festival estivo	Concerto leggera / rock / jazz	Macerata	giugno	2013	75	59	2,9%
NEW EVO FESTIVAL	Festival estivo	Concerto leggera / rock / jazz	Offagna	luglio	512	90	36	7,0%
PERGOLESI SPONTINI FESTIVAL	Festival estivo	Concerto leggera / rock / jazz	Jesi	settembre	441	96	82	18,6%
QUARTA/REDAELLI	Stagione / rassegna	Musica classica	Macerata	dicembre	93	48	44	47,3%
SIBYLLARIUM	Festival estivo	Spettacolo pop	Acquasanta Terme	settembre	1000	50	42	4,2%
TAU	Stagione / rassegna	Teatro di prosa	Macerata	luglio	135	60	60	44,4%
VILLA IN VITA	Festival estivo	Concerto leggera / rock / jazz	Fermo	luglio	473	113	80	16,2%
VITRUVIO 3.0	Festival estivo	Musica classica	Fano	luglio	800	76	58	7,3%
TOTALE					13178	2928	2246	30,3%

Tabella 1 – Mappatura degli eventi Marchigiani in cui è stato somministrato il questionario

La ricerca si è svolta attraverso la somministrazione di questionari avvenuta in differenti rassegne, festival e stagioni presenti sul territorio per un totale di 31 eventi che si sono svolti tra maggio 2019 e febbraio 2020 (tab. 1). Gli eventi sono stati scelti in modo da garantire una giusta distribuzione territoriale fra le province del territorio marchigiano e la rappresentazione di diverse categorie di eventi, segmentati per tipologia di contesto e per genere della proposta. Nel complesso sono stati raccolti 2246 questionari validi. La ricerca si è interrotta bruscamente a causa del sopraggiungere della pandemia da Covid-19 che ha reso impossibile il proseguimento della raccolta dati. Si è ritenuta comunque soddisfacente la mole di dati raggiunta per portare a termine un'analisi che rappresentasse in maniera esaustiva i pubblici dello spettacolo dal vivo marchigiano.

5.1 Il profilo degli spettatori e delle spettatrici delle performing arts marchigiane

In linea con le caratteristiche dei pubblici dello spettacolo dal vivo emerse dalla *review* delle ricerche italiane, quello delle Marche è un pubblico prevalentemente femminile

(69,2%), ad eccezione dei fruitori dei concerti di musica classica o leggera. Come emerge anche dalle ricerche nell'ambito della danza contemporanea (Tota 1997; Osservatorio Spettacolo dell'Emilia-Romagna 2008; Giannasca 2019) anche tra i pubblici marchigiani della danza prevale molto di più, rispetto alle altre forme di spettacolo dal vivo, il genere femminile.

L'età media del campione è di 48 anni: danza e teatro contemporaneo sono gli eventi che presentano un'età media più bassa mentre l'età cresce per la prosa e la musica classica. Le fasce meno rappresentate sono quelle degli spettatori sotto i 29 e quelli sopra i 70 anni.

Emergono, in generale, alti livelli di istruzione ma osservando i profili del pubblico per tipologia di evento si osserva come il teatro contemporaneo e la prosa mostrino una presenza sopra la media di laureati, mentre tale percentuale si abbassa per gli spettacoli pop²¹ e per la danza non contemporanea. L'area della laurea è prevalentemente umanistica per quanto riguarda danza e teatro contemporaneo, mentre la presenza nettamente maggiore alla media di laureati in discipline scientifiche emerge tra gli spettatori dei concerti e degli spettacoli pop (tab. 2).

²¹ Per facilitare le analisi i differenti spettacoli in cui sono stati intercettati i pubblici sono stati raggruppati in 7 macro-gruppi: danza, teatro di prosa, teatro contemporaneo, musica classica, opera lirica, concerto leggera / rock / jazz e spettacolo pop. Quest'ultima locuzione è stata utilizzata per raccogliere eventi con uno spiccato carattere orientato alla leggerezza e all'intrattenimento, come un musical, *Grease* della Compagnia della Rancia, uno spettacolo comico che aveva per protagonista la personalità televisiva Dario Ballantini e un concerto natalizio, *Gospel Voice Family*.

		MEDIA	GENERE DELL'EVENTO							TIPOLOGIA DELL'EVENTO	
			CONCERTO LEGGERA / ROCK / JAZZ	DANZA	MUSICA CLASSICA	OPERA LIRICA	SPETTACOLO POP	TEATRO CONTEMPORANEO	TEATRO DI PROSA	FESTIVAL ESTIVI	STAGIONE / RASSEGNA
SESSO	Pubblico femminile	69,2%	62,7%	77,2%	62,9%	70,7%	68,4%	59,7%	79,9%	64,4%	73,2%
	Pubblico maschile	30,4%	36,2%	22,8%	37,1%	28,4%	31,6%	39,6%	20,1%	34,9%	26,7%
ETÀ	<25	7,8%	5,6%	10,5%	8,0%	17,4%	5,8%	4,0%	6,8%	6,3%	9,1%
	25-34	11,8%	14,2%	10,5%	7,7%	16,1%	10,2%	20,2%	6,2%	15,9%	8,4%
	35-44	19,1%	19,6%	21,4%	15,3%	13,6%	23,6%	31,6%	11,7%	24,7%	14,4%
	45-54	24,7%	25,7%	23,2%	20,3%	25,0%	27,3%	18,5%	29,5%	22,4%	26,7%
	55-64	21,0%	22,3%	25,0%	19,5%	13,6%	21,8%	16,2%	25,3%	19,3%	22,4%
	> 64	15,6%	12,6%	9,5%	29,1%	14,4%	11,3%	9,4%	20,5%	11,5%	19,1%
ATTUALE CONDIZIONE OCCUPAZIONALE / LAVORATIVA	Operai, artigiani, lavoratori domestici	9,7%	8,6%	9,2%	7,2%	7,8%	16,6%	8,9%	9,8%	9,4%	10,0%
	Lavoratori autonomi	16,2%	16,6%	17,9%	14,1%	17,7%	13,7%	20,3%	14,4%	18,7%	14,1%
	Dirigenti, professori, medici	7,8%	5,8%	10,1%	6,8%	7,8%	10,8%	6,9%	7,5%	7,5%	8,1%
	Disoccupati	2,6%	3,0%	2,3%	2,7%	3,0%	3,2%	3,4%	1,1%	3,4%	1,9%
	Impiegati	28,1%	36,2%	26,6%	27,0%	18,6%	30,7%	27,5%	26,8%	30,0%	26,6%
	Pensionati	15,2%	14,9%	12,8%	24,0%	13,0%	12,6%	10,3%	17,5%	12,6%	17,5%
	Studenti	8,4%	6,6%	10,6%	8,4%	17,7%	5,8%	6,9%	6,7%	7,1%	9,5%
ATTIVITÀ RIGUARDANTI LO SPETTACOLO DAL VIVO	Insegnanti	11,8%	8,3%	10,6%	9,9%	14,3%	6,5%	15,5%	16,2%	11,3%	12,3%
	Livello professionistico	6,1%	6,6%	10,9%	6,8%	8,2%	1,8%	10,4%	1,7%	8,7%	3,9%
	Livello amatoriale	17,3%	19,3%	14,5%	14,0%	18,8%	15,2%	28,6%	12,3%	20,6%	14,6%
TITOLO DI STUDIO	Nessuna attività	76,6%	74,0%	74,5%	79,2%	73,1%	83,0%	60,9%	86,0%	70,7%	81,6%
	Non laureato	42,7%	46,3%	40,7%	37,3%	38,2%	53,5%	34,5%	45,1%	41,1%	44,1%
	Laureato	41,4%	41,8%	41,2%	46,9%	40,4%	30,2%	44,6%	43,4%	41,3%	41,5%
	Titolo post-laurea	13,6%	10,7%	14,8%	11,5%	17,5%	14,9%	16,9%	11,3%	14,8%	12,5%
	Accademia/conservatorio	2,3%	1,1%	3,2%	4,2%	3,9%	1,5%	4,1%	,2%	2,7%	1,9%
AREA DELLA FORMAZIONE UNIVERSITARIA	Giuridica	9,7%	8,4%	4,2%	13,1%	12,3%	14,0%	9,5%	7,5%	8,6%	10,6%
	Sanitaria	8,9%	9,3%	12,5%	11,8%	6,5%	7,0%	10,5%	7,2%	9,8%	8,2%
	Tecnico-scientifica	28,0%	22,5%	32,5%	23,5%	31,6%	29,2%	27,4%	30,4%	26,7%	29,1%
	Umanistico-artistica	42,8%	49,8%	42,5%	39,2%	38,1%	37,4%	45,3%	43,3%	45,2%	40,7%
	Scienze sociali, psicologiche, economiche	10,6%	10,1%	8,3%	12,4%	11,6%	12,3%	7,4%	11,6%	9,8%	11,3%
AMPIEZZA COMUNE DI RESIDENZA	Fino a 10.000	20,6%	22,5%	18,4%	14,8%	16,7%	29,2%	30,4%	13,8%	21,2%	20,0%
	10.000 - 100.000	67,5%	49,7%	75,4%	68,0%	67,6%	65,5%	61,1%	82,5%	61,1%	72,9%
	Oltre 100.001	11,9%	27,8%	6,3%	17,2%	15,8%	5,2%	8,5%	3,6%	17,7%	7,1%

Tabella 2 – Caratteristiche socio-demografiche del pubblico rispetto al genere e alla tipologia dell'evento.

Guardando all'attività lavorativa, in prevalenza sono presenti impiegati (28,1%), pensionati (15,2%) e insegnanti (11,8%). Osservando il rapporto fra la presenza di spettatori che svolgono lavoro prevalentemente intellettuale (insegnanti, dirigenti, docenti universitari) e spettatori che svolgono lavoro prevalentemente manuale (operai, artigiani, operatori domestici), emerge una prevalenza marcata del primo gruppo negli eventi di teatro di prosa, mentre il secondo gruppo prevale negli spettacoli pop. Contrariamente a quanto ci raccontano le ricerche, specialmente quelle nell'ambito del teatro contemporaneo (Gemini, Brilli 2018) e della danza contemporanea (Tota 1997; Osservatorio Spettacolo dell'Emilia-Romagna 2008; Giannasca 2019), non emerge tra i pubblici marchigiani una forte presenza di professionisti del settore dello spettacolo dal vivo.

Infine, rispetto alla provenienza, è interessante notare come in prevalenza il pubblico delle Marche sia residente nella regione (90,8%) e i pochi che provengono da fuori si dividono in chi si è trovato per altri motivi in zona (58%) e in chi è arrivato appositamente per l'evento (42%), facendo emergere come lo spettacolo dal vivo possa essere un attivatore di turismo, andando ad ampliare le proposte culturali e di svago sul territorio.

5.2 Consumi culturali e dieta mediale: preferenze e frequentazione

La frequentazione dello spettacolo dal vivo non è una forma di consumo culturale esclusiva del pubblico delle Marche. Come emerge dal questionario il campione intercettato è culturalmente più attivo della media: negli ultimi 12 mesi dal momento della rilevazione solo il 6,8% non ha visitato nessuna mostra o museo contro il 70,5% della media marchigiana (Istat 2019); non sono mai andati al cinema il 9,5% dei rispondenti contro il 52,1% della media regionale; meno del 10% non ha mai letto un libro (o di saggistica o di narrativa) contro il 59,3% della media (tab. 3). Si tratta di un dato poco sorprendente date le circostanze di selezione del campione, il quale, come emerge dall'analisi delle caratteristiche socio-demografiche, possiede un elevato livello d'istruzione.

	MAI	MENO DI UNA VOLTA AL MESE	1-3 VOLTE AL MESE	UNA O PIÙ VOLTE A SETTIMANA
Ascoltare musica alla radio	9,7%	8,6%	15,3%	66,4%
Guardare un film a casa	5,7%	9,5%	24,9%	59,8%
Leggere un quotidiano	12,8%	15,0%	20,8%	51,3%
Guardare video su YouTube	18,4%	17,1%	19,2%	45,3%
Guardare programmi televisivi	17,7%	15,3%	21,9%	45,1%
Guardare serie televisive	22,4%	16,0%	19,1%	42,6%
Ascoltare programmi radiofonici non musicali	25,9%	18,0%	17,4%	38,7%
Condividere contenuti sui social network	38,9%	16,2%	14,7%	30,3%
Leggere un libro di narrativa	11,3%	28,7%	37,4%	22,6%
Andare al cinema	9,5%	36,5%	39,2%	14,8%
Leggere un libro di saggistica	33,8%	31,9%	22,3%	11,9%
Visitare musei, gallerie, mostre d'arte	6,8%	60,1%	30,9%	2,2%

Tabella 3- Frequenza delle attività di consumo culturale

Più significativo è invece il confronto fra queste attività e i tipi di pubblici intercettati: i frequentatori degli eventi di danza e teatro contemporaneo sono gli unici ad andare al cinema con una frequenza più alta del resto del campione; la lettura di saggistica appare più intensa in chi segue la musica classica, mentre la narrativa è letta in modo più frequente dal pubblico del teatro contemporaneo; il guardare la tv o i film a casa è l'attività svolta più frequentemente dal pubblico di spettacoli pop; alla radio ascolta più musica il pubblico della danza e più programmi radiofonici quello del teatro contemporaneo; il pubblico della prosa è quello che legge più frequentemente quotidiani, mentre fra il pubblico del teatro contemporaneo si trova il più alto utilizzo dei social media per condividere contenuti o per guardare video su

YouTube, e tale dato è in linea con la composizione tendenzialmente più giovane di questo tipo di pubblico (tab. 4).

	MEDIA	CONCERTO DI MUSICA LEGGERA / ROCK / JAZZ	DANZA	MUSICA CLASSICA	OPERA LIRICA	SPETTACOLO POP	TEATRO CONTEMPORANEO	TEATRO DI PROSA
Ascoltare musica alla radio	3,0	3,0	3,3	2,9	2,9	3,2	3,1	2,9
Guardare un film a casa	2,9	2,8	3,0	2,7	2,9	3,1	2,9	3,0
Leggere un quotidiano	2,5	2,4	2,4	2,6	2,5	2,5	2,6	2,7
Guardare video su YouTube	2,3	2,3	2,4	2,0	2,4	2,4	2,8	1,9
Guardare programmi televisivi	2,3	2,1	2,2	2,3	2,4	2,6	1,9	2,5
Guardare serie televisive	2,2	2,0	2,3	2,0	2,5	2,3	1,9	2,3
Ascoltare programmi radiofonici non musicali	2,0	2,1	2,0	1,9	1,8	1,9	2,3	1,9
Condividere contenuti sui social network	1,6	1,7	1,6	1,4	1,7	1,6	1,8	1,4
Leggere un libro di narrativa	1,8	1,7	1,7	1,8	1,9	1,3	2,2	1,8
Andare al cinema	1,6	1,5	1,7	1,5	1,5	1,5	1,7	1,6
Leggere un libro di saggistica	1,1	1,0	1,0	1,3	1,1	0,7	1,5	1,0
Visitare musei, gallerie, mostre d'arte	1,0	1,0	1,1	1,1	1,0	0,9	1,1	0,9

Tabella 4 – Indice frequentazione eventi dal vivo per frequenza delle attività di consumo culturale

Questi dati sui consumi culturali e sulla dieta mediale dei pubblici dello spettacolo dal vivo sono in linea anche con le ricerche emerse sui pubblici del teatro in Italia, attraversate nei precedenti paragrafi.

Rispetto invece alla tipologia di eventi dal vivo più frequentati emergono il teatro di prosa (70,8%), e le feste e sagre cittadine (75,4%), i concerti di musica classica (53,1%) e gli eventi sportivi (52,7%), mentre tra i meno frequentati il circo (80%), i dj-set (71,6%), il teatro ragazzi (68,9%), e i musical (55,3%) (fig. 1).

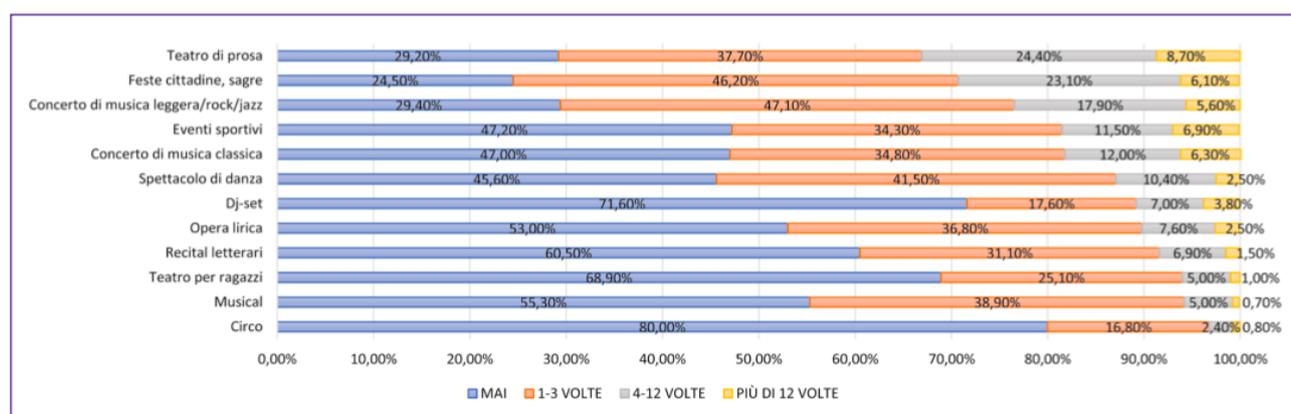


Figura 1 – Quante volte ha frequentato uno di questi eventi dal vivo?

Dall'analisi emerge, inoltre, che la frequentazione degli eventi è più forte all'interno del pubblico intercettato durante gli spettacoli di teatro contemporaneo, leggermente superiore tra il pubblico maschile e fra chi ha meno di 35 anni; il titolo di istruzione e

l'ampiezza del comune di residenza non sembrano in questo caso comportare delle differenze significative, mentre fra chi ha svolto o meno attività legate allo spettacolo dal vivo si nota una differenza rilevante. Il fatto che la disponibilità a partecipare a un numero elevato di spettacoli appaia più forte fra i più giovani ma non necessariamente fra i più colti può essere interpretato come conseguenza del numero minore di vincoli che gravano su questi. Lo stesso dato, tuttavia, può anche suggerire come gli stimoli a questo comportamento non vanno intesi esclusivamente all'interno delle motivazioni del consumo culturale, ma compresi in un campo più ampio di benefici che possono essere ricercati nella fruizione di eventi dal vivo.

Fra gli obiettivi principali della ricerca c'è anche quello di osservare le relazioni fra le tipologie di spettacoli dal vivo e per farlo si è svolta un'analisi delle correlazioni per rilevare quali coppie di eventi mostrassero la tendenza ad essere fruiti insieme. Le coppie di eventi che i pubblici sembrano seguire con più costanza congiuntamente sono: l'opera lirica e la musica classica, il teatro ragazzi e il circo, i concerti di musica leggera/rock/jazz e i dj-set, gli eventi sportivi e le feste e sagre cittadine (tab. 5).

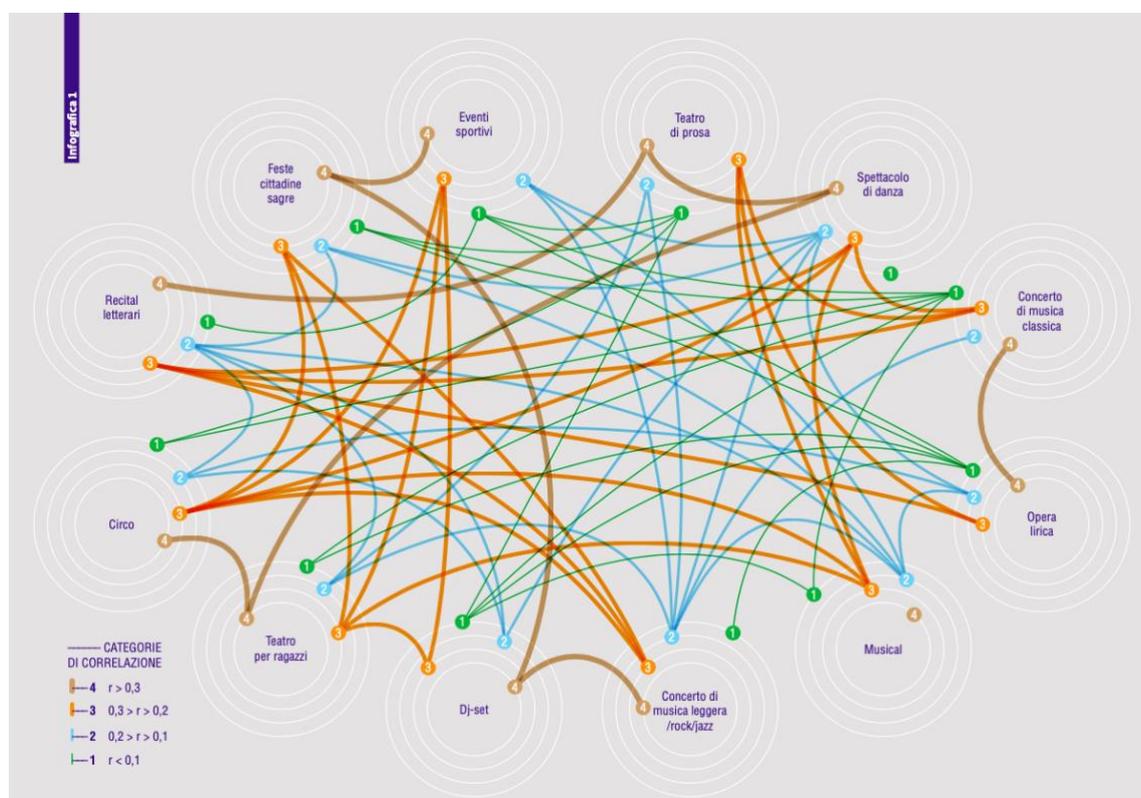
	GRUPPI DI EVENTI EMERSI			
<i>GRUPPO PIÙ RICORRENTE</i>	Teatro di prosa	Spettacolo di danza	Concerto di musica leggera / rock / jazz	
<i>2° GRUPPO EMERSO</i>	Teatro di prosa	Concerto di musica classica	Opera lirica	
<i>3° GRUPPO EMERSO</i>	Concerto di musica leggera / rock / jazz	Dj-set	Feste cittadine, sagre	Eventi sportivi

Tabella 5 – Famiglie di spettacoli emerse dall'analisi fattoriale

Oltre all'esame delle relazioni fra coppie di eventi, è stata svolta un'analisi fattoriale per far affiorare l'eventuale presenza di gruppi di eventi più numerosi di due unità che vengono fruiti assieme: il primo gruppo più ricorrente è quello che vede la combinazione di teatro di prosa, danza e concerti di musica leggera/rock/jazz; il secondo gruppo, che si può definire più "classico" è formato da spettacoli di prosa, concerti di musica classica e spettacoli di opera lirica. Il terzo gruppo emerso appare invece come quello più legato a un comportamento giovanile e di svago e comprende concerti di musica leggera/rock/jazz, dj set, feste cittadine/sagre ed eventi sportivi (infografica 1, tab. 6).

	TEATRO DI PROSA	SPETTACOLO DI DANZA	CONCERTO MUSICA CLASSICA	OPERA LIRICA	MUSICAL	CONCERTO MUSICA LEGGERA / ROCK / JAZZ	DJ-SET	TEATRO PER RAGAZZI	CIRCO	RECITAL LETTERARI	FESTE CITTADINE SAGRE	EVENTI SPORTIVI
TEATRO DI PROSA	1											
SPETTACOLO DI DANZA	0,3211	1										
CONCERTO DI MUSICA CLASSICA	0,2360	0,2151	1									
OPERA LIRICA	0,2512	0,1685	0,4672	1								
MUSICAL	0,2679	0,2845	0,0952	0,1945	1							
CONCERTO DI MUSICA LEGGERA / ROCK / JAZZ	0,1305	0,1912	0,1604	0,0669	0,1283	1						
DJ-SET	-0,0395	0,1666	-0,0796	-0,0410	0,0298	0,3833	1					
TEATRO PER RAGAZZI	0,1343	0,3008	0,0250	0,0998	0,2269	0,1717	0,2023	1				
CIRCO	0,0523	0,2687	0,0466	0,1009	0,2042	0,2143	0,1806	0,3987	1			
RECITAL LETTERARI	0,3053	0,2042	0,2304	0,2171	0,1203	0,2536	0,1070	0,1859	0,1155	1		
FESTE CITTADINE SAGRE	-0,0187	0,1307	-0,0538	0,0197	0,1932	0,2484	0,3271	0,2421	0,2779	0,1181	1	
EVENTI SPORTIVI	-0,0345	0,1198	-0,0446	0,0190	0,1577	0,1847	0,2140	0,2421	0,2339	0,0470	0,4093	1

Tabella 6 – Tavola di correlazione tra eventi dal vivo



Infografica 1 – Mappa delle relazioni tra differenti tipologie di eventi dal vivo

Si sono, infine, analizzate le preferenze rispetto sia ai generi musicali che a quelli teatrali mettendo in correlazione le differenti espressioni performative per rilevare quali sono le più contigue e quali invece le più distanti nelle preferenze degli spettatori. Nello specifico veniva fornita una lista di 12 generi per entrambe le espressioni performative e si chiedeva di esprimere un massimo di tre preferenze. Osservando in primo luogo l'ambito dei generi musicali emerge come nel campione complessivo abbiano incontrato maggiori preferenze la

musica leggera/pop (51,9%), il jazz/blues (44,8%) e la musica sinfonica (40,1%). Fra i meno preferiti la musica d'avanguardia (9,4%), i concerti bandistici (8,8%) e la rap/trap (4,5%).

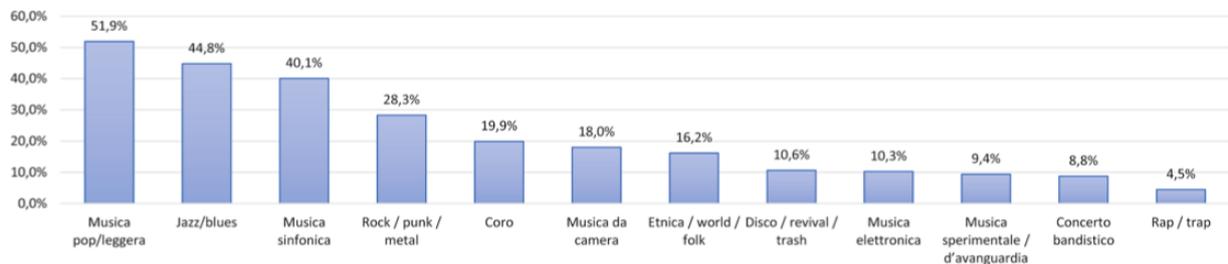


Figura 2 – Le preferenze rispetto ai generi musicali

Le coppie di risposte più frequenti (tab. 7) sono state nell'ordine: 1) pop/leggera + jazz/blues, 2) pop/leggera + rock/punk/metal e 3) pop/leggera + musica sinfonica. Le triple più ricorrenti sono invece 1) pop/leggera + jazz/blues + rock/punk/metal, 2) pop/leggera + jazz/blues + musica sinfonica, 3) pop/leggera + jazz/blues + etnica/world/folk.

NUMERO RISPOSTE	GRUPPO 1	GRUPPO 2	GRUPPO 3
1	Concerto di musica pop/leggera	Concerto jazz/blues	Concerto di musica sinfonica
2	Concerto di musica pop/leggera Concerto jazz/blues	Concerto di musica pop/leggera Concerto rock/punk/metal	Concerto di musica pop/leggera Concerto di musica sinfonica
3	Concerto di musica pop/leggera Concerto jazz/blues - Concerto rock/punk/metal	Concerto di musica pop/leggera Concerto jazz/blues - Concerto di musica sinfonica	Concerto rock/punk/metal - Concerto jazz/blues Concerto di etnica/world/folk

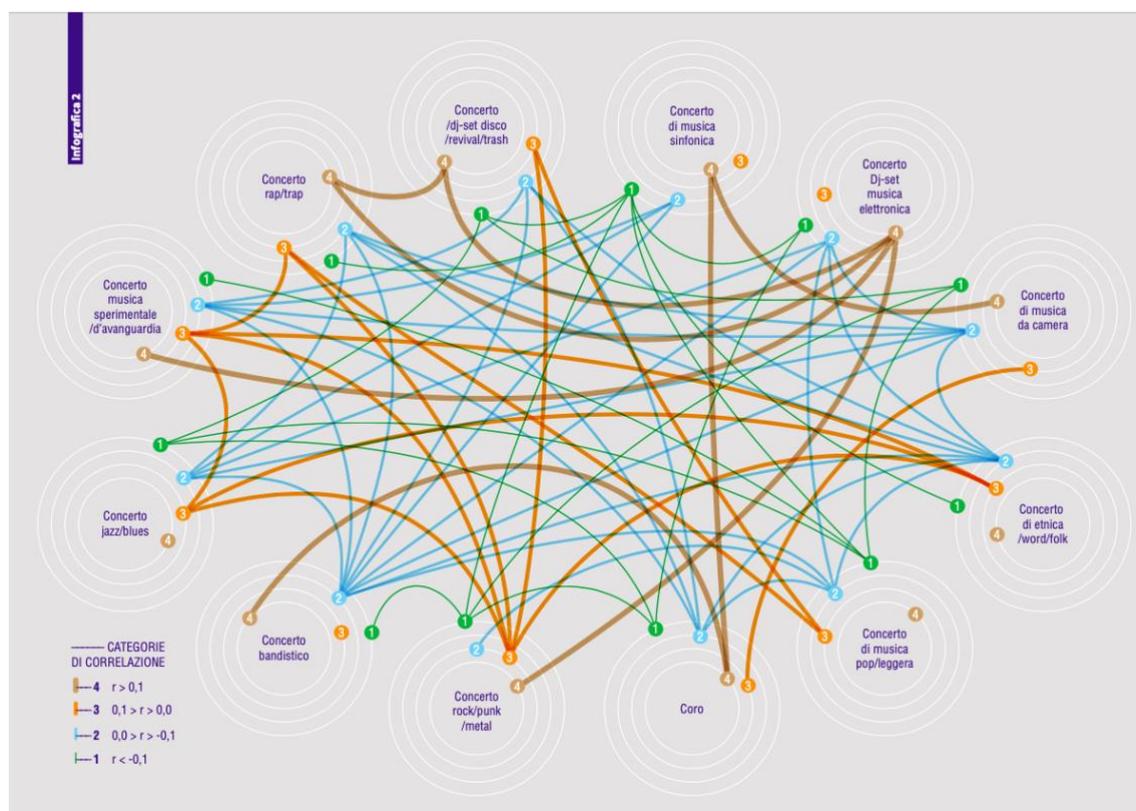
Tabella 7 – Preferenze più ricorrenti tra generi musicali

Per quanto riguarda il settore della musica, accanto alle coppie più prevedibili come la musica sinfonica e da camera, emergono anche altre vicinanze di particolare interesse. Si nota come la musica elettronica riesca ad agganciarsi a un vasto numero di generi fra loro distanti, come la musica d'avanguardia e la musica disco/revival/trash. Un comportamento simile, seppure meno forte, si riscontra nel caso del rock. Il jazz/blues sembra invece il più capace di connettere generi tradizionali e generi moderni (tab. 8).

	CONCERTO DI MUSICA SINFONICA	CONCERTO DJ-SET DI MUSICA ELETTRONICA	CONCERTO MUSICA DA CAMERA	CONCERTO ETNICA / WORLD / FOLK	CONCERTO MUSICA POP / LEGGERA	CORO	CONCERTO ROCK PUNK / METAL	CONCERTO BANDISTICO	CONCERTO JAZZ / BLUES	CONCERTO MUSICA D'AVANGUARDIA	CONCERTO RAP / TRAP	CONCERTO DJ-SET DISCO / REVIVAL / TRASH
CONCERTO DI MUSICA SINFONICA	1											
CONCERTO/DJ-SET DI MUSICA ELETTRONICA	-0,128	1										
CONCERTO DI MUSICA DA CAMERA	0,301	-0,081	1									
CONCERTO DI ETNICA/WORLD/FOLK	-0,113	-0,006	-0,066	1								
CONCERTO DI MUSICA POP/LEGGERA	-0,236	-0,096	-0,203	-0,082	1							
CORO	0,111	-0,115	0,025	-0,093	-0,098	1						
CONCERTO ROCK/PUNK/METAL	-0,190	0,132	-0,164	0,005	-0,045	-0,214	1					
CONCERTO BANDISTICO	-0,009	-0,065	-0,030	-0,054	-0,036	0,106	-0,112	1				
CONCERTO JAZZ/BLUES	-0,017	-0,065	-0,062	0,023	-0,101	-0,175	0,010	-0,082	1			
CONCERTO DI MUSICA D'AVANGUARDIA	-0,076	0,104	-0,010	0,056	-0,173	-0,044	0,047	-0,070	0,013	1		
CONCERTO RAP/TRAP	-0,109	0,103	-0,065	-0,039	0,001	-0,078	0,019	-0,027	-0,061	0,045	1	
CONCERTO/DJ-SET DISCO / REVIVAL/TRASH	-0,176	0,110	-0,112	-0,048	0,032	-0,083	0,030	-0,058	-0,105	-0,013	0,113	1

Tabella 8 – Grado di correlazione fra generi musicali preferiti

Per osservare, invece, i rapporti fra tutti i generi e non solo fra le risposte più frequenti, si è prodotta una mappa a partire dall'analisi delle correlazioni fra generi con l'intento di mostrare quali espressioni performative fossero maggiormente contigue e quali invece più distanti nelle preferenze degli spettatori (infografica 2).



Infografica 2 – Mappa delle correlazioni fra generi musicali

Per quanto riguarda l'ambito del teatro, fra i generi teatrali preferiti ci sono il teatro di prosa (61,9%), l'opera lirica (37,1%) e il musical (36,1%) (fig. 3). Fra i meno prediletti emergono l'operetta (8,9%), il teatro ragazzi (7,5%) e il circo (6,9%).

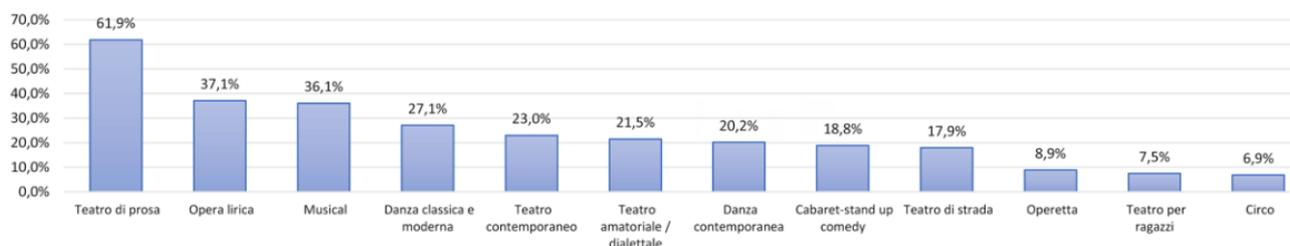


Figura 3 – Le preferenze rispetto ai generi teatrali

Le coppie di risposte più frequenti (tab. 9) sono state nell'ordine 1) prosa + opera lirica, 2) prosa + musical e 3) prosa + teatro contemporaneo. Le triple più ricorrenti sono invece 1) prosa + opera lirica + musical, 2) prosa + opera lirica + danza classica, 3) prosa + teatro amatoriale + musical.

NUMERO RISPOSTE	GRUPPO 1	GRUPPO 2	GRUPPO 3
1	Teatro di prosa	Opera lirica	Musical
2	Teatro di prosa Opera lirica	Teatro di prosa Musical	Teatro di prosa Teatro contemporaneo e di ricerca
3	Teatro di prosa Opera lirica Musical	Teatro di prosa Opera lirica Danza classica	Teatro di prosa Teatro amatoriale Musical

Tabella 9 - Preferenze più ricorrenti tra generi teatrali

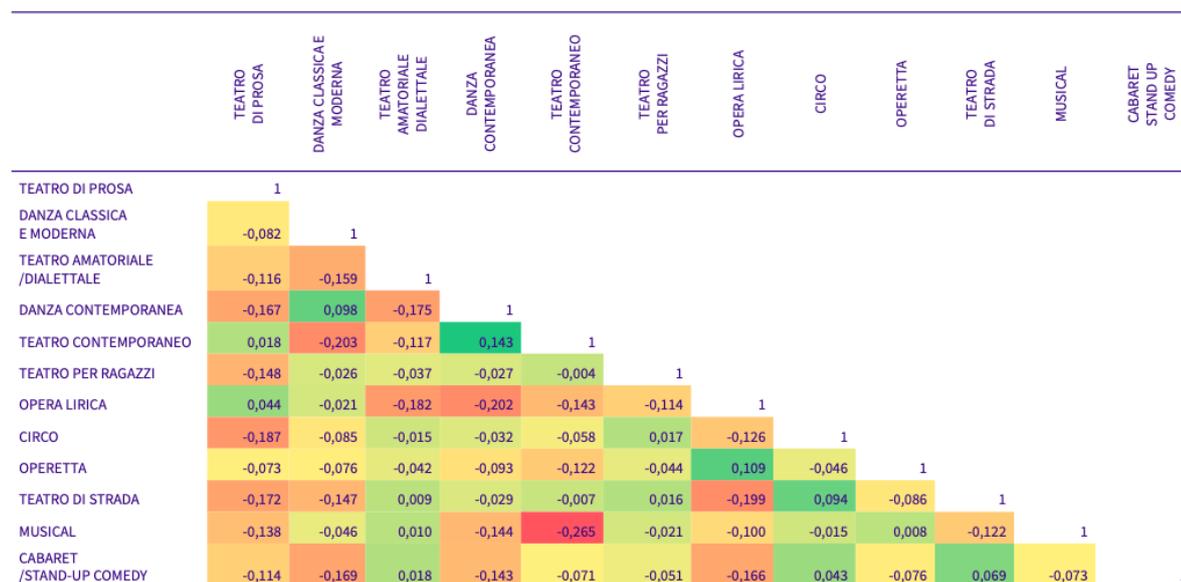
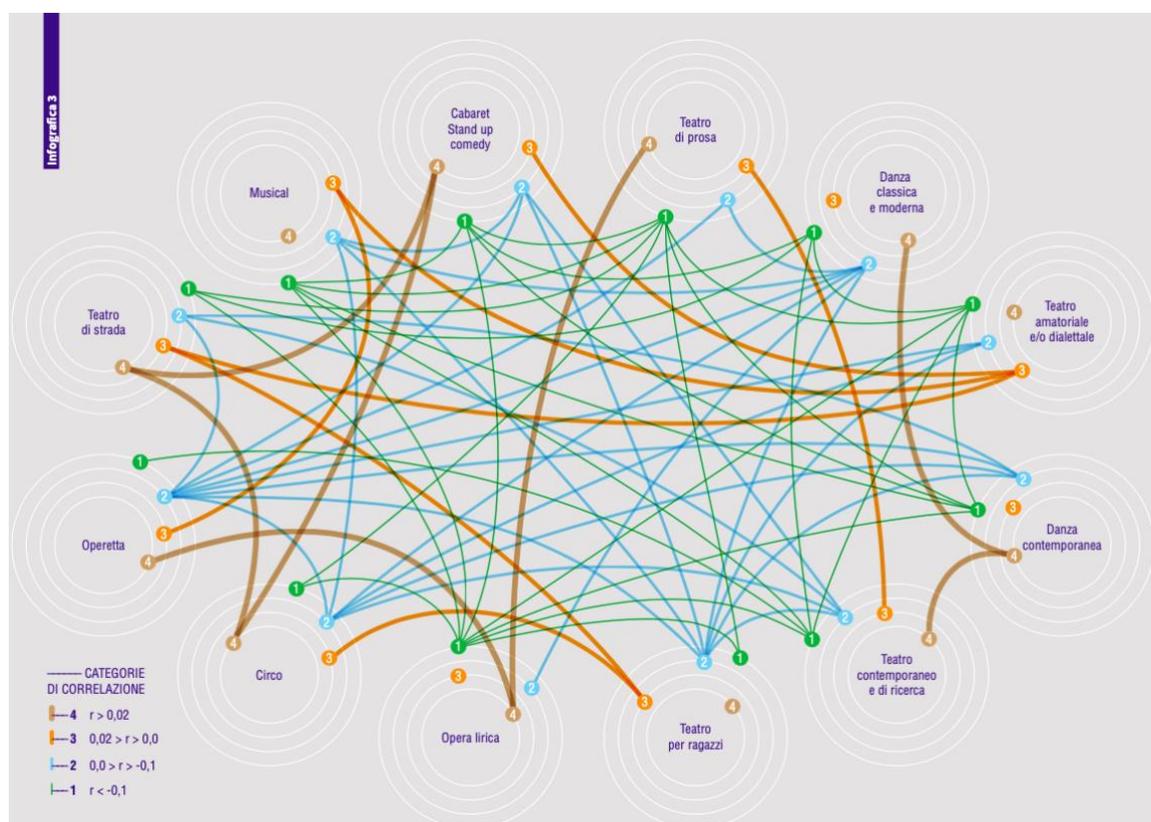


Tabella 10 - Grado di correlazione fra generi teatrali preferiti

Come per le preferenze in ambito musicale, anche in questo caso si sono esaminate le correlazioni fra generi (infografica 2, tab. 10).

Fra le correlazioni più forti spicca quella fra teatro contemporaneo e danza contemporanea. Se il legame fra i due generi è emerso anche nelle precedenti ricerche, è rilevante notare come la relazione fra i due sia più forte di quella fra danza classica/moderna e danza contemporanea. Si tratta di un dato interessante che mostra come “il contemporaneo”, ovvero le arti performative che si caratterizzano per una ricerca innovativa dei linguaggi, sia l’elemento che attrae un certo tipo pubblico a prescindere dalla forma canonizzata – danza o teatro – nella quale si declina.

Per comprendere come i gusti del pubblico si leghino al suo grado di attività, si sono confrontate le preferenze con l’indice di frequentazione eventi dal vivo precedentemente introdotto. Chi preferisce l’elettronica, il circo, l’avanguardia, la rap/trap e il teatro contemporaneo mostra una media di eventi dal vivo frequentati più alta della media. Un livello di frequentazione più basso si osserva invece fra chi preferisce generi più classico-popolari come l’operetta, il musical e la musica corale.



Infografica 3 – Mappa delle correlazioni fra generi teatrali

5.3 Le attitudini spettatoriali dei pubblici delle performing arts marchigiane

Oltre alla frequentazione degli spettacoli dal vivo e alle preferenze espresse dagli spettatori, la ricerca ha sondato le attitudini dei pubblici verso gli spettacoli dal vivo che stanno alla base del lavoro dello spettatore (Gemini, Bartoletti, Brilli 2018). Si è cercato cioè di cogliere quelle precondizioni ricettive (De Marinis 1988) che lo spettatore ha incorporato nel tempo, quindi tutto quel bagaglio di emozioni, aspettative e pensieri che costituiscono l'orizzonte di attesa del pubblico prima di assistere allo spettacolo (Tota 1997). La tipologia e la frequenza dei consumi culturali rappresentano infatti solo una faccia del comportamento spettatoriale. Come hanno rilevato recenti ricerche come quella di Daenekindt e Roose (2017), la scelta dello stesso bene culturale può essere il prodotto di disposizioni estetiche molto differenti; profili sociali molto differenti possono quindi convergere su oggetti simili con finalità dissimili, per cui la ricerca sulla fruizione culturale non può prescindere dall'indagare sia il "cosa" che il "come" del consumo.

A partire da queste premesse è stato quindi chiesto agli spettatori di indicare il proprio grado di accordo con dieci affermazioni: le prime cinque indicano un atteggiamento favorevole alla sperimentazione, alla libertà espressiva e alla riflessione come parte integrante dell'esperienza spettatoriale, mentre le ultime cinque indicano una disposizione orientata alla ricerca di sensazioni piacevoli, dello svago e della distrazione durante la fruizione degli spettacoli dal vivo. Sul fronte degli elementi più apprezzati dagli spettatori, il primo dato che emerge è l'accordo condiviso sul fatto che lo spettacolo dal vivo funzioni prima di tutto come stimolo intellettuale (87%); seguono la necessità degli spettacoli di produrre novità (65,3%), pensiero riflessivo (66,1%) e messa in discussione dei valori dominanti (68,4%). Sul fronte invece degli aspetti meno apprezzati dagli spettatori, il dato che crea più disaccordo emerge dal fatto che gli spettacoli contemporanei tendono ad essere sempre più inutilmente provocatori (40%).

Fra le affermazioni che sono risultate le più divisive emergono: "Uno spettacolo non dovrebbe farti provare sensazioni sgradevoli" si attesta come l'attitudine che più separa i rispondenti, seguita da "Finché si rimane nella legalità non ci dovrebbe essere limite a quello che si può dire o mostrare su un palco", "Quando vado a vedere uno spettacolo voglio dimenticarmi dei problemi di tutti i giorni" e "Preferisco essere insieme ai miei amici quando vado ad uno spettacolo". Tendono invece ad incontrare un consenso più diffuso le

affermazioni relative alla necessità degli spettacoli di produrre novità, pensiero e messa in discussione dei valori dominanti (tab. 11).

	PER NIENTE D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NÉ IN ACCORDO NÉ IN DISACCORDO	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
<i>Gli spettacoli che preferisco sono quelli capaci di innovare</i>	1,4%	7,4%	25,9%	38,3%	27,0%
<i>Gli spettacoli migliori sono quelli che ti fanno riflettere</i>	0,7%	2,3%	10,0%	38,2%	48,8%
<i>Gli spettacoli migliori riescono a mettere in discussione i valori e le visioni dominanti</i>	2,1%	6,6%	22,9%	39,0%	29,4%
<i>Finché si rimane nella legalità, non ci dovrebbe essere limite a quello che si può dire o mostrare su un palco</i>	7,1%	14,0%	17,8%	31,1%	30,0%
<i>Uno spettacolo è più interessante quando affronta i problemi della società</i>	2,4%	6,9%	24,6%	41,8%	24,3%
<i>Preferisco essere insieme ai miei amici quando vado ad uno spettacolo</i>	9,3%	11,0%	29,0%	26,4%	24,3%
<i>Quando vado a vedere uno spettacolo voglio dimenticarmi dei problemi di tutti i giorni</i>	7,2%	13,1%	24,6%	24,3%	30,8%
<i>Uno spettacolo non dovrebbe farti provare sensazioni sgradevoli</i>	15,6%	23,1%	20,5%	16,9%	23,9%
<i>Gli spettacoli contemporanei tendono ad essere sempre più inutilmente provocatori</i>	13,8%	23,3%	32,0%	20,6%	10,4%
<i>Gli spettacoli che preferisco sono quelli che mi portano in un altro mondo</i>	3,9%	10,6%	23,1%	31,1%	31,4%

Tabella 11 – Grado di accordo con le attitudini verso lo spettacolo

Per osservare come a seconda delle differenti caratteristiche socio-demografiche dei pubblici si modificano gli indici di gradimento rispetto a queste affermazioni si è proceduto con un'indicizzazione di tali sentenze per far emergere da una parte la necessità d'evasione e dall'altra la ricerca dell'impegno nella fruizione delle *performing arts*. Da questa analisi emerge come tali indici siano più o meno rilevanti per alcune specifiche tipologie di pubblico: l'indice di evasione è più elevato fra gli under 25 e in misura minore nella fascia 45-54 e tra chi risiede in paesi con meno di 10.000 abitanti, mentre l'indice d'impegno risulta più elevato nella fascia 25-34 e più basso della media nella fascia degli over 64.

Guardando al titolo di studio e all'area disciplinare della laurea mostrano un indice di evasione più alto i non laureati e più basso per i diplomati in accademia o in conservatorio e chi possiede un titolo post-laurea; i laureati in discipline umanistiche sono vicini alla media per entrambi gli indici.

Rispetto all'occupazione sono in particolare i professionisti dello spettacolo a mostrare maggior distanza dall'atteggiamento di evasione, mentre sia le professioni a prevalenza intellettuale - dirigenti, professori, medici - sia le professioni a prevalenza di lavoro manuale - operai, artigiani, lavoratori domestici - mostrano un grado simile di ricerca dello svago e un indice di impegno sotto la media. Vicini fra loro insegnanti e studenti, con un atteggiamento particolarmente favorevole alla riflessione e all'impegno nello spettacolo. Tale dato lascia ipotizzare un travaso dell'orientamento allo studio e alla tematizzazione fra attività quotidiana e attività spettatoriale.

Mettendo inoltre a confronto tali indici di evasione e impegno con i generi musicali e teatrali preferiti si possono osservare diverse “aree” di generi: un’area dei generi cosiddetti “sperimentali”, che si caratterizza per un altissimo grado di impegno e un bassissimo grado di evasione, in cui si collocano la musica d’avanguardia e il teatro contemporaneo; un’area di generi “per esperti” a basso indice di evasione e con un indice di impegno poco sopra la media, dove troviamo la danza contemporanea, la musica etnica/world/ folk, il rock, il jazz e il teatro di prosa; un’area di generi “freschi”, leggermente sopra la media per entrambi gli indici, in cui troviamo il teatro ragazzi, la stand-up comedy e il rap/trap; infine, un’area di generi “tradizional-popolari”, con basso livello di impegno e alto livello di evasione, dove si collocano il teatro amatoriale, il musical, il circo, la disco/revival/trash, ma anche l’operetta.

Per completare l’analisi degli indici si è prodotto un focus sulla preferenza per la frequentazione degli eventi assieme ai propri amici. Questa affermazione ha mostrato infatti nell’analisi di regressione una correlazione meno significativa con le altre affermazioni dell’indice di evasione. In linea con alcune delle precedenti ricerche analizzate nella prima parte di questo capitolo la predilezione per la fruizione di gruppo si riscontra con più forza fra gli under 25 ma anche fra gli over 64, fra chi non possiede una laurea, fra il pubblico intercettato in spettacoli di stampo pop e fra chi risiede in comuni con meno 10.000 abitanti. Necessitano meno di trovarsi in gruppo durante gli eventi gli spettatori intercettati negli eventi di teatro contemporaneo e di danza e chi possiede un titolo post-laurea. Ciò non significa necessariamente che la fruizione di gruppo sia un comportamento associato agli spettatori “meno competenti”, ma che la fruizione individuale potrebbe sposarsi con un tipo di attitudine all’introspezione maturata anche tramite lo studio in altri ambiti.

5.4 Frequentazione di eventi marchigiani – festival, rassegne e stagioni

Nella seconda parte del questionario si è indagato il rapporto fra il pubblico intercettato e la frequentazione degli spettacoli sul territorio al fine di comprendere quanto i rispondenti conoscessero gli eventi nelle Marche e per capire il grado di mobilità del pubblico fra questi. Nel complesso emerge una partecipazione abbastanza timida a festival e rassegne: più di un quarto dei rispondenti (26,7%) non ha mai frequentato gli eventi presenti nella lista; il 19,1% ha partecipato ad uno soltanto, il 16,5% a due e il 37,8% a tre o più (tab. 12). Osservando gli eventi in ordine di frequentazione emerge un primo gruppo di festival molto conosciuti a cui

ha partecipato più del 25% del campione: Macerata Opera Festival (frequentato almeno per un'edizione dal 46,6% dei rispondenti), Musicultura e Rossini Opera Festival. Seguono Civitanova Danza, Adriatico Mediterraneo e Festival Pergolesi Spontini, a cui ha partecipato fra il 15 e il 25% dei rispondenti e i rimanenti a cui ha partecipato meno del 15% del campione (fig. 4). Fra le ragioni della mancata frequentazione troviamo al primo posto la mancanza di conoscenza, mentre al secondo posto emerge l'eccessiva distanza.

EVENTO	NESSUNA EDIZIONE	1-3 EDIZIONI	PIÙ DI 3 EDIZIONI	LUOGO	PERIODO
Macerata Opera Festival	53,4%	26,8%	19,8%	Macerata	luglio – agosto
Musicultura	65,8%	23,6%	10,5%	Macerata	giugno
Rossini Opera Festival	70,8%	21,6%	7,6%	Pesaro	agosto
Civitanova Danza	78,0%	17,1%	4,9%	Civitanova Marche	luglio
Festival Adriatico Mediterraneo	80,1%	11,9%	8,0%	Ancona	agosto
Festival Pergolesi Spontini	82,8%	13,7%	3,5%	Jesi	agosto – settembre
Clown&Clown festival	86,5%	11,0%	2,5%	Monte San Giusto	settembre - ottobre
TeatrOltre	87,0%	8,3%	4,7%	Vari luoghi (PU)	stagione invernale
InTeatro festival	87,3%	8,9%	3,8%	Polverigi	giugno 2019
App – Ascoli Piceno Present	89,6%	8,0%	2,5%	Ascoli Piceno	maggio 2019
Rassegna Nazionale di Teatro della Scuola	89,6%	8,0%	2,3%	Serra San Quirico	aprile - maggio
Bacajà!	92,2%	6,0%	1,7%	Senigallia	luglio 2019
Hangartfest	92,3%	5,5%	2,2%	Pesaro	settembre - ottobre
Villa InVita festival	92,4%	5,5%	2,1%	Fermo	luglio
I teatri delle diversità	92,9%	5,9%	1,2%	Urbania	ottobre
Klang! Altri suoni altri spazi	93,2%	4,1%	2,7%	Vari luoghi	stagione invernale
Festival Tespi	97,7%	1,6%	0,7%	Chiaravalle/Jesi/San Marcello	gennaio - febbraio

Tabella 12 – Partecipazione agli eventi dal vivo nelle Marche

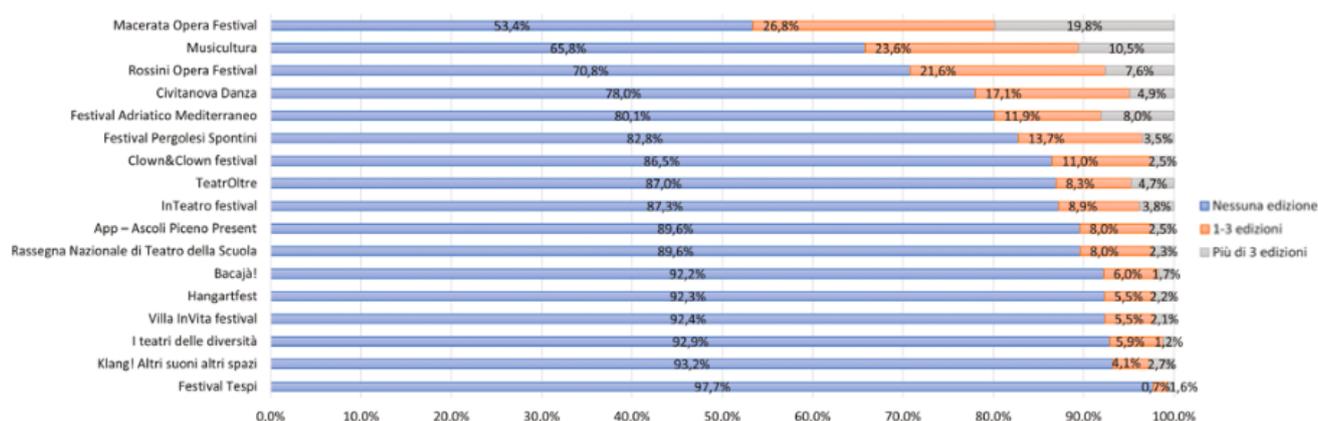


Figura 4 – Frequentazione degli eventi in regione

Mettendo anche in questo caso a confronto l'indice di frequentazione con le caratteristiche socio-demografiche emerge come la tendenza a frequentare più eventi sul territorio regionale si riscontri tra gli spettatori intercettati nei concerti di musica leggera/rock/jazz e negli spettacoli di teatro contemporaneo. Ciò fa emergere come i concerti

e il teatro contemporaneo raccolgano un pubblico non necessariamente più “forte” in termini di consumo culturale, ma maggiormente onnivoro per quanto riguarda la tendenza a frequentare diversi tipi di manifestazioni e tale dato è in linea con la ricerca sul pubblico del teatro contemporaneo (Gemini, Brilli 2018). Si riscontra inoltre una frequentazione più marcata fra coloro che svolgono o hanno svolto attività attinenti allo spettacolo a livello professionale, nella fascia di età 35-44, fra chi possiede un titolo di studio post-laurea, fra i residenti in città sopra i 10.001 abitanti e nelle provincie di Ancona e Macerata. Quest’ultimo dato è chiaramente dovuto alla posizione centrale delle due provincie nella regione, per cui chi vi risiede ha una più alta probabilità di trovarsi ad una minore distanza dagli eventi distribuiti sul territorio.

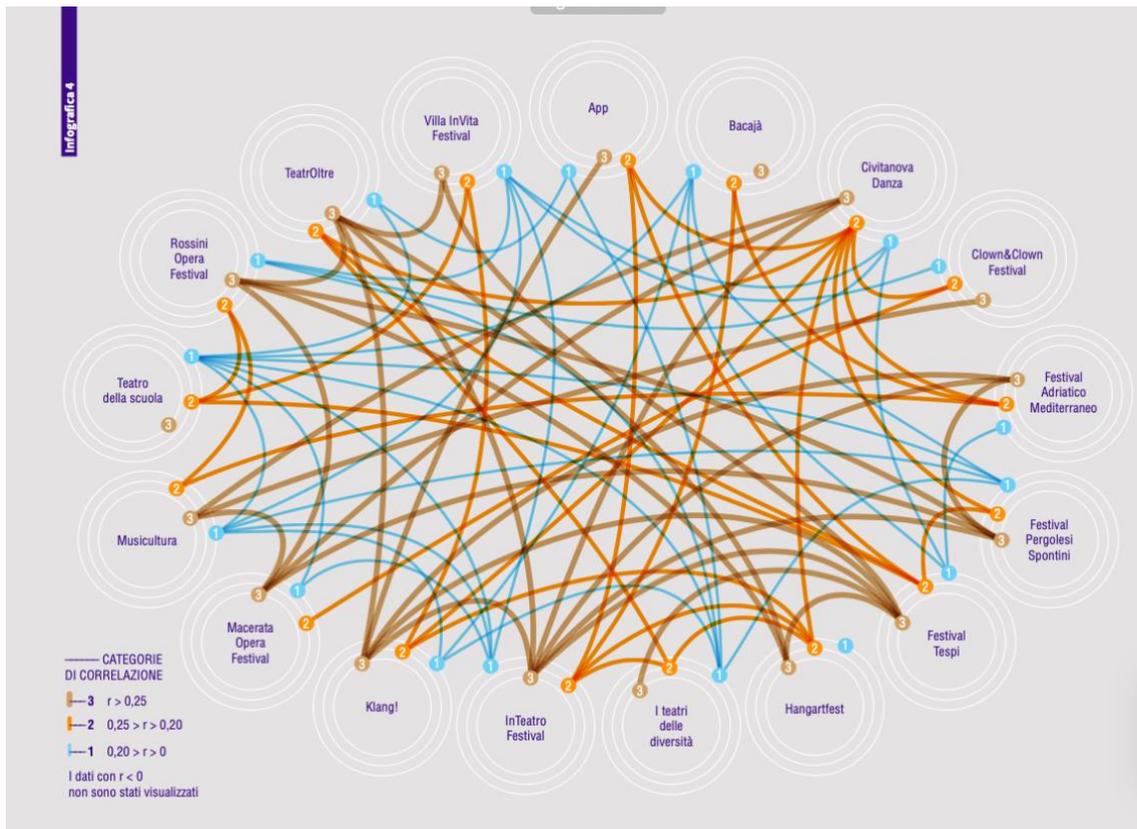
È importante notare come, a differenza dell’indice di frequentazione degli eventi dal vivo, la partecipazione agli eventi marchigiani non sia necessariamente più forte fra le fasce più giovani. Da una parte ciò può essere spiegato dal fatto che nella composizione del primo indice concorrono anche manifestazioni più “edoniste” come eventi sportivi, feste cittadine e dj-set. Si potrebbe però anche ipotizzare come la tendenza a spostarsi per particolari spettacoli richieda conoscenze e gusti specifici maturati con il tempo. Come anche la relazione con l’indice di impegno suggerisce, la mobilità appare più come l’esercizio delle proprie preferenze, piuttosto che il prodotto della temerarietà dello spettatore.

Analizzando, infine, la relazioni fra gli eventi presi in considerazione (infografica 4) con l’obiettivo di osservare i movimenti dei pubblici fra le iniziative, si è considerato il rapporto fra vicinanza territoriale degli eventi e vicinanza di genere, in modo da far risaltare in quali casi si possa osservare una mobilità extra-territoriale degli spettatori. Per fare ciò si è analizzato il grado di correlazione fra gli eventi (tab. 13).

	APP ASCOLI PICENO PRESENT	BACAJÀ	CIVITANOVA DANZA	CLOWN&CLOWN FESTIVAL	FESTIVAL ADRIATICO MEDITERRANEO	FESTIVAL PERGOLESI SPONTINI	FESTIVAL TESPI	HANGARTFEST	I TEATRI DELLE DIVERSITÀ	INTEATRO FESTIVAL	KLANG! ALTRI SUONI ALTRI SPAZI	MACERATA OPERA FESTIVAL	MUSICULTURA	RASSEGNA NAZIONALE DI TEATRO DELLA SCUOLA	ROSSINI OPERA FESTIVAL	TEATROLTRE	VILLA INVITA FESTIVAL
App – Ascoli Piceno Present	1																
Bacajà	0,0815	1															
Civitanova Danza	0,2294	0,0708	1														
Clown&Clown festival	0,0471	0,0420	0,2187	1													
Festival Adriatico Mediterraneo	0,0876	0,2098	0,2020	0,0495	1												
Festival Pergolesi Spontini	0,1060	0,1684	0,2002	0,0198	0,3213	1											
Festival Tespi	0,2273	0,1916	0,1772	0,1303	0,1568	0,2398	1										
Hangartfest	0,0771	0,1274	0,2082	0,0494	0,1092	0,0677	0,2892	1									
I teatri delle diversità	0,1757	0,1218	0,1193	0,1472	0,1059	0,1880	0,3329	0,2574	1								
InTeatro festival	0,2095	0,2210	0,2896	0,0403	0,4827	0,2931	0,2805	0,2339	0,2241	1							
Klang! Altri suoni altri spazi	0,2965	0,1580	0,2394	0,1063	0,3600	0,1156	0,2824	0,2045	0,1589	0,3898	1						
Macerata Opera Festival	0,0534	0,0230	0,3110	0,2077	0,1420	0,2996	0,0718	-0,0157	0,0798	0,1522	0,0705	1					
Musicultura	0,0538	0,0502	0,2912	0,2981	0,2079	0,1816	0,0785	-0,0106	0,1480	0,1790	0,1897	0,5121	1				
Rass. Naz. di Teatro della Scuola	0,0704	0,1545	0,1244	0,1492	0,1197	0,1893	0,2256	0,0883	0,1946	0,1565	0,1287	0,1504	0,1896	1			
Rossini Opera Festival	0,0597	0,0967	0,1825	0,0467	0,0663	0,2660	0,1156	0,2586	0,1874	0,1378	0,1010	0,2887	0,1431	0,1476	1		
TeatroOltre	0,1999	0,1229	0,2236	0,0275	0,1488	0,1153	0,2099	0,3456	0,2140	0,2649	0,3383	0,0822	0,0637	0,1724	0,3539	1	
Villa InVita festival	0,1211	0,0886	0,1811	0,1679	0,1282	0,0970	0,2694	0,0921	0,1464	0,1768	0,2109	0,1493	0,1826	0,2216	0,1629	0,3369	1

Tabella 13 – Grado di correlazione fra gli eventi

Come prevedibile si osservano gradi di correlazione più elevati per eventi geograficamente vicini, come nel caso di InTeatro e Adriatico Mediterraneo, Macerata Opera Festival e Musicultura. Se da una parte il criterio della territorialità, e quindi della vicinanza geografica fra gli eventi, fa emergere relazioni più elevate fra pubblici di differenti eventi, dall'altro tale criterio non sembra adattarsi all'ambito del teatro contemporaneo e dei concerti dove la contiguità risiede piuttosto nelle tematiche trattate o nei generi musicali. Dal punto di vista dell'*audience development* tale dato potrebbe suggerire la necessità di potenziare le sinergie non solo fra festival e rassegne dedicate al contemporaneo, ma anche fra concerti ed eventi teatrali.



Infografica 4 – Mappa delle correlazioni tra festival marchigiani

Per quanto riguarda invece le stagioni di prosa, musicale, di lirica, di jazz, di danza e di teatro ragazzi emerge che quasi un quarto del campione (22,5%) non ha mai partecipato a nessun tipo di stagione teatrale o musicale del proprio territorio. Il tipo di stagione più frequentato è la stagione di prosa, frequentata almeno una volta dal 59,7% dei rispondenti; seguono le stagioni musicali, quelle liriche, il jazz, la danza e infine il teatro ragazzi (fig. 5).

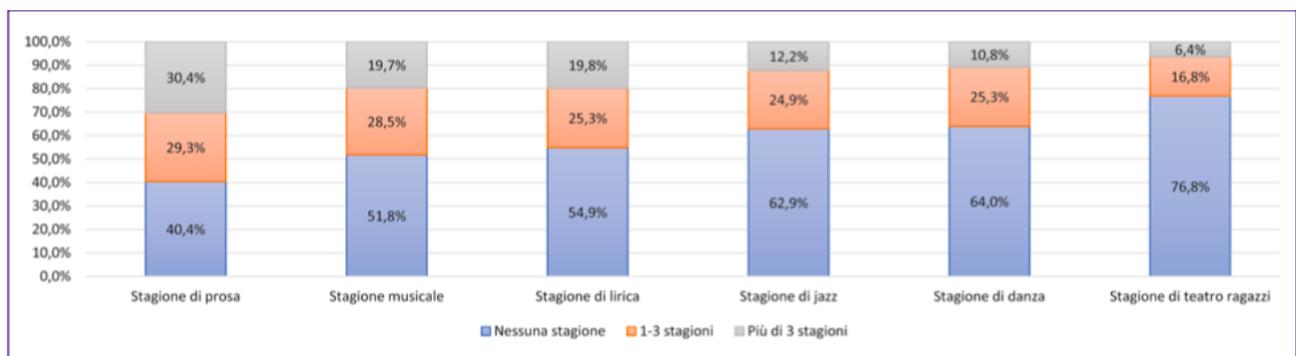


Figura 5 – Frequentazione delle stagioni nelle Marche

Andando ad osservare le caratteristiche di chi non ha mai frequentato le stagioni, notiamo come a livello territoriale non ci siano differenze molto consistenti in termini di non-

partecipazione, eccetto che per le stagioni di prosa nella provincia di Macerata e le stagioni musicali, jazz e di danza nella provincia di Fermo dove si rileva una più spiccata scarsità nella partecipazione. Più rilevante invece la differenza fra fasce di età: le stagioni di prosa, jazz e musicali sono frequentate meno dai più giovani, specialmente dagli under 25; il teatro ragazzi mostra (non sorprendentemente) una tendenza inversa, essendo invece più frequentato dalle fasce di età più giovani; la fascia 35-44 è quella che segue meno le stagioni di lirica (dato che potrebbe dipendere dal numero crescente di iniziative indirizzate al coinvolgimento dei più giovani); per le stagioni di danza non si notano differenze ragguardevoli. Un titolo di studio più elevato appare legato in maniera più sostanziale alla partecipazione alle stagioni di prosa e lirica, ma meno significativa per quanto riguarda le altre stagioni.

Dal confronto, infine, fra i gusti espressi dagli assidui a un genere specifico con le stagioni pertinenti, si nota come gli amanti del genere “amatoriale e/o dialettale”, che risultano essere tra i più forti non-frequentatori delle stagioni di prosa, siano presenti fra i più fedeli di tale genere spettacolare. Tale dato potrebbe rispecchiare la molteplicità delle occasioni di consumo di questo genere, di cui si fruisce spesso in contesti extra-teatrali (scuole, circoli, piazze, parrocchie), ma cui sono anche dedicate stagioni specifiche, molto diffuse sul territorio marchigiano soprattutto nei piccoli teatri. Si nota poi un numero più alto di fedeli alle stagioni musicali tra chi esprime preferenza per la musica da camera e alle stagioni di danza tra chi preferisce la danza contemporanea al repertorio moderno-classico.

5.5 Le modalità di informazione dei pubblici nelle Marche

Nell'ultima parte del questionario veniva esaminato l'utilizzo di alcune delle principali fonti informative sullo spettacolo nelle Marche e il grado di soddisfazione rispetto al loro impiego. Le sei fonti indagate sono il sito web, la pagina Facebook e la newsletter di Marche Spettacolo, i siti Marcheinfesta.it e Corriere Proposte e i quotidiani locali, utili come metro di paragone rispetto alle fonti specifiche. I quotidiani locali risultano come la fonte complessivamente più utilizzata, dato poco sorprendente trattandosi di una fonte non specialistica che può essere citata anche da chi non conosce servizi informativi dedicati. Segue per utilizzo il sito web, la pagina Facebook e la newsletter Marche Spettacolo, Marcheinfesta.it e infine il Corriere Proposte (fig. 6).

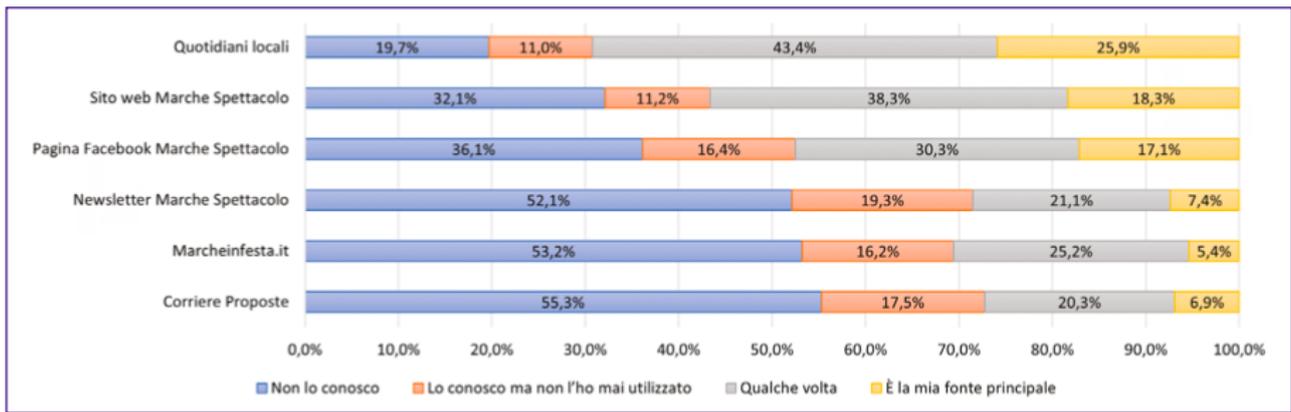


Figura 6 – Utilizzo delle fonti informative sullo spettacolo dal vivo nelle Marche

Osservando le caratteristiche di chi “non conosce” o “conosce ma non ha mai utilizzato” le varie fonti informative emerge come rispetto alla distribuzione territoriale la più alta percentuale di non conoscenza dei servizi si trova in provincia di Ascoli Piceno, tra il pubblico maschile piuttosto che tra quello femminile, e soprattutto tra i giovani all’età. La fascia sotto i 35 anni, e in special modo quella sotto i 25, sono quelle che meno conoscono le suddette fonti. Questo dato dimostra in primo luogo come l’utilizzo di servizi informativi online, soprattutto rivolti a un campo specifico come quello dello spettacolo dal vivo, sia ormai trasversale fra le varie fasce di età; il loro impiego non è più dipendente da barriere di ingresso date da una competenza puramente tecnica. In secondo luogo, dal punto di vista dell’*audience development* significa che è necessario indagare con maggiore precisione i processi di approvvigionamento informativo dei più giovani. Altro dato d’interesse da rilevare è come la conoscenza delle fonti sia più bassa fra chi ha un titolo post-laurea e fra il pubblico intercettato in spettacoli di teatro contemporaneo, musica classica e lirica, generi considerati solitamente come maggiormente specialistici. Ciò potrebbe indicare come un certo tipo di pubblico esperto tende a ricorrere maggiormente a fonti informative basate sulle proprie reti personali piuttosto che a servizi dedicati o locali. Si può quindi ipotizzare che tali servizi siano utilizzati da un pubblico interessato allo spettacolo dal vivo, ma non costituito necessariamente da *insider* del settore.

6. Tra impegno e spensieratezza: i gradienti che distinguono i sei idealtipi di pubblici marchigiani

Se la presente indagine aveva l'obiettivo di delineare le caratteristiche del pubblico dello spettacolo dal vivo nelle Marche e il suo atteggiamento nei confronti di questo settore della produzione culturale al fine di far riflettere i programmatori culturali e gli studiosi sulla varietà di benefici e bisogni ricercati nello spettacolo dal vivo, l'analisi dei dati si è poi mossa, a seguito del contesto pandemico nel quale si è trovata a svilupparsi, per costruire una mappa precisa dello stato dei pubblici della regione da cui il settore marchigiano delle *performing arts* potesse ripartire.

Preso atto della parzialità di qualsiasi classificazione del pubblico, operando nel campo degli studi sull'*audience development* ed *engagement* è apparso utile sintetizzare i dati emersi rispetto alle caratteristiche socio-demografiche dei pubblici, alla frequenza del consumo degli eventi dal vivo, sia in generale che in riferimento a specifici eventi e stagioni, alle relazioni fra generi performativi, alle attitudini e all'utilizzo delle fonti informative, attraverso sei modelli di spettatore-tipo. Costruiti come modelli utili per l'osservazione e per la progettazione di eventi inerenti allo spettacolo dal vivo, tali classificazioni tengono in considerazione la molteplicità di aspirazioni e gratificazioni che gli spettatori ricercano e rivolgono allo spettacolo dal vivo. I profili degli spettatori individuati sono stati ottenuti a partire da una analisi dei cluster (analisi che studia la ricorrenza in un campione di gruppi di casi con caratteristiche simili) che ha preso in considerazione le variabili socio-demografiche più rilevanti e le attitudini verso lo spettacolo. Dall'incrocio tra due tipologie di indici contrapposti, quali tradizione *vs* innovazione e concretezza *vs* sogno, sono emersi quindi due differenti posizionamenti degli spettatori: da una parte chi tende a prediligere forme spettacolari tradizionali, conosciute, tipiche, contro chi preferisce forme spettacolari sperimentali, contemporanee, capaci di generare novità, dall'altra chi predilige spettacoli che dialogano con la realtà concreta e che affrontano problemi sociali contro chi preferisce spettacoli che soddisfano la voglia di evasione, svago e intrattenimento.

Da questa analisi specifica sono state ricavate sei "personalità" di fruitori dello spettacolo dal vivo denominate, a seconda delle caratteristiche emerse, impegnati, sperimentatori, conservatori, esperienziali, spensierati e gaudenti.

Gli impegnati preferiscono spettacoli che siano innovativi dal punto di vista formale ma anche capaci di affrontare i problemi della quotidianità. Questo tipo di spettatori non disdegna l'attribuzione all'arte di finalità sociali, come la messa in discussione di valori e visioni dominanti. Partecipare ad uno spettacolo è quindi visto più come un'occasione di

arricchimento e riflessione piuttosto che di evasione dai problemi della vita quotidiana. Questo segmento presenta una più alta percentuale di maschi nella fascia di età 35-59. Non sono necessariamente laureati e svolgono prevalentemente un tipo di lavoro impiegatizio.

Gli impegnati frequentano eventi con una intensità sopra la media, ma non svolgono attività inerenti allo spettacolo dal vivo. Il 17% del campione è maggiormente rappresentato da questo profilo. Gli sperimentatori sono il segmento che preferisce maggiormente l'innovazione e la libertà espressiva. Rispetto agli impegnati lo spettacolo è visto più come un tramite per entrare in contatto con nuove forme estetiche piuttosto che come commento alla realtà. Amano le espressioni artistiche trasgressive, anche quando comportano il dover fare esperienze sgradevoli o provanti. Fra gli sperimentatori sono prevalenti i maschi sotto i 35 anni di età. Molti di questi sono studenti universitari e talvolta hanno svolto attività relative allo spettacolo a livello amatoriale, frequentando corsi e laboratori. Il profilo degli sperimentatori è meno numeroso del precedente; il 5% del campione è maggiormente rappresentato da questo profilo.

I conservatori rappresentano il profilo più distante da quello degli sperimentatori. Non amano spettacoli troppo innovativi o provocatori. Non disdegnano l'impegno e la riflessione quando vanno a teatro o quando seguono un concerto, ma preferiscono generi e stili riconoscibili. Non vedono lo spettacolo come uno strumento di evasione. Fra i conservatori sono prevalenti i maschi sopra i 60 anni, laureati e tendenzialmente pensionati, non svolgono attività legate allo spettacolo. Il 7% del campione è maggiormente rappresentato da questo profilo.

Gli esperienziali non hanno una direzione univoca in ciò che cercano da uno spettacolo, ma inseguono invece una varietà di esperienze. Possono amare eventi ad alto contenuto di sperimentazione e spettacoli più tradizionali basati sull'intrattenimento. Amano sia la riflessione che l'abbandonarsi a viaggi verso mondi distanti dalla vita di tutti i giorni. Preferiscono essere con gli amici quando partecipano a un evento, prediligendo quindi l'esperienza condivisa piuttosto che individuale. Sono prevalentemente donne sotto i 35 anni, molte delle quali studentesse universitarie e che hanno partecipato talvolta a laboratori artistici. Il 14% del campione è maggiormente rappresentato da questo profilo.

Gli spensierati sono il segmento che più degli altri cerca nello spettacolo un'occasione di evasione dai problemi di tutti i giorni. Non disdegna necessariamente l'innovazione, ma non ama provare inquietudine o sensazioni sgradevoli quando esce per frequentare un evento.

È il segmento che meno ricerca la condivisione dell'esperienza con gli amici, laddove il bisogno di evasione li porta a ricercare esperienze vissute anche individualmente, quale ulteriore occasione di distacco dalle incombenze quotidiane. Sono prevalentemente donne dai 35 ai 59 anni, molte delle quali svolgono la professione di insegnanti, e tendenzialmente non hanno mai svolto attività legate allo spettacolo. Si tratta del segmento più numeroso: il 39% del campione è maggiormente rappresentato da questo profilo.

I gaudenti, infine, sono coloro che vedono lo spettacolo principalmente come un'occasione di piacere. Non amano l'eccessiva provocazione e le sensazioni sgradevoli, ma non disprezzano l'innovazione e la riflessione. Per i gaudenti innovazione non significa necessariamente trasgressione, così come l'intrattenimento non è per forza sinonimo di evasione. È il profilo che più di tutti ama essere con altre persone quando partecipa a un evento. Sono tendenzialmente donne sopra i 50 anni, diverse delle quali sono pensionate, e che non hanno mai svolto attività inerenti allo spettacolo dal vivo. Il 16% del campione è maggiormente rappresentato da questo profilo.

Osservando questi sei profili è, infine, necessario ribadire che le caratteristiche sopra descritte hanno un carattere "tendenziale", definiscono cioè i tratti che quel tipo di pubblico tende ad avere con più probabilità, senza escludere che vi siano spettatori simili per benefici ricercati nello spettacolo ma con differenti profili socio-demografici. Questi idealtipi di pubblico mostrano come impegno ed evasione non siano categorie dicotomiche proprio perché lo stesso spettacolo può avere più di una vita: può portare altrove durante il suo svolgimento e, una volta finito, lasciare segni profondi sullo sguardo singolare che applichiamo al mondo.

7. Conclusioni

Nel presente capitolo a partire dalla storiografia emersa intorno alle ricerche sulle *audience* delle *performing arts* in Italia si evidenzia l'evolversi dei pubblici dello spettacolo dal vivo dal superamento della categoria di pubblico ai pubblici di oggi. Come emerso nel capitolo precedente, l'obiettivo principale di queste ricerche, esplose in particolare con l'avvio delle politiche di democratizzazione della cultura e della partecipazione culturale, che sono connesse al diffondersi dell'*audience development* ed *engagement*, è stato quello di tracciare il profilo socio-demografico dei consumatori culturali, rispetto alla popolazione

generale, con l'obiettivo di mostrare qualche traccia di democratizzazione culturale. Ma come Bourdieu (1979) mostrò molto tempo fa e come emerge anche da ricerche più recenti (Brook *et al.* 2018) le istituzioni culturali sembrano ancora oggi essere principalmente un privilegio delle classi medio-alte. Ciò che emerge da queste ricerche è come, nonostante le azioni di coinvolgimento e gli incentivi alla partecipazione sia difficile o molto raro osservare un reale cambiamento del pubblico sia in termini di età che di razza ed estrazione sociale e culturale.

Dal punto di vista sociologico, il cambiamento nelle politiche culturali verso l'idea di democrazia culturale coincide con un crescente interesse che negli anni più recenti si è focalizzato non solo sulla disparità di frequenza in termini di ceto sociale e livello di istruzione, ma anche in termini di genere, età e razziale ed etnica origini (Bennett *et al.* 2009). Diventa necessario per le ricerche valutare i dati socio-demografici non separatamente, ma come combinazioni che riflettono su nuovi approcci intersezionali che osservano come si relazionano a insiemi di gusti e pratiche.

Già da tempo nel contesto europeo, e nel mondo anglosassone in particolare, con lo spostamento creato dalle azioni di *audience development* verso una maggiore attenzione all'inclusione e alla partecipazione, anche le ricerche sui pubblici si sono mosse nel definire le tipologie di pubblici in modi più complessi, segmentando profili culturali che combinano le caratteristiche socio-demografiche e le attitudini spettatoriali con il coinvolgimento in diverse attività culturali e ricreative. Questo approccio si è utilizzato per la ricerca sui pubblici dello spettacolo dal vivo marchigiano che si è mossa con l'obiettivo di fornire ad organizzazioni ed enti dello spettacolo dal vivo mappe ragionate e modelli per l'osservazione e per la progettazione di iniziative rivolte ai pubblici, utili per tenere in considerazione la molteplicità di aspirazioni e gratificazioni che gli spettatori cercano e rivolgono allo spettacolo dal vivo. Dall'analisi è emerso un pubblico eterogeneo ma che non comprende l'intera fascia della popolazione regionale, è in prevalenza marchigiano e frequenta lo spettacolo dal vivo così come le forme più polari di intrattenimento; emerge una scarsa presenza di giovani sia nelle stagioni che nei festival e risulta in generale timida fra il pubblico marchigiano la tendenza a muoversi fra i festival del territorio ad eccezione che per le proposte legate al contemporaneo. Inoltre, tra il pubblico che mostra un alto grado di frequentazione degli eventi emergono anche consumi culturali/mediali più forti e differenziati. La maggior parte del pubblico è d'accordo nel considerare lo spettacolo dal vivo come un momento di riflessione e si nota, infine, un generale consenso favorevole verso

l'innovazione e la messa in discussione delle visioni dominanti. A spaccare però le opinioni è la possibilità che lo spettacolo possa produrre sensazioni non piacevoli.

Questi sono alcuni degli aspetti chiave emersi dall'analisi sui quali gli operatori e le operatrici del settore marchigiano delle *performing arts* potranno lavorare nel futuro prossimo continuando ad affiancare alle azioni le ricerche volte ad indagare l'evolversi di questo fenomeno culturale.

Capitolo 3

Lo spettacolo dal vivo alla prova del Covid-19²²: focus sul sistema marchigiano

1. Introduzione

Nel presente capitolo verrà analizzato l'impatto che la pandemia da Covid-19 ha avuto sul settore dello spettacolo dal vivo marchigiano a partire dal caso di studio costituito dal progetto *Marche Palcoscenico Aperto. Il festival del teatro senza*. Il presupposto teorico che fa da sfondo a questo capitolo riguarda gli studi sulla mediatizzazione delle arti performative (Gemini 2016b; Gemini 2018; Gemini, Brilli 2020; Gemini, Brilli, Giuliani 2020; Del Gaudio 2017, 2021; Gemini, Brilli 2022) e la questione della *liveness* (Auslander 1999, 2012; Reason 2004; Gemini 2016a) che spostano l'attenzione sulle nuove modalità di creazione, promozione e fruizione dello spettacolo dal vivo.

I primi paragrafi, che fanno da contesto per l'analisi dei dati raccolti sul territorio marchigiano, comprendono da una parte le risposte che lo Stato italiano ha dato alla crisi sanitaria e dall'altra le ricerche emerse sull'impatto che i differenti lockdown e il protrarsi della crisi sanitaria ha avuto sui pubblici dello spettacolo dal vivo e sul settore delle *performing arts* in Italia. In seconda istanza, per contestualizzare le azioni e reazioni che l'ambito dello spettacolo dal vivo marchigiano ha sviluppato nel frangente pandemico per rispondere all'emergenza e restare in contatto con i propri pubblici, ci si concentrerà sul modo in cui il settore teatrale italiano ha ripensato il proprio spazio di intervento e la propria ricerca creativa nelle varie fasi della pandemia. Al fine di collocare questo paragrafo verrà introdotta brevemente la letteratura sul tema del teatro digitale prima e dopo la crisi del COVID-19.

²² Le ricerche esposte in questo capitolo sono state presentate all'interno di articoli, saggi e durante seminari e convegni. La prof.ssa Laura Gemini, anche relatrice di questa tesi di dottorato, e il dott. Stefano Brilli sono i responsabili scientifici dei progetti di ricerca che si sono sviluppati nell'ambito dello spettacolo dal vivo durante la pandemia e che rientrano nelle attività dell'Osservatorio sui pubblici dal vivo del centro di ricerca LaRiCA del Dipartimento DISCUI dell'Università di Urbino Carlo Bo.

Infine, dopo aver descritto la metodologia, verrà presentata la ricerca sul caso *Marche Palcoscenico Aperto*²³, un progetto che ha sostenuto artisti marchigiani per realizzare performance online tra febbraio e maggio 2021 e che è stato finanziato dall'Assessorato alla Cultura della Regione Marche e coordinata da AMAT²⁴ (soggetto attuatore); l'iniziativa ha coinvolto sessanta artisti marchigiani invitati a sperimentare nuove creazioni pensate per lo spazio digitale. L'analisi è strutturata intorno a tre temi: una panoramica dell'iniziativa, le sfide artistiche affrontate dai partecipanti e una valutazione dei vincoli e degli impatti della stagione del teatro digitale.

2. L'impatto della pandemia sul settore dello spettacolo dal vivo

A seguito della dichiarazione dello stato di emergenza causata dal diffondersi della pandemia da Covid-19 nei primi mesi del 2020, la maggior parte delle istituzioni e delle industrie culturali sono state chiuse e il consumo culturale ha subito profondi cambiamenti. Mentre l'accesso diretto e fisico alla fruizione artistica e culturale è stato temporaneamente sospeso, l'accesso indiretto e online è cresciuto in modo significativo anche a causa di una crescente domanda di contenuti culturali necessaria al superamento della situazione di stress e ansia provocata dall'isolamento nelle case.

L'Italia è stato il primo paese europeo a entrare in lockdown totale. Era il 9 marzo 2020²⁵; alcuni giorni prima, il 23 febbraio, alcuni blocchi regionali avevano anticipato quella

²³ Questa specifica ricerca è stata pubblicata sulla rivista accademica *Poetics: Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts*: cfr. Brilli, Gemini, Giuliani, 2022, *Theatre without theatres: investigating access barriers to mediatized theatre and digital liveness during the covid-19 pandemic*, *Poetics*, 101750.

²⁴ AMAT Associazione Marchigiana per le Attività Teatrali è il circuito regionale multidisciplinare (dal 1° gennaio 2015, ai sensi dell'articolo 40 del decreto del Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo del 1° luglio 2014 pubblicato sulla G.U. del 19 agosto 2014, s.m. art. 38 DM 27 luglio 2017) con compiti di distribuzione e di promozione del pubblico negli ambiti del teatro, della danza, della musica e del circo contemporaneo. AMAT è un organismo associativo che opera nelle Marche in accordo e in collaborazione con Comuni, Province e altri soggetti pubblici e privati, che ad essa si associano per promuovere lo sviluppo e la diffusione delle attività legate alle *performing arts*. AMAT è, infine, uno degli enti promotori del Consorzio Marche Spettacolo.

²⁵ In particolare, il DPCM 8 marzo 2020 aveva generalizzato, indipendentemente dal requisito della distanza interpersonale, le sospensioni di eventi e spettacoli di qualsiasi natura, inclusi quelli cinematografici e teatrali, già previste dal 4 marzo 2020 (DPCM 4 marzo 2020) e aveva aggiunto quelle relative all'apertura dei musei e degli altri istituti e luoghi della cultura. Il DPCM 9 marzo 2020 aveva poi esteso all'intero territorio nazionale le misure previste (per la

chiusura che perdurò mesi, almeno per buona parte del settore culturale. Da quel momento, infatti, gli spazi dedicati alle arti dello spettacolo furono parzialmente riaperti²⁶ nell'estate del 2020 e chiusi nuovamente dal 26 ottobre dello stesso anno fino all'estate del 2021²⁷. La

regione Lombardia e altre 14 province) dall'art. 1 del citato DPCM 8 marzo 2020, fra le quali la sospensione degli eventi in luogo pubblico e privato, ivi compresi quelli di carattere culturale [...], anche se svolti in luoghi chiusi ma aperti al pubblico, quali, a titolo d'esempio, grandi eventi, cinema, teatri. Successivamente, il D.L. 25 marzo 2020, n. 19 (L. 35/2020) ha previsto che, su specifiche parti o, occorrendo, su tutto il territorio nazionale, può essere disposta, con DPCM, per periodi predeterminati, fino, originariamente al 31 luglio 2020 (termine dello stato di emergenza dichiarato con delibera del Consiglio dei ministri del 31 gennaio 2020), la limitazione o sospensione di eventi e di ogni altra forma di riunione in luogo pubblico o privato, anche di carattere culturale, la chiusura di cinema, teatri, sale da concerto, centri culturali, nonché la limitazione o sospensione dei servizi di apertura al pubblico o la chiusura di istituti e luoghi della cultura, nonché dell'efficacia delle disposizioni regolamentari sull'accesso libero o gratuito a tali istituti e luoghi (fonte Camera dei Deputati Servizio Studi XVIII Legislatura)

²⁶ Dal 18 maggio 2020 era stata consentita la riapertura al pubblico di musei e altri istituti e luoghi della cultura, a determinate condizioni volte a garantire la sicurezza (DPCM 17 maggio 2020); dal 15 giugno 2020 era stato anche consentito il riavvio degli spettacoli aperti al pubblico in sale teatrali, sale da concerto, sale cinematografiche e in altri spazi anche all'aperto, nonché il riavvio delle attività dei centri culturali, a determinate condizioni volte a garantire la sicurezza (DPCM 11 giugno 2020). Dal 26 aprile al 22 luglio 2021, nelle zone gialle, la capienza consentita per gli spettacoli aperti al pubblico in sale teatrali, sale da concerto, sale cinematografiche, live-club e altri locali o spazi anche all'aperto – ad eccezione di sale da ballo, discoteche e locali assimilati – non poteva essere superiore al 50% di quella massima autorizzata e il numero massimo di spettatori non poteva comunque essere superiore a 1.000, per gli spettacoli all'aperto, e a 500, per gli spettacoli in luoghi chiusi, per ogni singola sala. Tuttavia, per gli spettacoli svolti all'aperto poteva essere stabilito, in relazione all'andamento della situazione epidemiologica e alle caratteristiche dei siti e degli eventi, un diverso numero massimo di spettatori, nel rispetto dei principi fissati dal Comitato tecnico-scientifico (ibid.).

²⁷ Dal 26 ottobre 2020 sono nuovamente sospesi gli spettacoli aperti al pubblico in sale teatrali, sale da concerto, sale cinematografiche e in altri spazi anche all'aperto (DPCM 24 ottobre 2020); dal 6 novembre 2020 sono nuovamente sospesi i servizi di apertura al pubblico dei musei e degli altri istituti e luoghi della cultura (DPCM 3 novembre 2020). Ancora, il DPCM 3 dicembre 2020 – le cui disposizioni si sono applicate fino al 15 gennaio 2021 – conferma le sospensioni già disposte dai precedenti DPCM, consentendo, però, dal 4 dicembre 2020, l'apertura al pubblico delle biblioteche, dove i servizi erano offerti su prenotazione, e degli archivi, fermo restando il rispetto delle misure di sicurezza. Ancora dopo, il D.L. 2 del 14 gennaio 2021 (L. 29/2021: art. 1, co. 1 e 2) proroga al 30 aprile 2021 (nuovo termine dello stato di emergenza dichiarato con delibera del Consiglio dei ministri 13 gennaio 2021) lo stato d'emergenza. Poi il DPCM 2 marzo 2021 prevede riaperture nelle zone gialle e la possibilità di esenzione dall'applicazione delle misure limitative in specifiche parti del territorio nazionale nelle zone arancioni e rosse. In particolare, per le zone gialle il DPCM prevede (artt. 14 e 15), a decorrere dal 27 marzo 2021, anche la possibilità di accedere agli spettacoli in sale teatrali, sale da concerto, sale cinematografiche, live-club e in altri locali o spazi anche all'aperto, che dovevano essere svolti esclusivamente con posti a sedere preassegnati e a condizione che fosse comunque assicurato il rispetto della distanza interpersonale di almeno un metro sia per il personale, sia per gli spettatori che non fossero abitualmente conviventi. La capienza consentita non poteva essere superiore al 25% di quella massima autorizzata e, comunque, il numero massimo di spettatori non poteva

situazione tornò allo stato originario solo nel corso del 2022 quando anche le limitazioni legate alla vaccinazione e ai dispositivi di protezione furono sospese²⁸. In ognuno di questi frangenti si è assistito al diffondersi di differenti iniziative, che, attraverso le tecnologie digitali, hanno tentato di assicurare la presenza del teatro e di mantenere vivo il rapporto con i pubblici. Artisti e organizzatori si sono inizialmente mossi in modo provvisorio e senza alcuna garanzia di successo nell'ambiente digitale ma con l'avanzare del tempo hanno sviluppato interventi più ordinati, grazie all'attivazione di programmi strutturati e di bandi per progetti digitali, tra i quali l'unico che resta ancora attivo è quello delle Residenze Digitali²⁹.

L'impatto negativo che la pandemia ha avuto sulla società e sull'economia a livello mondiale è stato significativo; i settori del turismo e della cultura sono stati quelli più fortemente colpiti dalla crisi e sullo spettacolo dal vivo, in particolare, hanno pesato ancora di più le non adeguate politiche che da anni vengono attuate dai governi (Banks 2020; Bourge 2020; Comunian, England 2020; Tsioulakis, Fitzgibbons 2020; Cicerchia 2020; Khlystova, Kalyuzhnova, Belitski 2022). In Italia, come in altri paesi, la crisi sanitaria ha da una parte

essere superiore a 400 per spettacoli all'aperto e a 200 per spettacoli in luoghi chiusi. A decorrere dal 3 marzo 2021, le misure limitative sopra indicate non si applicavano nelle zone bianche, ferma restando comunque l'applicazione delle misure anticontagio. Poi aumenterà la capienza e, in linea con il decorrere dell'emergenza sanitaria, diminuiranno le restrizioni (ibid.).

²⁸ Le restrizioni si vanno a ridurre fino al 15 giugno 2022 quando decade anche l'obbligo di possedere una certificazione verde COVID-19 acquisita a seguito di vaccinazione o di guarigione per accedere allo spettacolo dal vivo.

²⁹ Il progetto Residenze Digitali nasce nel marzo del 2020 durante il primo lockdown decretato dall'incorrere dell'emergenza sanitaria. A seguito della chiusura degli spazi, la domanda che alcuni operatori si sono posti è stata: come continuare a far sì che gli artisti e le artiste si possano dedicare ai loro processi di studio e formazione nonostante la chiusura degli spazi di residenza? L'idea, quindi, è stata quella di portare questo processo di ricerca, creazione e di tutoraggio nel digitale. Il progetto è stato promosso e sviluppato dal Centro di Residenza della Toscana (Armunia – CapoTrave/Kilowatt) in partenariato con l'Associazione Marchigiana Attività Teatrali (AMAT), la Cooperativa Anghiari Dance Hub, l'Associazione Teatrale dei Comuni del Lazio (ATCL) per Spazio Rossellini e nel 2021 sono sopraggiunte altre organizzazioni *partners*, quali il Centro di Residenza dell'Emilia-Romagna che comprende L'Arboreto – Teatro Dimora di Mondaino e La Corte Ospitale di Rubiera, la Fondazione Luzzati Teatro della Tosse di Genova e infine Associazione ZONA K di Milano alle quali si sono aggiunte nella nuova edizione del 2022 il Roma Europa Festival e la Fondazione Piemonte dal Vivo, mentre la Cooperativa Anghiari Dance Hub non è più una realtà partner. Gli artisti e le artiste delle performing arts, invitati sviluppare dei progetti immaginati esclusivamente per l'ambiente digitale, vengono selezionati tramite un bando che prevede un sostegno economico (di 3.5000 euro a progetto) e un tutoraggio, curato da tre tutor esperte in creazioni digitali quali Laura Gemini, Anna Maria Monteverdi e Federica Patti, oltre che un dialogo costante che si sviluppa tra partner, artisti e tutor.

messo in luce delle problematiche già esistenti, facendo emergere la marginalità del mondo dello spettacolo a livello istituzionale e la fragilità endemica di questo settore a livello delle politiche in materia di lavoro e previdenza sociale (Taormina 2021), dall'altra ha accelerato delle tendenze già in atto da tempo, palesate dalla necessaria svolta digitale.

2.1 Le risposte dello Stato italiano alla crisi del settore culturale

Osservando quelle che sono state le misure di intervento, certamente non tempestive, adottate dall'allora Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo (MIBACT) in risposta alla crisi del settore emerge fin da subito una scarsa visione d'insieme del sistema cultura in Italia, palesata in primis dall'impossibilità di «catalogare i soggetti coinvolti e definire le reali esigenze del settore nel suo complesso e quelle dei singoli operatori» (Croppi 2020, p. 42). Quella che emerge anche da uno dei decreti d'emergenza emessi in risposta alla crisi sanitaria, il cosiddetto “Decreto Ristori”, è l'incapacità di pianificare con cognizione di causa una seria e programmata realizzazione degli interventi a sostegno del settore. A dimostrazione di questa incapacità di comprendere le necessità di un settore, il 3 dicembre 2020 è nata, tra luci e ombre, la piattaforma ItsArt³⁰, che l'allora ministro della cultura e del turismo Dario Franceschini definì la «Netflix della cultura italiana» (aprile 2020).

A questa dichiarazione sono seguite molte critiche da buona parte del mondo dello spettacolo dal vivo, ma alcune personalità più lungimiranti del settore hanno vissuto questa

³⁰ ItsArt, la piattaforma digitale della cultura di teatro, musica, arte, live e on-demand è stata promossa da MIBACT insieme a Cassa Deposito Prestiti (CDP) con l'obiettivo di supportare il patrimonio artistico-culturale italiano. CDP partecipa al 51% mentre al 49% sarà partecipata da Chili, una piattaforma italiana di streaming cinematografico mentre il Mibact sarà il controllore del progetto investendo altri 10 milioni di euro provenienti dal Recovery Fund. Le critiche mosse a questa azione sono molte e provengono da più parti. In particolare viene evidenziata in maniera negativa a) la scelta da parte del governo di non potenziare con gli investimenti fatti sulla piattaforma i canali culturali già esistenti sulla televisione pubblica; b) l'impossibilità di successo di questa azione data la scarsità di fondi investiti per un'operazione di questo genere; c) la velocità e la segretezza con cui sono stati firmati gli accordi con l'azienda milanese Chili S.p.a. e con cui è stata siglata l'iscrizione della nuova società nel registro delle imprese a inizio dicembre 2020; d) in ultimo il dominio scelto per il portale, già presente per un sito americano, che potrebbe rivalersi dei diritti. Da dicembre 2022 la piattaforma è in liquidazione a seguito del quantitativo di perdite subite (7,5 milioni di perdita nell'ultimo anno, a fronte di un investimento di 15 milioni di euro, di cui 10 milioni presi dal Decreto Rilancio) e del nuovo Ministro della Cultura, Gennaro Sangiuliano, che, a seguito del cambio di governo, non ha rinnovato i finanziamenti.

nuova prospettiva di condivisione dei contenuti in modo più pacifico, criticando non tanto la piattaforma quanto le modalità in cui è stata ideata. Come precisa Gemini (2021b):

può non essere un caso che una delle critiche più sostanziali dell'operazione del ministero riguardi la mancata condivisione in fase di ideazione e progettuale della piattaforma con coloro che ne saranno più direttamente coinvolti e che rappresentano il sistema culturale e le sue organizzazioni (Gemini 2021b, p. 140).

Le azioni intraprese dal Ministero a seguito della chiusura degli spazi si sono concentrate su a) interventi di ristoro immediati; b) ottimizzazione dell'uso di risorse già disponibili; c) istituzione di fondi di emergenza per azioni di intervento specifiche (tab. 14).

Il primo decreto a favore del settore rientra dentro il cosiddetto "Cura Italia" (D.L. 17/03/2020, n. 18) che concedeva, fra gli altri, l'indennità Inps di 600 euro ai contribuenti ex Enpals – assieme ai molti a Partita Iva o iscritti alla Gestione Separata che operano nel settore – e istituiva un Fondo emergenze dedicato che ammontava a 130 milioni.

L'azione successiva del Mibact (D.M. del 23 aprile 2020) è quella di indirizzare parte delle risorse del decreto "Cura Italia" agli organismi che non godono del sostegno del Fondo Unico per lo Spettacolo (FUS). L'avviso prevede requisiti minimi: oltre a non avere ricevuto il FUS, è necessaria la sede legale in Italia e l'aver svolto tra il 1° gennaio 2019 e il 29 febbraio 2020 almeno 15 rappresentazioni – con contributi previdenziali versati per almeno 45 giornate lavorative – o aver ospitato almeno 10 messinscene. La scarsa efficacia di questi interventi risiede già in questi requisiti che uniformano platee da mille posti a sale che vengono affittate per i saggi di fine anno, i teatranti dalla carriera pluriennale al gruppo amatoriale, per citarne solo alcune delle profonde superficialità che emergono da queste condizioni di accesso.

Il successivo D.L. 19 maggio 2020 n. 34 conferma e anzi incrementa le azioni di supporto prolungando l'Indennità Covid-19 per ulteriori due mesi – a cui vengono ora ammessi anche coloro che hanno versato solo 7 contributi giornalieri nel 2019, non 30 come nel primo intervento – e quasi raddoppiando il Fondo Emergenze.

Il provvedimento successivo interviene anche in materia di finanziamento ordinario, cioè sulla gestione del Fondo Unico per lo Spettacolo (FUS) per il 2020. In particolare, si decide di erogare ai soggetti finanziati nel triennio 2018-2020 un anticipo dell'80% della quota 2019, mentre il rimanente 20% sarà da valutare «tenendo conto dell'attività svolta a

fronte dell'emergenza sanitaria da Covid-19, della tutela dell'occupazione e della riprogrammazione degli spettacoli». Questo intervento “costringerà”, come si vedrà a breve, i teatri e gli artisti beneficiari del FUS a produrre materiale online nel secondo periodo di chiusura.

Infine, il decreto cosiddetto “Decreto Ristori” (D.L. 28/10/2020, n. 137) entra in vigore il 29 ottobre e rinnova, fra gli altri, l'indennità Inps di 600 euro per le lavoratrici e i lavoratori dello spettacolo, confermando il requisito delle 7 giornate lavorative. Vengono aumentati i fondi generali per turismo e cultura ed estesi i provvedimenti economici per i rimborsi dei biglietti acquistati. A questo si aggiungono nelle settimane successive decreti che aumentano di qualche milione di euro sia il fondo ristori che il FUS.

Poi, a novembre 2020 viene pubblicato un avviso pubblico per il contributo di 20 milioni di euro destinati ad attori, cantanti, danzatori, musicisti, altri artisti e maestranze scritturati per spettacoli di teatro, danza, musica, circo. Il contributo arriva a un massimo di 4.000 euro, tra tutti i richiedenti ammessi al contributo, per un ammontare pari al 100% del compenso minimo contrattuale riconosciuto per il totale di giornate lavorative previste dai contratti non eseguiti. A questi vari provvedimenti del Mibact dal valore di 11 miliardi di euro vanno a sommarsi altre misure di carattere generale: dalla cassa integrazione ordinaria e speciale ai fondi integrativi salariali, dai contributi a fondo perduto corrisposti dall'Agenzia delle entrate in base ai codici Ateco settoriali, ai Tax credit speciali per le spese COVID, fino alle misure del Dl liquidità a supporto e garanzia delle imprese. Tutte queste misure adottate hanno sostenuto in primis coloro che avevano un rapporto di lavoro stabile con le istituzioni culturali, ovvero soprattutto le figure organizzative, gestionali, amministrative, che hanno potuto godere per esempio della cassa integrazione. A essere più pesantemente penalizzati sono stati coloro che hanno rapporti di lavoro intermittenti, a cominciare dagli attori, dai tecnici, dai musicisti e da tutte le maestranze che ruotano attorno al mondo dello spettacolo.

EMERGENZA COVID-19 MISURE PER IL SOSTEGNO ALLA CULTURA E ALLO SPETTACOLO (Fonte MINISTERO DELLA CULTURA aggiornata al 18 gennaio 2022)				
Settore	Titolo	Risorse	Data	Norma
Lavoratori dello spettacolo	Indennità speciali per lavoratori autonomi e intermittenti del mondo dello spettacolo e della cultura	252.000.000	17/03/20	DL Cura Italia 18/2020 Art. 38 DL agosto 104/2020 Art. 9 DL Ristori-quater 157/2020 Art. 9 c. 6

	Sostegno agli scritturati per spettacoli non andati in scena	35.900.000	12/11/20	DM 12 novembre 2020 REP. 515 (10.000.000 musica, danza e circo)
			12/11/20	DM 12 novembre 2020 REP. 516 (10.000.000 teatro)
			29/12/20	DM 29 dicembre 2020 Rep. 613 (7.100.000 musica, danza e circo) (8.800.000 teatro)
			05/02/21	DM 5 febbraio 2021 Rep. 69 (3.500.000 teatro, musica, danza e circo)
	Sostegno agli operatori dello spettacolo viaggiante	26.059.840	28/04/20	DM 28 aprile 2020 REP. 211 5.000.000
			23/10/20	DM 23 ottobre 2020 REP. 480 5.000.000
			03/12/20	DM 3 dicembre 2020 REP. 559 5.000.000
			26/03/21	DM 26 marzo 2021 REP. 136 10.000.000
			18/10/21	DM 18 ottobre 2021 REP. 366 1.059.840
	Sostegno ai fornitori di beni e servizi per lo spettacolo	10.000.000	20/11/20	DM 20 novembre 2020 REP. 529 (5.000.000)
			26/05/21	DM 26 maggio 2021 REP. 199 (5.000.000)
	Fondo di garanzia per gli operatori e i lavoratori dello spettacolo a ristoro di eventuali annullamenti successivi alla riapertura nel 2021	10.000.000	12/01/21	DM 12 gennaio 2021 REP. 28
	Sostegno dei lavoratori dello spettacolo dal vivo	90.000.000	02/11/21	DM 2 novembre 2021 REP. 388
Spettacolo dal vivo	Sostegno agli operatori extra FUS	80.600.000	23/04/20	DM 23 aprile 2020 REP. 188 20.000.000
			10/06/20	DM 10 giugno 2020 REP. 278

			6.800.000
		09/11/20	DM 9 novembre 2020 REP. 503 13.400.000
		03/12/20	DM 3 dicembre 2020 REP. 557 -13.400.000
		16/04/21	DM 16 aprile 2021 REP. 162 27.000.000
Sostegno agli operatori circensi	1.000.000	26/03/21	DM 26 marzo 2021 REP. 137
Sostegno alla organizzazione di spettacoli dal vivo all'aperto nella stagione estiva	10.000.000	18/05/21	DM 18 maggio 2021 REP. 188
Sostegno degli organismi nel settore della trasmissione e valorizzazione delle tradizioni popolari	5.000.000	14/10/21	DM 14 ottobre 2021 REP. 354
Contributi FUS 2020 in deroga agli obblighi di produzione	348.000.000	19/05/20	DL Rilancio 34/2020 Art. 183
Sostegno ai teatri privati e alle piccole sale	14.000.000	10/07/20	DM 10 luglio 2020 REP. 313 -10.000.000
		17/08/20	DM 10 agosto 2020 REP. 407
		16/10/20	DM 16 ottobre 2020 REP. 467 4.000.000
Sostegno ai teatri di rilevante interesse culturale, ai teatri di tradizione, ai centri di produzione danza e teatro	5.000.000	16/10/20	DM 16 ottobre 2020 REP. 467
Sostegno al fondo nazionale per la rievocazione storica	1.135.099	16/10/20	DM 16 ottobre 2020 REP. 467
Sostegno alle scuole di danza private	10.000.000	29/10/20	DM 29 ottobre 2020 REP. 487
Incremento Fondo Unico per lo Spettacolo 2021	50.000.000	31/12/20	DM 31 dicembre 2020 REP. 1 (criteri e modalità di erogazione, anticipazione e liquidazione contributi FUS)
		01/01/20	Legge di Bilancio 2021 178/2020

Rifinanziamento del fondo emergenza nel 2021	90.000.000	01/01/20	Legge di Bilancio 2021 178/2020
Campagna di comunicazione per il sostegno alla ripresa della programmazione dei teatri e delle sale da concerto	5.000.000	05/08/21	DM 05 agosto 2021 REP. 292 (2.500.000)
		05/08/21	DM 14 ottobre 2021 REP. 355 (2.500.000)
Sostegno alle cooperative della filiera dello spettacolo	5.000.000	03/08/21	DM 3 agosto 2021 REP. 285
Ammodernamento tecnologico delle sale teatrali per l'ampliamento dell'offerta culturale attraverso lo streaming	20.000.000	14/10/21	DM 14 ottobre 2021 REP. 353
Sostegno della diffusione delle attività teatrali in streaming	20.000.000	18/10/21	DM 18 ottobre 2021 REP. 363

Tabella 14 - Mappatura delle misure di intervento emesse nel corso dell'emergenza sanitaria a sostegno del settore dello spettacolo dal vivo (Fonte MINISTERO DELLA CULTURA aggiornata al 18 gennaio 2022)

2.2 I pubblici dello spettacolo dal vivo alla prova del Covid-19

L'esperienza sociale del consumo dell'arte e della cultura è stata gravemente colpita dalla crisi sanitaria e la disponibilità a trasferirsi nell'online è stata decisiva nel superamento del difficile momento pandemico sia per artisti e per operatori culturali che per i pubblici. Se infatti la funzione sociale del consumo dell'arte si riflette nelle dimensioni creative, affettive e simboliche dei comportamenti dei consumatori (Holbrook, Hirschman 1982; Arnould, Thompson 2005), il suo impatto positivo è stato riconosciuto anche sul benessere e sulla salute mentale per la riduzione della tensione, dell'ansia e della frustrazione (Matarasso 1997; Kim, Kim 2009). Tali impatti positivi emergono chiaramente, come si vedrà a breve, anche dalle indagini emerse dalle ricerche sui pubblici online durante la crisi sanitaria globale.

Nei primi mesi dalla diffusione della pandemia il settore culturale registra una crescente domanda di contenuti digitali direttamente accessibili dalle case. Da una parte c'è un forte incremento del consumo culturale online, a cominciare dal sempre più forte interesse per l'offerta televisiva sulle piattaforme streaming rispetto all'offerta della TV generalista (Indagine Impresa Cultura Italia-Confcommercio, Swg 2020), dall'altra le industrie culturali cercano di rispondere il più possibile a questa crescente domanda, impegnandosi in innovazioni digitali e sistematizzando l'uso di strumenti alternativi per la diffusione dei

contenuti culturali. La caratteristica principale di queste iniziative è in prevalenza quella di presentare un accesso libero e gratuito ai contenuti oltre che di muoversi, almeno inizialmente, in modo confuso e frammentato. Anche se il passaggio all'online non è veramente innovativo (Négrier, Teillet 2020), la crisi ha indubbiamente sollevato alcune fondamentali questioni quali: il ritardo o l'incapacità di alcuni operatori culturali di entrare nell'era digitale in modo efficace; la necessità a breve termine di passare a un formato esclusivamente online, nonché la sostenibilità di tale vincolo; e l'opportunità di raggiungere un pubblico più ampio, compresi nuovi pubblici.

Se da una parte, l'attenzione delle indagini che si sono svolte nell'ambito culturale si è concentrata sulle conseguenze che la pandemia ha avuto sugli attori del settore, dall'altra le ricerche si sono mosse anche sul versante della rilevazione dei comportamenti dei pubblici "nelle case", per cercare di intercettarne gli atteggiamenti, i desideri e le paure. Nella primavera del 2020, momento in cui si è assistito a una prima fase di allentamento delle restrizioni in alcuni paesi, sono stati condotti studi da enti, istituzionali e aziende private di consulenza che hanno provato ad analizzare la propensione futura al ritorno nei luoghi della cultura e i consumi digitali avvenuti durante il confinamento. Le ricerche si sono mosse principalmente su due fronti di indagine: da una parte hanno cercato di intercettare i sentimenti e le aspettative del pubblico in relazione al ritorno nei luoghi di cultura, dall'altra hanno provato a capire come la crisi sanitaria stava influenzando le abitudini di consumo digitale dello spettacolo dal vivo.

2.2.1 Una panoramica delle ricerche realizzate tra il 2020 e il 2021

Prima di passare al *focus* sui principali dati emersi dalle indagini sui pubblici durante la pandemia, è necessario osservare alcune delle problematiche metodologiche più rilevanti. Un dato immediato che emerge dalle indagini raccolte è la forte omogeneità in termini di metodi, tempi e tipologie di domande. La quasi totalità di queste indagini è stata condotta tramite questionari online distribuiti – nella maggior parte dei casi – a partire dalle newsletter e dai social media degli enti che le stavano promuovendo in collaborazione ad altri partner culturali (teatri, associazioni) che contribuivano alla diffusione. Proprio nella modalità di somministrazione risiede la prima questione problematica di queste ricerche, perché se è vero che l'online da un lato facilita il reperimento di una grande quantità di risposte presso il

pubblico di appassionati altrimenti impossibile con altri metodi, dall'altro impone un forte vincolo dato dalla stretta connessione al network di riferimento. Ciò significa che la distribuzione si è basata principalmente su reti di persone appassionate alle arti performative, già prossime all'offerta online, con una *literacy* sufficiente a trovare, comprendere e compilare un questionario digitale. Questo dato emerge chiaramente quando si osservano le caratteristiche dei rispondenti, che evidenziano un alto livello di interesse verso il settore dello spettacolo dal vivo e una buona disponibilità al consumo di altre risorse culturali. Un'altra questione problematica si apre nel momento in cui si osservano le tempistiche della somministrazione: nella maggior parte dei casi sono presi come periodi di indagine dei momenti singoli, molto precisi e limitati a poche settimane – ad eccezione delle poche ricerche più ampie, in particolare quelle di area anglosassone, programmate su diverse fasi di raccolta – che spesso è difficile esaminare come fotografie di un preciso periodo storico di transizione così sconosciuto e così imprevedibile. In ultimo resta una questione aperta anche sulla richiesta di esprimere atteggiamenti su situazioni inedite, spesso chiedendo ai rispondenti di prendere delle posizioni o di esprimere opinioni rispetto a scenari di cui non si è mai fatta esperienza prima.

Far emergere queste problematiche metodologiche non significa evidenziare la non affidabilità dei dati, ma piuttosto descrivere una metodologia che non consente di rispondere ad alcuni interrogativi che potrebbero essere più rilevanti in questo frangente, anche per le programmazioni future, quali: 1) le proposte di spettacolo digitale sono modalità capaci di attrarre nuovi pubblici? 2) sono modalità capaci di fidelizzare i pubblici già presenti? 3) che tipo di proposte sono state seguite maggiormente? 4) in che modo la popolazione complessiva – e non solo quella prossima ai somministratori – ha impiegato o meno questa modalità di fruizione dello spettacolo?

Andando ad esaminare i risultati emersi dalle indagini, le domande più ricorrenti riguardano il tipo di contenuti digitali fruiti e il grado di soddisfazione correlato, la propensione al ritorno negli spazi fisici, la tendenza a pagare per spettacoli digitali e la tendenza a continuare a vedere spettacoli online anche dopo la crisi pandemica.

Ad una prima lettura emerge che: a) è cruciale l'influenza del periodo in cui le ricerche sono state svolte e del grado di diffusione del virus nel momento della somministrazione; b) è fondamentale tenere presente a chi sono stati somministrati i questionari per avere una prima fotografia dei rispondenti (frequentatori abituali/non frequentatori delle arti dello spettacolo

dal vivo); c) è evidente il forte influsso della pandemia sulle abitudini di consumo digitale e sulle aspettative legate al ritorno a fruire in presenza dello spettacolo dal vivo. Tra i dati più interessanti che tendono ad emergere da tutte le prime ricerche c'è la forte mancanza degli eventi dal vivo nelle vite dei rispondenti. Ciò che provoca maggiore nostalgia è «il fermento legato all'evento», «la possibilità di vedere i performer che si apprezzano in carne ed ossa» e «il senso di attesa per qualcosa di speciale», più che «l'essere assieme ad un pubblico di persone affini» (Raines 2020; Castelli *et al.* 2020). Interessante, inoltre, come per la maggior parte del pubblico anglofono, a mancare è anche «la possibilità di sostenere i centri locali della cultura» (Raines 2020, The Pattern Makers 2020, AudienceView, Theatermania 2020). Per quanto riguarda il possibile rientro negli spazi fisici gli spettatori si mostrano molto titubanti in quei paesi dove il virus è più diffuso nel momento della somministrazione del sondaggio e per tutti i rispondenti il rispetto delle misure sanitarie, in particolare il distanziamento fisico e l'uso dei dispositivi di sicurezza, è ciò che farà la differenza nel momento in cui si tornerà nelle sale. Emerge comunque la voglia di tornare a seguire eventi in presenza e in particolare tra il pubblico danese, francese e quello italiano spicca la voglia di riflessione ma connessa al divertimento. In generale tra i fattori che possono incoraggiare il rientro nei luoghi della cultura emergono lo svolgersi degli eventi *en plain d'air*, le sedute distanziate e l'obbligo di prenotazione, mentre risultano fattori scoraggianti le lunghe attese e l'impossibilità di stare vicino alle persone con cui si è scelto di partecipare.

Passando alla fruizione digitale, alcuni dati rilevanti rispetto ai cambiamenti nei consumi mediali emergono da una ricerca fatta sui consumatori americani attraverso due diverse fasi di raccolta dati – la prima a dicembre 2019 (fase pre-Covid-19) e la seconda a maggio 2020 (fase Covid-19). Per questi ricercatori non è giusto parlare di un *before and after* quanto piuttosto di un *before and faster* (Edelman, Hurley, Gangopadhyay 2020): la pandemia ha accelerato delle modifiche già in atto da tempo e in questo senso l'aumento dei consumi digitali corrisponde anche all'aumento della fruizione digitale degli spettatori dello spettacolo dal vivo che si registra diffusamente tra le ricerche. Durante la pandemia, i contenuti culturali digitali sembrano aver svolto un ruolo importante nel mantenere attivo il contatto con il pubblico e nel sostenere il suo benessere durante la crisi. La maggior parte dei rispondenti ha provato per la prima volta nuove attività sul digitale e tra quelle più popolari sono emerse la visualizzazione di eventi in live streaming e la visione di video in compagnia di altri tramite una piattaforma social media, un'applicazione web o di videoconferenza (AudienceView,

Theatermania 2020), i workshop e le opportunità di apprendimento in tutte le forme d'arte (The Pattern Makers 2020) e la scoperta di artisti o lavori che non si conoscevano (The Pattern Makers 2020; Castelli *et al.* 2020).

Un altro dato interessante che emerge da tutte le ricerche è la percentuale abbastanza alta di persone intercettate che dichiarano che continueranno a fruire di questi contenuti anche successivamente alla crisi pandemica, ma pagando un prezzo inferiore allo spettacolo dal vivo. Quest'ultimo dato fa emergere fortemente un problema che è legato alla gratuità (Radermecker 2021): si parla infatti per la maggior parte di iniziative per cui solo una minoranza è disposta a pagare un prezzo comparabile con quello della fruizione nello spazio fisico. Fondamentale sarà mantenere viva l'attenzione su questa tematica e continuare, come avviene già in alcuni casi, a proporre programmazioni online che prevedano un contributo anche minimo affinché il mantenere in vita il rapporto con il pubblico non diventi un ulteriore fattore di svalutazione del lavoro artistico e culturale.

Guardando più nello specifico al panorama delle ricerche emerse in ambito italiano tra i dati più interessanti che si rilevano c'è la forte nostalgia degli eventi dal vivo: per gli spettatori a mancare dell'esperienza dal vivo è «l'esperienza in presenza della performance» (69,5%) più che «l'incontro con gli altri spettatori» (18,5%) (Castelli *et al.* 2020), dato simile a quanto riscontrato dalle altre ricerche (Raines 2020; The Pattern Makers 2020). Oltre al rispetto delle misure sanitarie imposte, il pubblico italiano si sente più al sicuro in due tipologie di luoghi di spettacolo, quali gli eventi medio/piccoli all'aperto con posti a sedere e i teatri o strutture di medie/grandi dimensioni con posti a sedere (Castelli *et al.* 2020). Andando ad osservare la partecipazione online, i rispondenti sono per la maggior parte soddisfatti dei contenuti fruiti, anche se sottolineano la preferenza per la performance dal vivo. La maggior parte inoltre sarebbe disposta a continuare a usufruire di questo tipo di contenuti e sarebbe disposta a pagare, soprattutto per quei contenuti creati appositamente per l'online, ma mai quanto per l'esperienza dal vivo. Fanno eccezione i pubblici della musica indipendente (Pastore 2020) per i quali l'online non ha rappresentato un canale di fruizione soddisfacente. Un altro dato che emerge dall'unica indagine italiana che non intercetta un pubblico di già fruitori dello spettacolo dal vivo (Indagine Impresa Cultura Italia-Confcommercio, Swg 2020) e che trova anche conferma in precedenti ricerche anglosassoni sulla *digital audience* che evidenziano come ci sia una forte continuità tra pubblico online e offline (London M. T. M 2010; Walmsley 2016) è che i contenuti culturali proposti dal settore

dello spettacolo dal vivo non sono stati fruiti da questa tipologia di pubblico che ha preferito altri contenuti culturali.

Osservando, invece, alcune dati sulla fruizione digitale emersi in altri paesi, ci sono quelli raccolti tra aprile e settembre 2020 da *JCA Arts Marketing*, una società di consulenza americana che sviluppa strategie di coinvolgimento del pubblico per le arti, attraverso sei organizzazioni di differenti zone degli USA emerge: al contrario dei dati italiani emersi da Indagine Impresa Cultura (2020), il 43% del pubblico digitale che ha guardato i prodotti online offerti dai teatri non aveva mai assistito a spettacoli teatrali in presenza e ciò dimostra che le performance digitali potrebbero avere un grande potenziale per l'*audience development*. Emerge, inoltre, come anche le modalità d'acquisto cambino tra online e offline: gli spettatori abituali sono disposti a pagare di più per un evento online e, a differenza del pubblico in presenza, prenotano i biglietti quando la data dello spettacolo è imminente. Altro dato che emerge dall'ambito dello spettacolo dal vivo americano nella ricerca di TheaterMania, agenzia che studia costantemente i consumi culturali del pubblico americano dello spettacolo dal vivo, raccolti a giugno 2021, è che nonostante il forte desiderio di tornare in teatro la richiesta di mostrare la vaccinazione o la negatività al tampone all'ingresso degli eventi influisce sulla scelta di tornare in presenza: il 54% del campione si sentirebbe più al sicuro contro il 46% che ne resta indifferente. Infine, continua la tendenza al rialzo delle persone che pagano per gli eventi virtuali: 71,8% degli intervistati contro il 64,5% di dicembre 2020 e il 26,4% di maggio 2020 (Theatermania 2021).

Dalle ricerche più recenti, emerse sia in Italia che nel mondo anglosassone nel corso del 2021, momento quindi di progressive riaperture, si rileva come i rispondenti siano propensi a continuare a combinare anche in futuro la fruizione digitale e fisica. In particolare, dalla ricerca italiana *La cultura attraverso l'innovazione digitale*³¹ (Paschina 2021), oltre ai dati evidenziati dalle precedenti ricerche, emerge che c'è un grande aumento dei podcast soprattutto tra i giovani (il 70% ha tra i 18 e 24 anni) e che per i giovani i social media rappresentano lo spazio per informarsi sui podcast (il 50% mentre il 28% si informa tramite passaparola e il 26% tramite programmi radiofonici); infine si evidenzia anche qui come il

³¹ La ricerca in questo caso è stata svolta attraverso delle interviste online (CAWI) da Intesa San Paolo con il supporto di Ipsos e si è articolata in due ondate, una nell'autunno 2020 e una nella primavera 2021 su un campione rappresentativo di 1.000 persone con un focus di 200 interviste sui fruitori abituali di offerta culturale.

ritorno alla normalità non sembri per ora limitare la fruizione digitale: il 50% tornerà alla fruizione dal vivo ma per il 25% l'esperienza online ha lasciato la voglia di continuare anche questa modalità di fruizione e il 9% sposterà delle iniziative in presenza online; la fruizione da remoto aumenterà soprattutto per le donne e chi ha già predisposizione alla cultura, ama la tecnologia e ha un titolo di studio elevato.

Le ultime indagini effettuate da The Audience Agency nel Regno Unito nel 2021 si concentrano sull'impatto delle disuguaglianze nella fruizione culturale esacerbate dal Covid-19. In particolare, il report del febbraio 2021 fornisce prove a sostegno della seguente tesi: 1. la partecipazione culturale era diseguale prima del Covid; 2. gli impatti della pandemia hanno rafforzato le disuguaglianze esistenti; 3. ulteriori disuguaglianze si sono sviluppate a seguito dell'impatto sulla salute e vaccinazione; 4. il risultato potrebbe essere un aumento della disuguaglianza della partecipazione culturale nel futuro. Gli impatti negativi della pandemia in termini di tempo e di denaro tendono a ricadere su coloro che sono più giovani, appartengono a etnie nere, asiatiche, miste e di altro tipo, provengono da fasce della popolazione e aeree meno abbienti, sono disabili, sono femmine. Molti di questi gruppi sono già sottorappresentati nella fruizione in presenza e l'impatto della pandemia rischia quindi di accentuare le disuguaglianze. Infine, dai report successivi (autunno 2021) emerge da una parte l'interesse per l'interattività digitale che ha caratterizzato le iniziative culturali, dall'altra un rinnovato timore a partecipare in presenza tanto che le persone segnalano che si aspettano di impegnarsi meno in generale con l'arte e la cultura nei prossimi mesi. Tali dati si confermano negli ultimi report di The Audience Agency pubblicati nell'autunno 2022: emerge che la partecipazione culturale è progressivamente salita fino ad arrivare al 90% e anche le attività artistiche online continuano ad attrarre un pubblico più giovane e più eterogeneo dal punto di vista etnico. Inoltre, è interessante evidenziare che i rispondenti prevedono che in futuro la partecipazione in presenza sarà meno frequente rispetto al periodo pre-pandemia, e i loro impegni si concentrerà in attività culturali più locali (e a basso costo) rispetto al passato.

Uno degli ultimi e più approfonditi report sull'impatto della pandemia sui pubblici dello spettacolo dal vivo è emerso in area anglosassone a febbraio 2022. Edito dal Centre for Cultural Value con il titolo di *Culture in Crisis: impacts of Covid-19 on the UK cultural sector and where we go from here*, il report fa una panoramica di come l'impatto della pandemia sui pubblici sia cambiato nelle varie fasi di diffusione prima e di rallentamento delle misure sanitarie poi facendo emergere come la maggioranza del pubblico si aspetti che il Covid-19

avrà ancora un impatto sulle nostre vite e attività anche in futuro. Da questi dati emerge il rafforzarsi dell'impegno digitale e un nuovo appetito per approcci ibridi dal vivo e digitali. Sebbene in questa fase di raccolta (autunno 2021) i livelli di coinvolgimento digitale siano in calo, i rispondenti si aspettano che il digitale avrà un ruolo sicuramente maggiore nella fruizione culturale dei pubblici rispetto al passato.

Nelle prossime ricerche sarà necessario, per esplorare il potenziale della digitalizzazione nell'ambito delle *performing arts*, esaminare l'impatto del digitale sui pubblici e la loro esperienza di consumo, dal momento che molti dei tradizionali modelli di fruizione sono destinati a cambiare. Nella prospettiva futura sarà perciò sempre più importante continuare a osservare il pubblico come uno *spettatore migrante* (Trimarchi 2020) tra spazi fisici e spazi digitali. Sarà, inoltre, necessario comprendere in modo più specifico che cosa ha fatto online il pubblico del teatro, quali tipi di contenuti medialti legati o meno alle *performing art* hanno consumato gli spettatori assidui, ma anche quale pubblico ha seguito il *teatro online*. In entrambi i casi sarà essenziale una stretta cooperazione fra metodi quantitativi e qualitativi: se da una parte si tratterà di tracciare quanto e quando le iniziative hanno funzionato, dall'altra bisognerà sondare le esperienze spettatoriali prodottesi in questa situazione.

3. Il teatro digitale prima e durante la pandemia: un contesto di studio

Nel paragrafo 5 del primo capitolo è contestualizzato uno dei blocchi tematici e di ricerca che fa da sfondo a questa disamina: si tratta del *framework* della mediatizzazione (Krotz 2007; Hjarvard 2008; Boccia Artieri 2015; Hepp, Couldry 2017) atto a osservare le trasformazioni strutturali legate al ruolo dei media nella società, e quindi nell'ambito del sistema spettacolo dal vivo. Far convergere le riflessioni in questo campo di ricerca, che analizza non solo il mutamento dei media ma gli effetti più ampi che tali processi hanno sulle diverse istituzioni sociali e sulle differenti pratiche della vita quotidiana (Boccia Artieri 2022), non rivela una svolta di paradigma, ma consente di utilizzare la mediatizzazione come un «concetto guida utile per l'esplorazione empirica delle trasformazioni sociali che tenga conto di come si sia oggi intensificato il livello di saturazione mediale dell'interazione sociale» (Boccia Artieri 2015, p. 66). In questo senso si tratta allora di osservare l'ambiente delle *performing arts* come dimostrazione della mediatizzazione del sociale, osservando cioè come

logiche e immaginari mediatici modificano la costruzione sociale dei confini dell'evento teatrale (Gemini 2015).

Come accentato nel suddetto paragrafo, il rapporto tra teatro e media digitali è uno degli ambiti di riflessione più fruttuosi negli studi sul teatro e sulla performance (Birringer 1998; Gemini 2003; Balzola, Monteverdi 2004; Chapple, Kattenbelt 2006; Dixon 2007; Salter 2010) e ha una storia di lungo corso che precede la crisi sanitaria. La pandemia dal canto suo ha messo in evidenza l'emergenza di uno stato di necessità inedito per il settore delle *performing arts* innescando, come si vedrà a breve, ulteriori linee di analisi rispetto ai rapporti tra teatro e mediatizzazione. Nei mesi del lockdown e del trasferimento nell'online di "teatri" e pubblici, infatti, i rapporti tra teatro e mediatizzazione si sono esplicitati attraverso tre ambiti di applicazione della mediatizzazione sul teatro (Gemini, Brilli, Giuliani 2020):

1) la mediatizzazione della drammaturgia nei termini della transmedialità della narrazione teatrale, emersa attraverso differenti dinamiche quali a) l'impiego del *dispositivo seriale* (Gemini 2016b; Del Gaudio 2017), b) la logica del palinsesto, c) l'*adattamento del testo alla piattaforma* e d) le forme di *drammaturgia partecipativa*;

2) la mediatizzazione della presenza, osservabile attraverso la sperimentazione sulle diverse gradazioni di *liveness* digitale. Centrale è in questo contesto osservare la *liveness* dal punto di vista fenomenologico, cioè non come caratteristica in sé di un oggetto artistico, né soltanto come un suo effetto, ma come una forma che si basa sull'accettazione di un nuovo patto spettatoriale, che riarticola l'*hic et nunc* nella continuità fra offline e online. In questo senso le dinamiche che si sono attivate hanno cercato di riprodurre il carattere effimero dell'oggetto teatrale lavorando o sulla *costruzione del senso del luogo*, nella condivisione di materiali d'archivio e non solo per un preciso lasso di tempo, scegliendo quindi di renderli impermanenti, o combinando *interattività e ricomposizione del senso del luogo*, attraverso l'utilizzo di piattaforme di *web conferencing*;

c) la mediatizzazione della relazione teatrale a partire dal ruolo giocato dai social media. La presenza quotidiana online di artisti e teatri in quei mesi ha evidenziato come, oltre alla promozione, il ruolo giocato dai social media sia centrale nel mantenere viva la relazione con il proprio pubblico di riferimento evidenziando come in alcuni casi lo sviluppo di questi rapporti comporti una spinta verso un tipo di performatività che entra nella narrazione delle storie personali (Page 2012; Lavander 2016), così come nelle tecniche di gestione della visibilità e della celebrità (Marwick 2013). Il discorso si inserisce dentro il più ampio

dibattito sui rapporti tra teatro e social media che già da anni si produce intorno alla possibile ridefinizione del rapporto tra performer e spettatori con chi da una parte evidenzia il carattere democratizzante di questi ultimi (Sant 2014) e chi dall'altra sottolinea la stretta continuità tra pubblico offline e online (Walmsley 2019) eliminando quindi il dubbio infondato che le iniziative online vadano a “svotare” le platee dei teatri.

Sin dalle prime fasi della pandemia, queste dinamiche di mediatizzazione sono diventate visibili a un pubblico ampio e non specializzato (Gemini, Brilli, Giuliani 2020). Laddove Internet e i social media sono diventati per molti mesi l'unica interfaccia tra il settore teatrale e il suo pubblico, la performance digitale si è diffusa a livello globale. Tuttavia, questa transizione non è stata priva di attriti o disuguaglianze. Primo fra tutti emerge il divario digitale riguarda sia il pubblico che i professionisti (Kulesz 2020; Radermecker 2021; Walmsley *et al.* 2022). La corsa ai contenuti digitali ha rivelato, infatti, alcune disparità tra le istituzioni e le industrie culturali, alcune delle quali erano meno aperte e preparate di altre a far fronte allo *shift* digitale. Mentre la crisi è stata proficua per le industrie per le quali l'innovazione e la digitalizzazione sono strategie fondamentali nel loro modello di business (ad esempio, le piattaforme di streaming come Netflix, Spotify, Amazon Video, ecc.), molte istituzioni tradizionali come musei e teatri sono rimaste indietro in questo processo di innovazione e non hanno avuto altra scelta se non quella di ripensare rapidamente le loro modalità operative aumentando la loro visibilità online, creando nuovi contenuti e digitalizzando le loro collezioni.

In secondo luogo, tali disparità nelle competenze digitali hanno influenzato indirettamente la capacità degli artisti di riadattarsi al campo digitale. Soprattutto nella prima fase di lockdown, quando le esibizioni in casa erano più frequenti, le disuguaglianze iniziali hanno pesato, ad esempio, sulla possibilità per i danzatori di continuare le prove in casa, visto lo spazio limitato a disposizione (Tsitsou 2021). Artisti e festival hanno dovuto reinventarsi rapidamente, e nella maggior parte dei casi senza alcuna esperienza pregressa, come “creatori di contenuti” (Elsden *et al.* 2021) per sopravvivere nella nuova economia digitale. Inoltre, anche per gli artisti performativi più pronti ad adattarsi non è stato facile, visti i continui cambiamenti della situazione sanitaria e legislativa, concentrarsi su un percorso di transizione stabile, aumentando così lo stato precario esistente (Jeziński, Lorek-Jezińska 2021).

Un'ulteriore fonte di disuguaglianza è stata l'accesso dissimile alle misure di sovvenzione, che in alcuni casi ha prodotto risentimento tra i sovvenzionati e coloro che

hanno continuato a lavorare (Walmsley *et al.* 2022), come emergerà in modo particolare anche dalla ricerca sul caso di studio *Marche Palcoscenico Aperto*.

Se da una parte la mediatizzazione è la lente che permette di osservare l'emergere e il diffondersi delle iniziative nate durante le differenti fasi di diffusione della pandemia da Covid-19, dall'altra sarà necessario nei prossimi anni continuare ad osservare questi processi dentro la più ampia svolta di paradigma che contraddistingue gli studi più recenti, ovvero quello della *platform society* (Van Dijck, Poell, de Waal 2019; Poell, T., Nieborg, D. B., Duffy, B. E., 2022). Secondo gli studiosi, infatti, le piattaforme online non stanno provocando una rivoluzione quanto piuttosto, con il loro insinuarsi nelle istituzioni offline, stanno modificando le strutture sociali stesse e le pratiche che strutturano le società democratiche, precisando che «le piattaforme non *riflettono* il sociale: *producono* le strutture sociali nelle quali viviamo» (Van Dijck, Poell, de Waal 2019, p. 24). È in questo contesto che, superata la dicotomia teatro-non teatro, inserita nell'ormai superato paradigma della co-presenza di attore e spettatore (Phelan 1993; Fischer-Lichte 2004), sarà interessante osservare come e se la piattaforma stia modificando anche le dinamiche che regolano i rapporti tra i diversi attori sociali che operano nel sistema dell'arte, dentro al quale risiede il settore delle *performing arts*; è in questo processo di costruzione della realtà, dove online e offline fanno parte della medesima sfera sociale, che il processo di piattaforma stia costruendo, come già accade per i sistemi educativi, sanitari, economici, politici, informativi non solo le pratiche quotidiane ma anche nuovi regimi di valori e nuove forme economiche (Van Dijck, Poell, de Waal 2019) e quindi nuovi dispositivi di potere che vanno a creare nuove forme di disuguaglianze o ad acutizzare quelle già esistenti.

4. Le innovative sperimentazioni di teatri e artisti durante la pandemia

L'Italia, come detto nei paragrafi precedenti, è stato il primo paese europeo ad entrare in lockdown totale e questa situazione, prolungata per svariati mesi, ha provocato la chiusura di tutti gli spazi dedicati alla cultura. Come reazione immediata a questa situazione, sin dalle prime fasi del lockdown si è assistito alla messa in campo di diverse iniziative online, sia a livello nazionale sia internazionale, volte a garantire la presenza dei contenuti performativi e ad alimentare la relazione a distanza con i pubblici. Per osservare le azioni che teatri e artisti hanno sviluppato in risposta alla crisi sanitaria si procederà con una periodizzazione che andrà

a mappare le tre differenti fasi che hanno caratterizzato la diffusione del Covid-19 in Italia (Gemini *et al.* 202e): a) la prima fase di lockdown dal 9 marzo al 15 giugno 2020, ovvero il *Teatro nel Lockdown*; b) la fase 2 e la parziale riapertura degli spazi di spettacolo dal 16 giugno al 25 ottobre 2020, ovvero il *Teatro del distanziamento*; c) la nuova fase di contenimento della pandemia dal 26 ottobre al 30 aprile 2021, ovvero *La scena senza platea*. Tale classificazione osserverà come lo spazio del teatro è stato ripensato nelle varie fasi della pandemia, tra online e offline.

4.1 Il Teatro nel Lockdown: lo shift nell'online come prima risposta al lockdown

Durante la prima e più stringente fase di confinamento, denominata *Teatro nel Lockdown*, ciò che ha caratterizzato le azioni di operatori e artisti è non tanto l'utilizzo dello spazio online quanto la caratterizzazione non teatrale dello spazio in cui si svolgevano tali operazioni, scene *rimediate* tra i differenti medium e i limitati spazi del quotidiano. La prima ondata di azioni, mosse più dall'immediato che da un ragionamento effettivo sul dispositivo che si stava occupando, è stata caratterizzata dalla necessità di essere presenti “nonostante tutto”. Le azioni che hanno caratterizzato questa fase si possono sintetizzare con: a) l'apertura degli archivi, alla quale hanno aderito sia teatri che singole compagnie attuando differenti modalità di messa in visione. In questo caso ciò che è rilevante evidenziare è come la costruzione dell'evento sia stata spesso accompagnata dalla logica del palinsesto, come nel caso degli spettacoli programmati da ERT sul canale della Regione Emilia-Romagna Lepida Tv, o nel caso della rassegna *#Indifferita* curata dalla compagnia romana Frosini-Timpano, composta attraverso video di spettacoli disponibili su YouTube per la sola durata di una serata. Ci sono stati anche i casi in cui l'apertura dell'archivio è sfociata in vere e proprie sperimentazioni sulla drammaturgia in senso mediale di adattamento del testo alla piattaforma (Gemini, Brilli, Giuliani 2020) come la compagnia Fortebraccio Teatro che ha *rimediato* lo spettacolo *Cantico dei Cantici* in playlist Spotify; o ancora la compagnia Frosini/Timpano che con la rassegna *Teatro a tradimento* ha rimediato i vecchi spettacoli trasformandoli tramite l'uso di *messaging app* in spettacoli vocali one-to-one per la piattaforma WhatsApp; b) i reading di opere letterarie inaugurati sia da singoli attori, che dalle loro pagine social hanno iniziato la lettura di poesie o romanzi, sia dall'associazione culturale Capotrave / Kilowatt, il primo ente istituzionale che ha chiesto a lettori e lettrici di eccellenza di leggere

C'era due volte il Barone Lamberto di Gianni Rodari. A questa tipologia di iniziative hanno aderito anche i Teatri Stabili e un caso, tra gli altri, è la rubrica degli *Aperitivi letterari*, organizzata dal Teatro Stabile del Veneto, che ha inaugurato l'appuntamento con la lettura in pillole video di 10 minuti de *L'amore ai tempi del colera* di Gabriel García Màrquez, letto dagli allievi della Accademia Teatrale Carlo Goldoni.

Nel momento in cui si è effettivamente realizzato che la chiusura si sarebbe protratta a lungo, sia artisti che operatori hanno iniziato a riflettere creativamente sul medium utilizzato. Anche in questo caso si possono rintracciare, per semplificare la mappatura, due modalità principali di azione, distinguibili nella tipologia di spazio utilizzato per il processo di creazione.

Nel primo caso lo spazio domestico si fa spazio scenico all'interno del quale si svolge la "narrazione" sia coreografica che teatrale. È il caso del *Decreto Quotidiano*, messo in scena online dall'attore e regista Michele Sinisi, che rimedia quello che è il format politico più in auge nel tempo pandemico. Ogni giorno, indicativamente all'ora di pranzo, la diretta Facebook dalla cucina di casa Sinisi e famiglia si connette con gli spettatori trasmettendo notizie dal tempo vissuto in quarantena, applicando così la funzione narrativa del teatro all'interno del formato *live stream*. È il caso di *Home sweet Home* e *Giorni* della compagnia EgriBiancoDanza su Youtube o *ImeterCloser* di AterBalletto su Rai5 o *Call My name* di Fabrizio Favale / Le Supplici, un progetto di danza su WhatsApp ospitato all'interno della rassegna online *Now/Everywhere* organizzata dal circuito teatrale marchigiano AMAT: si tratta in tutti i differenti casi di azioni coreografiche nate all'interno degli appartamenti o spazi limitrofi dove i danzatori erano confinati. È il caso, ancora, della serie di micro-narrazioni ideata dalla compagnia bolognese Teatrino Giullare *Diario dei nostri giorni felici* che vedono i due protagonisti dei *Giorni Felici* di Beckett, fisicamente bloccati in un eterno presente, inserirsi precisamente nella stasi che si stava vivendo dove anche i loro assurdi dialoghi riescono a prendere nuova linfa per rinnovarsi. Anche qui gli "artifici", come la compagnia definisce i suoi *puppets*, si muovono nello spazio domestico riallestito creativamente e messo online su Instagram.

Accanto allo spazio domestico troviamo anche lo sviluppo di spazi performativi interamente mediali. In questo caso lo spazio scenico è dato dal medium utilizzato, dal telefono alle piattaforme per lo streaming radiofonico, dalle piattaforme di videoconferenza ai social media. La compagnia Cuocolo/Bosetti ha riattivato un vecchio spettacolo al telefono

per un singolo spettatore, *Theatre on a line. A labyrinth made of all the paths one has taken*, che è stato ospitato da vari teatri, quali ad esempio Marche Teatro che ha proposto, sul modello sviluppato dallo scrittore/attore francese, Fabrice Melquiot, per il Théâtre de la Ville di Parigi, i *Consulti poetici*, ovvero poesie lette al telefono da attori come medicina dell'anima. Il medium radiofonico è reinventato nelle drammaturgie in podcast di Radio India sulla piattaforma Spreaker, create dal collettivo di artisti Oceano Indiano (Muta Imago, mk, DOM, Fabio Condemini, Industria Indipendente) residente al Teatro India di Roma, in collaborazione con l'attrice Daria Deflorian. Le piattaforme di videoconferenza come Zoom, al centro della vita lavorativa durante il lockdown, sono usate come spazio scenico dove riadattare lavori precedenti, come fatto da *Ora pro nobis* del Teatro di Dioniso o *Hamlet Private* di ScarlattineTeatro_Gnab collective.

Lo spazio *ricordato* delle performance registrate, quello *casalingo* di reading e spettacoli domestici e quello *immaginato* delle performance mediali sono le tre principali modalità con cui è stato rimediato lo spazio teatrale nella prima fase del lockdown, fino alla parziale riapertura del 15 giugno 2020.

4.2 Il Teatro del distanziamento: ripensare gli spazi nel post-lockdown

L'iniziativa che ha inaugurato la fase 2, ovvero *Il teatro del distanziamento*, è stata organizzata da AMAT allo scoccare della mezzanotte tra il 14 e il 15 giugno: Ascanio Celestini, uno dei più importanti narratori della scena italiana, ha messo in scena sul palco del Teatro Sperimentale di Pesaro il suo *Radio Clandestina*, spettacolo che nel 2000 ha consacrato l'artista a livello nazionale. A seguire questa prima azione avvenuta in uno spazio teatrale, che ha rispettato fin da subito le nuove norme anti-contagio tra misurazione della febbre all'ingresso, disinfezione e Dpi obbligatori, c'è stato il debutto nel pomeriggio del 15 giugno, questa volta *en plain air* in Piazza della Pace nel Comune di Castel Maggiore (Bo) di *Lapsus Urbano // Il primo giorno possibile*, uno spettacolo audio-guidato della compagnia Kepler-452, scritto durante la quarantena.

Come già questi due casi evidenziano, questa fase intermedia è caratterizzata dalla presenza di spazi teatrali "vincolati" dal rispetto di tutte le procedure necessarie al contenimento del virus, e quindi contraddistinti per la limitata presenza di pubblico e per la programmazione di un certo tipo di teatro fatto prevalentemente da monologhi o da

drammaturgie originali rilette in chiave del distanziamento: in questo senso ha operato la Compagnia Menoventi per portare in scena, in primis sul palco del Ravenna Festival, il loro spettacolo *Buona permanenza al mondo*, mantenendo quindi gli attori distanziati sul palco e con tutte le limitazioni attive per il pubblico.

Anche in questa fase si possono osservare le molteplici modalità di messa in scena attraverso l'utilizzo delle differenti tipologie di spazio: a) la reinvenzione scenografica dello spazio teatrale per rispettare creativamente le regole del distanziamento: è il caso del Teatro La Fenice di Venezia, dove il tradizionale rapporto scena/platea è stato ribaltato e gli spettatori sono accolti all'interno di un'installazione permanente che evoca la chiglia in legno di una nave in via di costruzione, posta su quello che era il palcoscenico, b) l'utilizzo creativo dello spazio all'aperto, come lo spettacolo *L'Attore nella scatola di cristallo* di Marco Baliani/Marche Teatro, dove gli attori recitano all'interno di teche di vetro posizionate nella piazzetta davanti al Teatro delle Muse. Altro esempio in tal senso è quello rappresentato dai festival e dalle rassegne che sono tornate a spazi pubblici *outdoor*, segnando una sorta di ritorno alle origini: è il caso del Ravenna Festival che si è svolto interamente all'interno della Rocca Brancaleone, da dove nel 1990 partì la prima edizione del festival; è il caso anche del Festival di Santarcangelo, diretto in quel momento dalla compagnia Motus, che nell'edizione ridotta dell'estate 2020 ha simbolicamente riabitato tutti gli spazi della città, ripercorrendo così le origini "on the road" di uno dei più importanti festival italiani del contemporaneo, che tra le altre cose festeggiava quest'anno i cinquant'anni di programmazione; al contrario il festival multidisciplinare Gender Bender, che fin dalle sue origini è disseminato in vari spazi al chiuso della città di Bologna, si è svolto totalmente all'aperto immergendosi nel verde urbano del parco del Cavaticcio i dodici giorni di programmazione; c) lo spazio *blended*, costituito cioè dalla doppia modalità di fruizione degli eventi, sia online che offline; questa prassi, nata dalla necessità di risolvere il problema degli immediati *sold out* dovuti alla limitazione dei posti, ha da un lato evidenziato il grande desiderio del pubblico italiano di tornare a seguire lo spettacolo dal vivo, dall'altra ha fatto emergere una possibile via per risolvere un problema di logistica che da anni grava sui festival estivi e che si è ulteriormente complicato a causa delle norme del distanziamento. Il Ravenna Festival ha operato con questa doppia modalità attivando sul suo sito una pagina dedicata al *live streaming* di tutti gli spettacoli; così ha fatto il Napoli Teatro Festival optando però non per lo streaming di tutti gli spettacoli del cartellone ma proponendone solo alcuni sulla piattaforma della regione

Campania. Il Romaeuropa Festival, che si è interrotto prima del termine a causa della nuova fase di confinamento scattata il 26 ottobre, ha ampliato la programmazione dal vivo sia con spettacoli che integrano l'*on stage* con il live su piattaforme di comunicazione (come ad esempio fa la regista greca Elli Papakonstantinou) sia con progetti specifici in streaming: come *Table Top Shakespeare: At Home Edition* dei Forced Entertainment, oppure i progetti digitali on line de LaTurbo Avendon, di Alexander Whitley, di Mara Oscar Cassiani.

Tanti sono in questa fase i teatri ancora chiusi, in particolare i tanti piccoli teatri storici che della prossimità con la comunità hanno fatto il loro punto di forza. Tanti sono i festival che sono stati cancellati, tanti i festival che sono slittati dalla primavera all'autunno generando un *overload* di eventi tra settembre e ottobre, tanti i festival che hanno formulato più e più volte le programmazioni per adattarsi alle imprevedibili condizioni dettate dalla pandemia. In questo tempo estivo di programmazioni sperimentali i festival si sono molto interrogati sul loro ruolo, e in qualche modo sul ruolo dell'arte stessa, continuando a rispondere a quella che è la loro vocazione principale di essere luoghi d'innovazione e di pensiero. Già durante il lockdown alcuni festival si erano ripensati per essere spazi di incontro oltre il confinamento, come ha fatto il Festival di Santarcangelo creando il gruppo aperto su facebook *DREAM SUQ*, un luogo di condivisione dove articolazioni di differenti livelli di presenza si innescano attraverso la condivisione dei propri immaginari legati al futuro. Questi spazi di scambio che si sono accumulati nel web durante la prima fase, si sono ulteriormente praticati tra online e offline nella seconda fase per riflettere sul senso di quanto accaduto nei mesi del lockdown, sul senso della riapertura e sulla possibilità di guardare ai limiti come un'opportunità per cercare nuove modalità di relazione con la città e di coinvolgimento dei cittadini, un po' inconsapevoli di quello che l'arrivo dell'inverno avrebbe di nuovo provocato.

4.3 *La scena senza platea: ritorno agli spazi teatrali senza pubblico*

Il 26 ottobre segna per l'Italia l'ingresso in un'ulteriore fase di contenimento del virus e per gli spazi culturali si prospettano nuove limitazioni.

Al contrario però della fase precedente, quella del *teatro nel lockdown*, i teatri possono essere usati dagli artisti che lavorano come spazi di residenza. Inoltre, le misure a supporto del settore prevedono finanziamenti per chi prosegue la programmazione di attività online, creando una tensione verso il digitale non scevra da problematiche legate alla disparità fra

inclusi ed esclusi dall'opportunità tecnologica. Infine, ci troviamo in un momento in cui si è compiuta una parziale assimilazione delle esperienze e delle riflessioni emerse nei mesi precedenti sulla performance digitalmente mediata. Questi fattori sono quelli che caratterizzano questa come la fase della *scena senza platea*, ossia del teatro che recupera spazi extra-domestici ma che è costretto a incontrare il pubblico fuori dalla canonica relazione fra palcoscenico e platea. Per gli artisti indipendenti, senza residenze e senza teatri, si prevede un nuovo momento di blocco, che viene però superato, almeno da alcuni, reinventando nuovi formati dal vivo che vanno a cercare gli spettatori dentro le loro case.

Anche per questa fase allora si possono osservare le molteplici modalità messe in atto da artisti e operatori per continuare a lavorare nella prospettiva di incontrare i propri pubblici attraverso le diverse declinazioni dello spazio teatrale: a) spazi di residenza, che comprendono sia le residenze creative che tutti quei teatri che operano come spazi per lo studio; singolare, in questo caso, l'operazione del Teatro Bellini di Napoli che ha creato il progetto *Zona Rossa* rifacendosi al format televisivo del *reality show*: sei artisti (2 drammaturghi/registi, 2 attori, e 2 attrici) sono rimasti chiusi nello spazio del Bellini in attesa della riapertura dei teatri e in quel frangente il pubblico entrava nel processo creativo durante le dirette streaming sul canale YouTube del teatro; b) spazi teatrali che si fanno studi radiofonici: è il caso del Teatro Valle di Roma che tra dicembre 2020 e gennaio 2021 si è fatto luogo dell'ascolto e studio di registrazione di nove radiodrammi tra scienza e fantascienza; è il caso ancora del Teatro Metastasio di Prato che ha scritturato un gruppo di 15 artisti (GLA, Gruppo di Lavoro Artistico) che conddivideranno un tempo di ricerca e un tempo di produzione, allestendo registrazioni di radiodrammi, radio-melodrammi e di trasmissioni radiofoniche di "arte varia", oltre a spettacoli di prosa, produzioni di pillole video e di uno sceneggiato televisivo in bianco e nero; c) spazi teatrali trasmessi online: è il caso, ad esempio, dei tanti festival che, costretti dalle impostazioni ministeriali, hanno inventato nuovi formati per pensarsi online come Teatri di Vetro, che per l'edizione 2020 *Oscillazioni* ha allestito negli spazi teatrali dei veri e propri set cinematografici dove operatori riprendevano dal vivo gli spettacoli che poi venivano trasmessi sul canale YouTube del festival, o come Teatro Akropolis che ha organizzato una settimana di incontri e approfondimenti intorno alle opere, agli artisti ospitati e al ruolo dei festival di teatro, o ancora il Teatro della Tosse di Genova che con il collettivo Balletto Civile ha organizzato la rassegna di danza *Resistere e Creare* composta principalmente da prove, racconti dalle residenze e incontri attorno alle questioni che

facevano da filo conduttore a tutta l'operazione, quali "Quale urgenza oltre l'esigenza? Quale formato e quali competenze? Quale responsabilità?"; d) spazi teatrali trasmessi in tv: in questa sezione rientrano sia gli streaming dai teatri vuoti, quasi sempre preregistrati, come le dirette su Rai 5 della messa in scena del *Barbiere di Siviglia* per la regia di Mario Martone e la direzione di Daniele Gatti per l'inaugurazione dell'Opera di Roma o dell'inaugurazione della Scala di Milano che ha optato per uno show più televisivo, sia le quattro puntate del programma televisivo *Ricomincio da Rai 3* che dal Teatro Sistina di Roma, nonostante le critiche di teatranti, critici e operatori del settore, ha portato il teatro italiano, non solo quello mainstream, in prima serata e per brevi istanti la parola teatro è rimbalzata da un tweet a una storia rendersi di nuovo attraente senza barattare la complessità con la fruizione (Taurisano 2021); d) la città, il quartiere, la strada che si fanno teatro: in questo *teatro negli interstizi* (Donati 2021) rientrano le creazioni di Teatro in Delivery, dal progetto *Coprifuoco* di Kepler-425 al *Barbonaggio teatrale delivery* dell'attore Ippolito Chiarello, le *Favole al citofono* del Teatro dei Venti di Modena e il progetto *Porta poetica - Poesie a domicilio* a cura del Teatro Patalò e del Cantiere poetico di Santarcangelo.

In questa fase proseguono anche le sperimentazioni creative sul digitale, ambito di ricerca nel quale rientrano sia le creazioni appositamente sviluppate in relazione al medium utilizzato sia le iniziative che adattano il formato alla piattaforma scelta per la fruizione.

Rientra nel primo caso la settimana delle residenze teatrali digitali (novembre 2020), di cui si è detto sopra. In quella prima edizione gli artisti selezionati hanno mostrato una prova aperta dei loro progetti in via di svolgimento: tra questi il coreografo e danzatore Nicola Galli che con *Genoma Scenico_dispositivo digitale*, ha creato un'esperienza interattiva di danza per 10 giocatori, la coreografa e danzatrice Giselda Ranieri che con la collaborazione di Simone Pacini ha sviluppato *IsaDora – The TikTok Dance Project*, il collettivo Agrupación Señor Serrano che con *Prometheus* ha sviluppato un format su Zoom per raccontare i miti ai bambini e Enchiridion che con *Shakespeare Showdown* ha raccontato la progettazione di un videogioco ispirato a *Romeo e Giulietta (With a Kiss I Die)*. Guardando a questa esperienza l'Amat con il sostegno della regione Marche ha promosso una nuova rassegna *Marche Palcoscenico Aperto. Festival del teatro senza teatri*, di cui si dirà in seguito, un festival che da gennaio a maggio 2021 ha coinvolto sessanta compagnie per più di duecento eventi di teatro, musica, danza e circo contemporaneo in streaming on line, al telefono o whatsapp, per e-mail o per corrispondenza.

Rientrano nella seconda casistica gli artisti e i festival che hanno adattato le loro progettazioni alla piattaforma di streaming utilizzata. È il caso del Festival di Santarcangelo che ha ripensato l'edizione invernale *Winter is coming*, inizialmente progettata per l'offline, in un progetto fuori formato: una maratona poetico-politica di 10 ore dove ogni artista coinvolto ha curato il suo intervento performativo: da talk, a vjset, da podcast a poesie agite, narrazioni transmediali che raccontano più le domande che i risultati dei loro percorsi creativi attraverso modalità e registri ibridi. È il caso, tra gli altri, del video di Luca Bellino e Silvia Luzi, con l'attore e regista Andrea Cosentino, che con il video *Kotekino Riff Precotto* hanno trasporto l'opera teatrale *Kotekino Riff – Esercizi di rianimazione reloaded* sul web creando un mash-up più vicino al trailer che al mediometraggio fatto di gag e monologhi surreali, musica e scimmiettamento delle dirette su Zoom dove il pubblico è presente non solo nelle finestrelle sullo schermo ma anche nelle risate, negli applausi e nelle voci di sottofondo.

Parallelamente è continuato il confronto e la sperimentazione sugli spazi *online native*, anche grazie allo sviluppo di bandi per residenze e stagioni digitali. Ciò ha prodotto da una parte un utilizzo meno tattico ed emergenziale delle piattaforme da parte di quegli artisti già coinvolti nella ricerca intermediale, ma anche l'allargamento verso compagnie che prima di questo momento non avevano avuto risorse, competenze o, semplicemente, la necessità, di interfacciarsi a tali mezzi.

Nonostante la sospensione dello spettacolo dal vivo il settore ha continuato a resistere, sperimentando nuovi formati, esplorando nuovi spazi e incontrando ancora i pubblici nel rispetto delle limitazioni imposte. Non tutti ovviamente hanno goduto delle stesse opportunità e non tutti hanno subito gli stessi impatti e nel futuro sarà allora necessario comprendere cosa comporterà questa fase per artisti, organizzatori e pubblici.

IL TEATRO NEL LOCKDOWN	Lo spazio scenico è dato dalla combinazione fra spazio domestico e piattaforme digitale	La reinvenzione del medium radiofonico su piattaforme per il podcasting
		Il teatro al telefono
		Il teatro su piattaforme di videoconferenza
		Reinvenzione scenografica dello spazio teatrale per rispettare il distanziamento

IL TEATRO DEL DISTANZIAMENTO	Spazi teatrali vincolati dal rispetto delle norme di contenimento del virus	Potenziamento dell'outdoor e dello spazio cittadino
		Distanziamento come parte della scrittura scenica
		Spazio blended, interazione fra online e offline
LA SCENA SENZA PLATEA	Rifunzionalizzazione del setting teatrale	Spazio di residenza
		Spazio per prove
		Studio di registrazione
		Scenario televisivo
	Spettacolo consegnato a casa	Teatro in delivery
		Teatro al citofono
INIZIATIVE TRASVERSALI FRA LE VARIE FASI		Valorizzazione del materiale di archivio
		Residenze digitali

Tabella 15 - Mappatura delle tipologie di iniziative teatrali nelle tre fasi a seconda dello spazio scenico costruito

4.4 Da opportunità a necessità: come gli enti marchigiani hanno reagito al lockdown

Spostando l'attenzione sull'ambito marchigiano anche le organizzazioni e associazioni culturali regionali si sono attivate in risposta alle chiusure imposte dalla diffusione della pandemia e lo hanno fatto mettendo in campo molteplici attività online: dagli spettacoli digitali ai talk con artisti e professionisti di vari ambiti culturali, all'*engagement* attraverso i social media utilizzando varie modalità di coinvolgimento dei pubblici online.

Per osservare come enti e artisti hanno risposto nell'immediato alla chiusura degli spazi di spettacolo trasferendosi nello spazio digitale per mantenere viva la relazione con i suoi pubblici di riferimento, questa fase della ricerca si è concentrata sull'analisi delle attività dei profili social media degli enti e delle associazioni marchigiane, si è svolta una ricerca quantitativa che ha messo a confronto le iniziative proposte dagli enti marchigiani con le risposte da parte del pubblico. La raccolta dei dati è stata condotta nel momento della prima emergenza, quindi nel periodo che va dall'inizio del lockdown (9 marzo 2020) fino alla fine di aprile 2020. Gli enti hanno utilizzato diversi social media, ma la ricerca si è concentrata su Facebook come canale principale poiché è il più diffuso in Italia e il più utilizzato da enti teatrali e compagnie, pertanto quello ritenuto il più rappresentativo. L'analisi è stata condotta in tre fasi: nella prima fase è stata svolta una ricerca di tutti gli enti dello spettacolo dal vivo nel territorio marchigiano, a partire dal Consorzio Marche Spettacolo, organismo che

raccoglie i soggetti operanti nella regione, per poi estendere la ricerca anche ad altri enti e artisti e di questi sono state analizzate le varie pagine Facebook, effettuando una scrematura in base a chi ha proposto iniziative; nella seconda fase sono state monitorate le iniziative, analizzandone la tipologia, i contenuti e le reazioni da parte del pubblico, in termini di: like, commenti, post, condivisioni; infine, sono stati estrapolati, tramite la piattaforma FanPage Karma³², alcuni dati riguardanti le attività delle pagine nei mesi precedenti alla pandemia per confrontarli con i dati emersi tra marzo e aprile 2020.

4.4.1 Le prime iniziative online promosse dagli enti e dagli artisti marchigiani

Nei primi mesi dell'emergenza sanitaria gli enti marchigiani hanno proposto differenti iniziative. Dalla ricerca sono emersi 33 enti attivi nell'online e 35 iniziative (tab. 16). Di queste, 27 hanno utilizzato il video e/o la diretta streaming come contenuto principale. L'importanza che ha assunto l'audiovisivo durante questo periodo è visibile anche dalla quantità di post video che le iniziative hanno pubblicato. Su un totale di 1107 post il 58,2% sono video e il restante 41,85 contenuti di tipologia testuale o fotografica

Soggetti	Iniziative
Accademia Lirica Osimo	<i>I saluti degli studenti dell'Accademia</i>
AMAT	<i>Cose Belle</i>
ARIA di CIRCO	<i>#iorestoacasacircus</i>
ATGTP Associazione Teatro Giovani Teatro Pirata	<i>Rassegna pirata</i>
Bloody Sound Fucktory	<i>A casa loro streaming fest</i>
Bottega Teatro Marche	<i>Leggiamo insieme - I promessi sposi</i>

³² FanPage Karma è un tool, utilizzabile tramite diversi dispositivi, che aiuta enti, organizzazioni e aziende a gestire alcune attività relative ai diversi social media, come per esempio Facebook, Instagram e LinkedIn, come la pianificazione e la pubblicazione dei contenuti, l'analisi dei profili dei competitor, il lavoro in *team*. In questo caso di ricerca è stato utilizzato per analizzare i profili di enti, organizzazioni e artisti marchigiani.

Cinematica Festival	<i>Small contest X Small dances</i>
Fano Jazz Network	<i>Narrazioni in Jazz</i>
Fondazione Pergolesi Spontini	<i>Consigli di ascolto</i>
Fondazione Pergolesi Spontini (in collaborazione con Unitel)	<i>Spettacoli teatrali in streaming</i>
Il Baule Dei Sogni	<i>Lecture e intrattenimento per bambini</i>
KLANG - Altri suoni, altri spazi	<i>Un brano al giorno fino al prossimo concerto</i>
La Casa di Asterione	<i>MeTe in WEB</i>
La Mole Ancona	<i>Cultura presente</i>
Laboratorio Minimo Teatro	<i>LIB(e)RIAMOCI</i>
Lagrù	<i>Shakespeare in the house</i>
Lagrù	<i>Improvvisazione digitale con i Rishow</i>
Luoghi Comuni	<i>Re-Azioni Poetiche</i>
Macerata Opera Festival - Sferisterio	<i>Consulti Poetici</i>
Marche Teatro	<i>Caffè scorretto con il provincialotto</i>
Marche Tube	
Matthias Martelli	<i>Audizioni Live</i>
Musicultura	<i>Appuntamento con l'OSR</i>
Orchestra Sinfonica G. Rossini	<i>REDD live stream series</i>
REDD	<i>Soirées Musicales di Rossini</i>
Rossini Opera Festival	<i>Spettacoli teatrali in streaming</i>
Sineglossa	<i>Creative ground - Pillole</i>
Stacciaminaccia	<i>Lettura libri per l'infanzia</i>
TDIC. Teatri di Civitanova	<i>#culturachiamacultura</i>

Teatro Alfieri - Montemarciano	<i>Maps</i>
--------------------------------	-------------

Tabella 16 – Mappatura delle iniziative online emerse sul panorama dello spettacolo dal vivo marchigiano nelle prime settimane dall’avvio della pandemia

Per ogni ente è stato analizzata una iniziativa, fatta eccezione per la Fondazione Pergolesi Spontini³³ e l’associazione Lagrù³⁴, di cui sono state analizzate due iniziative ciascuno. Le iniziative analizzate appartengono a tre macrocategorie artistiche, che possono essere distinte in: teatro, musica e letteratura. Da queste macrocategorie sono emerse diverse tipologie di iniziative: reading letterari, spettacoli e performance, conversazioni e iniziative di altro genere.

Tra i contenuti pubblicati nell’ambito teatrale, emerge che il 58% delle iniziative si è concentrato sulla condivisione di foto e video di spettacoli teatrali andati in scena e registrati in un periodo precedente la situazione di emergenza. Infatti, come accade a livello nazionale, il 50% dei contenuti condivisi sono materiale d’archivio, mentre il 33% ha prodotto contenuti appositi per il web e il 17% contenuti di altro genere. Tra questi, il Rossini Opera Festival³⁵ ha pubblicato una serie di otto spettacoli rossiniani andati in scena al ROF nell’ultimo decennio. Altre organizzazioni hanno proposto una serie di incontri virtuali in cui aprire un confronto sulle opere teatrali, come nel caso dell’Associazione Lagrù che, con la collaborazione di Cesare Catà, ha lanciato l’iniziativa *Shakespeare in the house* nella quale ogni giorno veniva illustrata ed analizzata un’opera di Shakespeare.

In ambito musicale, il numero delle iniziative è stato elevato, anche per le maggior familiarità che questa tipologia di spettacolo ha con l’ambiente online. Il 63% degli enti hanno organizzato concerti in diretta, come REDD³⁶, Bloody Sound Fucktory³⁷ o Musicultura³⁸, festival maceratese dedicato al cantautorato e alla musica popolare, che ha realizzato le audizioni del festival in live streaming. Oltre ai festival, anche le orchestre dei teatri hanno

³³ <https://www.facebook.com/FondazionePergolesiSpontini>

³⁴ <https://www.facebook.com/lagruproduzioni.fm>

³⁵ <https://www.facebook.com/RossiniOperaFestival>

³⁶ <https://www.facebook.com/reddsession/>

³⁷ <https://www.facebook.com/bloodysoundfcktr/>

³⁸ <https://www.facebook.com/musicultura/>

partecipato con iniziative di live streaming: è il caso dell'Orchestra Sinfonica G. Rossini³⁹ che ha eseguito, singolarmente o in contemporanea, brani musicali.

Infine, il restante 37% ha realizzato appuntamenti periodici con lo scopo di informare o consigliare brani musicali, creando un percorso alla scoperta della musica. Come nel caso della rubrica *Consigli d'ascolto* della Fondazione Pergolesi Spontini, guidata dal direttore artistico Cristian Carrara, che ha raccontato le storie dei brani che sono stati presi in questione spiegandone anche le peculiarità tecniche.

Nell'ambito letterario gli enti hanno realizzato iniziative di *reading*, come nel caso di Bottega Teatro Marche⁴⁰, che propone letture attraverso la diretta *streaming*, come quella de *I Promessi Sposi*. Iniziative come *Lib(e)riamoci*, proposta dal Laboratorio Minimo Teatro⁴¹, mettono i propri spettatori al centro del progetto, invitandoli a realizzare dei video mentre leggono un brano di un libro a loro scelta, per poi essere pubblicati all'interno della pagina.

Infine, si può aggiungere una categoria che unisce le prime tre in un'unica forma, come nel caso dell'attore urbinato Matthias Martelli⁴² che attraverso i suoi contenuti unisce recitazione, musica e scrittura o, il progetto *Cultura Presente* proposta dall'associazione La Mole⁴³, una piattaforma digitale in cui le varie figure culturali, che siano enti, istituzioni o singoli artisti, possono proporre contenuti, idee e materiali.

Sebbene l'analisi si sia concentrata su Facebook si è anche osservato quali altre piattaforme digitali si trovano più frequentemente nei profili degli enti. Tramite Facebook sono stati analizzati i link esterni che venivano inseriti nei post e che hanno permesso di analizzare dei canali secondari. Quelli che dalla ricerca emergono come i più utilizzati sono stati: YouTube, RaiPlay, il Sito dell'ente e la piattaforma OperaVision. Oltre Facebook, è stato YouTube che ha permesso di acquisire ulteriori dati, in quanto è l'unico tra i canali da cui è stato possibile conteggiare like e visualizzazioni del pubblico. Nel periodo di analisi, le pagine hanno pubblicato un totale di 1107 post, con una media di 32 post a pagina e di 20 post al giorno per ogni ente (tab. 17). Tra le pagine che hanno prodotto più post c'è quella di

³⁹ <https://www.facebook.com/OrchestraSinfonicaGRossini/>

⁴⁰ <https://www.facebook.com/BottegaTeatroMarche/>

⁴¹ <https://www.facebook.com/laboratoriominimoteatro>

⁴² <https://www.facebook.com/matthiasmartellifanpage>

⁴³ <https://www.facebook.com/laMoleAncona>

Musicultura: la loro iniziativa, audizioni in live streaming, è stata anche tra le prime ad utilizzare queste modalità, in quanto, i primi post risalgono a prima di marzo, periodo in cui l'epidemia si stava appena diffondendo. Anche l'iniziativa *Lib(e)riamoci* ha pubblicato un totale di 105 post, che è il risultato dell'unione dei post creati dall'ente per la pagina e per l'evento Facebook, più quelli creati dai fan.

Soggetti	Numero di post
Musicultura	124
Laboratorio Minimo Teatro	105
Stacciaminaccia	87
Il Baule Dei Sogni	84
TDIC. Teatri di Civitanova	72
Lagrù	70
La Mole Ancona	68
Umanesimo Artificiale	49
Rossini Opera Festival	46
Cinematica Festival	42
Orchestra Sinfonica G. Rossini	40
Bottega Teatro Marche	38
Bloody Sound Fucktory	25
La Casa di Asterione	25
ATGTP Associazione Teatro Giovani Teatro Pirata	24
Matthias Martelli	24
KLANG - Altri suoni, altri spazi	22
Teatro Terra di Nessuno	19
Macerata Opera Festival - Sferisterio	16
Luoghi Comuni	15
REDD	15
Teatro della Fortuna	13

Accademia Lirica Osimo	12
Marche Teatro	12
Marche Tube	10
Fondazione Pergolesi Spontini	8
Lagrù	7
AMAT	5
Fano Jazz Network	5
Fondazione Pergolesi Spontini (in collaborazione con Unitel)	5
Urbino Teatro Urbano	5
Sineglossa	4
Teatro Alfieri - Montemarciano	4
Teatro Comunale di Cagli Istituzione	4
ARIA di CIRCO	3

Tabella 17 - Numero di post per ente

Dai dati relativi ai post tra marzo e aprile emerge un grande numero di pubblicazioni, con un forte aumento nel periodo di aprile. In confronto alla media annuale dei post Facebook e quella dei singoli mesi presi in analisi, le percentuali sono del 19,9% in più a marzo e del 39,4% ad aprile (tab. 18).

Soggetti	Media anno	Confronto	
		marzo media annua	aprile media annua
Accademia Lirica Osimo	21,6	-35,1%	80,7%
AMAT	86,0	-66,3%	-77,9%
ARIA di CIRCO	9,0	0,0%	-66,7%
ATGTP Associazione Teatro Giovani Teatro Pirata	31,3	53,2%	46,8%
Bloody Sound Fucktory	7,1	210,6%	351,8%
Bottega Teatro Marche	21,0	147,6%	266,7%
Cinematica Festival	17,3	91,3%	68,1%

Fano Jazz Network	24,1	-54,3%	-54,3%
Fondazione Pergolesi Spontini	29,2	-31,4%	-17,7%
Il Baule Dei Sogni	9,3	105,4%	343,2%
KLANG - Altri suoni, altri spazi	3,2	342,1%	310,5%
La Casa di Asterione	7,7	-8,7%	-8,7%
La Mole Ancona	22,6	28,4%	179,0%
Laboratorio Minimo Teatro	7,7	-34,8%	56,5%
Lagrù	44,4	64,4%	107,1%
Luoghi Comuni	12,2	72,6%	39,7%
Macerata Opera Festival – Sferisterio	27,8	-17,1%	-31,5%
Marche Teatro	12,6	-44,4%	27,2%
Marche Tube	31,5	58,7%	87,3%
Matthias Martelli	15,1	-20,4%	-40,3%
Musicultura	18,4	84,6%	128,1%
Orchestra Sinfonica G. Rossini	20,5	95,1%	80,5%
REDD	4,7	135,7%	521,4%
Rossini Opera Festival	37,0	70,3%	-5,4%
Sineglossa	4,5	-33,3%	144,4%
TDIC. Teatri di Civitanova	60,3	-5,4%	-40,2%
Teatro Alfieri – Montemarciano	2,5	180,0%	-60,0%
Teatro Comunale di Cagliari Istituzione	18,6	-30,0%	-73,1%
Teatro della Fortuna	19,8	-34,2%	-13,9%
Teatro Terra di Nessuno	15,0	-26,7%	260,0%
Umanesimo Artificiale	19,2	93,0%	56,5%
Urbino Teatro Urbano	9,8	72,9%	1,7%
Media pagine	21,0	19,9%	39,4%

Tabella 18 - Confronto tra il numero di post annuali con i mesi di marzo e aprile

Questi dati fanno emergere come in un primo momento ci sia stato un lieve aumento nella pubblicazione di contenuti, anche se ancora incerto per l'insicurezza generata dalla situazione d'emergenza e la scarsa conoscenza delle potenzialità del digitale. Come dimostrato dall'incremento che c'è stato ad aprile, l'utilizzo delle piattaforme da parte degli enti è aumentato notevolmente rispetto al mese precedente, grazie anche al fatto che nel tempo le iniziative si sono organizzate e strutturate sempre di più. Alcuni enti hanno saputo cogliere l'opportunità di proporsi sotto una veste nuova, mentre altri non sono stati in grado di reagire prontamente, pubblicando nel mese di aprile meno post rispetto a marzo.

Nel primo caso si può notare come, per fare un esempio, l'associazione La Mole di Ancona sia passata dalla pubblicazione di 29 post di marzo ai 63 di aprile, con un aumento rispetto alla media annuale del 28,4% a marzo e del 179,0% ad aprile. Nel secondo caso, ad esempio, il Teatro Comunale di Cagliari⁴⁴ è passato dalla pubblicazione di 13 post di marzo ai soli 5 del mese di aprile, con un confronto rispetto alla media annuale del -30,0% a marzo e del -7,1% ad aprile.

4.4.2 *La risposta dei pubblici*

Se da un lato è importante capire come enti e artisti hanno reagito, dall'altro è fondamentale rilevare il riscontro che c'è stato da parte del pubblico. Per osservare come il pubblico si è mosso nell'online a seguito delle iniziative proposte dal settore dello spettacolo dal vivo marchigiano sono stati analizzati i *like*, i commenti e la condivisione dei post delle iniziative.

La media delle reazioni ricevute dalle iniziative è di 3.365, di cui il 49,2% sono *like*, il 37,1% sono commenti e il 14,8% le condivisioni. Dal confronto dei dati nei mesi in cui si sono svolte le iniziative online con i dati dei mesi precedenti, si può notare come rispetto alla media annuale, nel periodo di marzo ci sia stato un aumento notevole nella partecipazione dei fan alle iniziative, con un aumento dei *like* del 30,4%, del 117% per i commenti e del 107,9% per le condivisioni (tab. 14).

Se in un primo momento c'è stato un aumento rilevante nei dati di marzo, quelli di aprile sono in negativo rispetto alla media annuale, sia per quanto riguarda i *like* sia per le

⁴⁴ <https://www.facebook.com/teatrodicagli/>

condivisioni. Con una percentuale del -1,3% per i *like* e del -0,2% per le condivisioni, emerge come l'attività del pubblico oltre a rallentarsi sia andata al di sotto di quella ordinaria. I commenti diminuiscono, anche se non notevolmente, dal 117.0% al 73.6%. Se si osserva il confronto tra i dati dell'attività delle pagine e quella dei fan, si può notare come le due si invertano: mentre le pagine aumentano la propria attività, i fan diminuiscono l'interazione con la pagina.

Dai dati emersi si può notare che tre sono le pagine che hanno avuto un incremento di follower: Musicultura, REDD e Rossini Opera Festival. E sono proprio gli enti a carattere musicale ad aver avuto un aumento rilevante rispetto agli altri tipi di iniziative.

Dall'osservazione dei dati, quindi, l'andamento che emerge nelle reazioni dei pubblici ai post sui profili social media degli enti marchigiani è altalenante, aumentando e diminuendo nel corso del lockdown (marzo-aprile 2020); sia le condivisioni che l'*engagement* sono calati all'inizio del lockdown ma è aumentato leggermente in prossimità dell'estate con l'aumento delle condivisioni di post di vario genere: ciò potrebbe da una parte rilevare una specificità degli enti osservati che normalmente aumentano la loro operatività in prossimità dei mesi estivi, dall'altra carpire la voglia di tornare in presenza e l'attesa di questo ritorno. È emerso anche che lo spostamento online dei pubblici è stato minore rispetto a quanto osservato dai social media dei teatri nazionali italiani sempre nel 2020.

In conclusione, dall'analisi emerge che la creazione di contenuti video online ha riguardato una minoranza di enti e artisti ma chi l'ha fatto non ha condiviso post casuali ma ha seguito una logica seriale nella condivisione e ciò ha prodotto un alto livello di *engagement*, evidenziato dall'aumento delle condivisioni rispetto ai *like*. Inoltre, emerge che la disparità fra l'*engagement* e la crescita dei *fan* è molto accentuata e ciò evidenzia che il pubblico che ha seguito questi eventi è un pubblico che già era affezionato agli enti promotori delle iniziative, e tale dato è in linea con le ricerche sulle audience online che evidenziano una forte continuità tra pubblico online e offline (London M.T.M. 2010; Walmsley 2016). Infine, anche se in maniera brusca ed improvvisa, l'emergenza sanitaria, oltre ad aver fatto emergere la precarietà di un sistema che si è ritrovato ad interrompere i suoi processi quotidiani per adattarsi ad un nuovo linguaggio, ha permesso allo spettacolo dal vivo di superare la crisi, sperimentando nuove forme espressive e nuovi formati spettacolari per restare a contatto con le proprie comunità di pubblico, come si vedrà a breve nel caso specifico del progetto *Marche Palcoscenico Aperto*.

5. Marche Palcoscenico Aperto: un festival di teatro senza teatri. Caso di studio

Un altro fondamentale ambito di ricerca⁴⁵, che si è sviluppato all'interno del contesto dello spettacolo dal vivo marchigiano, è quello che si è mosso intorno al festival del teatro senza teatri, *MPA - Marche Palcoscenico Aperto*, che si è tenuto tra febbraio e maggio 2021. L'ideazione e lo sviluppo di *MPA - Marche Palcoscenico Aperto* sono avvenuti nel bel mezzo del secondo lockdown dei luoghi di cultura italiani, fermi dal 26 ottobre 2020 fino alle parziali riaperture del 26 aprile 2021. Questa fase rientra nel momento descritto dalla già citata locuzione “scena senza platea” (Gemini *et al.* 202e), quindi aperti solo agli artisti e ai lavoratori ma interdetti ai pubblici. «L'opportunità», spiega Gilberto Santini, direttore artistico dell'AMAT, il circuito multidisciplinare delle arti performative delle Marche, «è nata dalla commissione della Regione, che ha preferito sostenere e promuovere la creatività piuttosto che risarcire il lavoro non fatto».

Nel novembre 2020, l'Assessorato alla Cultura della Regione Marche ha presentato il bando MPA. Il bando era rivolto agli artisti professionisti e alle compagnie della regione,

⁴⁵ La presente ricerca, pubblicata sulla rivista internazionale *Poetics* e presentata durante convegni e seminari, è nata nell'ambito dell'evoluzione del progetto *NOW / EVERYWHERE teatro, musica e danza possibili (adesso)*, un progetto di AMAT circuito multidisciplinare di teatro, musica, danza e circo delle Marche, nato come risposta alla pandemia, realizzato con Regione Marche e MiBACT in collaborazione con LaRiCA / Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, che. Nel 2020 il progetto si è articolato in due linee di intervento: una di programmazione, con il varo di una rassegna con spettacoli da fruire in maniera inedita e una di riflessione sul teatro, tramite l'avvio di un laboratorio di idee. La condivisione del pensiero è stata affidata al laboratorio di idee *Now/Everywhere OFFicine*, un collettore multicanale di spunti di riflessione attorno al teatro che verrà e che lavora sull'immediatezza e sulla sedimentazione. L'immediatezza è data dalla condivisione quotidiana di contenuti sul canale Telegram *NEOfficine Teatro* “curati” da mini-commenti e *money quote*: liveness, nowness, nuovi formati, dibattiti sul pubblico, normative e da tutto quello che costruisce un contesto di riflessione multi-prospettico sullo scenario in divenire. La sedimentazione è curata sullo spazio web di AMAT, il blog *AbracadAMAT*, dove sono pubblicati periodicamente contenuti scritti di approfondimento di quanto condiviso su Telegram e da interviste video settimanali con artisti, curatori o programmatori scelti per la loro prospettiva sul divenire *now/everywhere*, capace di mettere a fuoco le questioni centrali che dovremo affrontare per il teatro di domani. Il progetto in collaborazione con AMAT è curato da Laura Gemini e Giovanni Boccia Artieri per LaRiCA, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, cui si sono affiancati Stefano Brilli e Francesca Giuliani. L'evoluzione di tale progetto, sviluppato in parallelo al cartellone digitale marchigiano costituito da *Marche Palcoscenico Aperto* è stato ridenominato *NEOff Reloaded*. La ricerca si è concentrata in questa seconda edizione sull'osservazione delle sperimentazioni degli artisti marchigiani sul digitale in occasione di *Marche Palcoscenico Aperto*, oltre ad aver continuato a portare avanti sia le conversazioni con vari artisti della scena nazionale, che si sono svolte tra febbraio e marzo 2021 sia l'attività del canale Telegram, attivo ancora oggi.

invitati a presentare progetti di performance attraverso qualsiasi mezzo che permettesse loro di esibirsi “senza teatri”. Il bando lasciava volutamente aperto il significato di quest’ultima espressione. L’ambiente digitale è suggerito come spazio primario di azione, ma non viene negato l’uso di altri spazi fisici. Un’altra caratteristica importante di questo bando è la sua natura ibrida, tra aiuto finanziario e stimolo alla creazione come sottolinea ancora Gilberto Santini:

Per me ha combinato entrambe le cose e posso anche stimare una percentuale. Direi che il 60% dei partecipanti lo ha visto come uno stimolo creativo e il 40% come un aiuto finanziario. È chiaro che è stato un momento in cui il mondo del teatro si è fermato, ma secondo me questa libertà di essere sfidati come artisti a immaginare qualcosa che prima non esisteva li ha lasciati perplessi all’inizio, e poi li ha affascinati.

Il bando ha riscosso un successo inaspettato, ricevendo 360 proposte da un territorio che ha eccellenze e dinamismo artistico, ma che non ha grandi centri e ha una popolazione piuttosto ridotta. In effetti, come sottolinea Santini, il progetto sembra essere riuscito a riportare a casa artisti la cui carriera era rimasta a lungo fuori dalla regione:

Abbiamo ricevuto una marea di candidature che ci ha lasciato sbalorditi. Tenete presente che continuavo a dire alla Regione che, dato che il numero di gruppi certificati di artisti di teatro, circo, danza e musica era di circa 115/120, quello sarebbe stato l’orizzonte che ci aspettavamo. Invece, il bando ha avuto un tale successo che tutti i talenti in corsa sono tornati a lavorare nelle Marche.

La giuria, composta da membri dell’AMAT e da esperti nel campo della performance tecnologica, ha selezionato 60 progetti, ognuno dei quali ha ricevuto un finanziamento fino a 5.000 euro, oltre a un supporto promozionale. Dei 60 progetti di singoli artisti o compagnie, 24 riguardavano il teatro, 13 le performance musicali, 8 la danza, 5 il teatro per bambini, 4 il circo, 3 il teatro dei burattini, 2 i DJ set, 2 le performance contemporanee, 2 il teatro musicale e 1 il live-visual. Promossi come festival del teatro senza teatri, questi progetti hanno composto una stagione online, dal 23 gennaio al 31 maggio 2021, con più di duecento eventi che si sono svolti attraverso i social media, i servizi di streaming, le app di messaggistica, le video-chat o via mail. Gli eventi spaziavano da concerti o spettacoli teatrali trasmessi in

streaming su YouTube a performance individuali su WhatsApp, da documentari teatrali a favole digitali narrate su Telegram, da performance interattive su Zoom a serie di video teatrali su Facebook, dal teatro al telefono al teatro per posta.

L'iniziativa ha costituito per gli artisti e le compagnie partecipanti un laboratorio di sperimentazione di nuovi progetti performativi che consentissero la partecipazione del pubblico in presenza nonostante la chiusura degli spazi di spettacolo. Come si approfondirà nel prossimo paragrafo le sperimentazioni messe in atto dagli artisti hanno fatto emergere come il trasferimento verso l'*online* abbia rappresentato per gli artisti una riscoperta della teatralità nell'adattamento alle grammatiche dell'ambiente ospitante, generando nuove forme di consumo culturale che intercettano un pubblico sempre più interconnesso, partecipativo e creativo. Il panorama che emerge è vasto e multiforme; le riflessioni che gli artisti hanno avviato in quei mesi mostrano uno sguardo attento, profondo e orientato sulla lunga durata, che si interroga non solo sul progetto imminente ma più ad ampio raggio sulle ricerche future.

5.1 La metodologia di ricerca

Il progetto *Marche Palcoscenico Aperto* si è dimostrato un caso di studio utile per esaminare le prospettive del teatro a mediazione digitale per varie ragioni quali: 1) comprende artisti e artiste di diverse discipline; 2) appartiene a una regione specifica, e quindi richiama la questione dei confini del territorio artistico durante la crisi sanitaria; 3) è stato dotato di finanziamenti per garantire la produzione di spettacoli, e questo rappresenta un elemento di rarità; 4) ha richiesto agli artisti di sperimentare nuovi modi di produrre, diffondere e sperimentare spettacoli dal vivo attraverso i linguaggi digitali.

La ricerca esamina 1) quali forme e formati creativi gli artisti hanno maggiormente sviluppato 2) quali barriere all'ingresso nel settore artistico sono state rafforzate o indebolite dallo sviluppo di iniziative teatrali per il pubblico online e 2) come queste iniziative hanno influenzato la scena artistica regionale. Lo studio si compone di due sezioni, che affrontano rispettivamente il lavoro artistico e il lavoro organizzativo. L'analisi ha incluso undici *focus group online* nell'aprile 2021, con 41 dei 60 artisti e compagnie partecipanti (sintesi nella tab.19 a fine capitolo). Ogni *focus group* ha visto la partecipazione di una varietà di artisti multidisciplinari che spesso non si conoscevano, trasformando così questa opportunità di ricerca in un'apprezzata occasione di dialogo tra artisti della stessa regione. Le aree tematiche

affrontate durante i *focus group* hanno riguardato: a) la tipologia delle proposte presentate; b) le loro esperienze di ideazione di spettacoli per i media digitali; c) le difficoltà finanziarie e creative che hanno dovuto affrontare durante la crisi di Covid.

La seconda parte consiste in quattro interviste in profondità condotte tra dicembre 2021 e febbraio 2022 con gli organizzatori del progetto: il direttore artistico, la responsabile della promozione e della comunicazione teatrale, il responsabile della pianificazione e dell'organizzazione e il capo tecnico di scena. Le interviste si concentrano sui problemi di gestione incontrati durante il progetto, sull'impatto sull'organizzazione e sulla scena regionale (a sei mesi dalla chiusura del progetto, e quindi a fine 2021) e sulle prospettive future delle iniziative di spettacolo digitale.

5.2 MPA tra nuovi formati e molteplici piattaforme

Una questione centrale di questo studio è il modo in cui gli artisti, la maggior parte dei quali non aveva mai lavorato a produzioni digitali, hanno concepito le loro proposte artistiche per questo ambito. Delle 41 compagnie e singoli artisti che hanno partecipato ai *focus group*, solo cinque avevano lavorato in precedenza a progetti concepiti specificamente per gli spazi digitali. Sette avevano lavorato solo a produzioni multimediali che circolavano anche online, come opere di videodanza, *webcast*, produzioni cinematografiche o performance video.

Un primo punto da notare è come i formati delle performance, anche quando utilizzavano le stesse piattaforme, generavano risultati molto diversi. A differenza della prima fase della pandemia, quando - in parte a causa di restrizioni più rigide - si erano cristallizzati su formati come letture, *home concert* o pubblicazioni di materiali d'archivio (Gemini, Brilli, Giuliani 2020), qui gli artisti hanno agito attraverso una logica di invenzione e ricombinazione piuttosto che di traduzione. In pochissimi casi si sono verificati adattamenti o trasformazioni concrete di opere teatrali in formato digitale. Si è osservata piuttosto un'effervescenza creativa che ha permesso l'emergere di dispositivi performativi innovativi che si sono caratterizzati per la costruzione di soluzioni interattive e per il lavoro sui "gradienti" di *liveness* (Gemini 2016a). Da oltre trent'anni negli studi sulla performance e sui media, il superamento della binarizzazione live/non-live per riconoscere condizioni ed esperienze plurali di *liveness* è stato ampiamente dibattuto (Auslander 2008, Reason, Lindelof 2016). I modelli di *liveness* digitale (Auslander 2012) osservabili negli spazi online hanno mostrato

con ancora più forza le sfumature di questo concetto, nella misura in cui è possibile interpretare i “gradienti” di liveness (Gemini 2016a).

Gli artisti che hanno partecipato a *Marche Palcoscenico Aperto* hanno sperimentato in prima persona la riarticolazione del qui e ora negli spazi online. Spesso questa sperimentazione si è svolta attraverso un processo di tentativi ed errori che è partito dal ricercare il massimo grado di *liveness* per poi essere costretti a scendere a compromessi con i vincoli incontrati, optando alla fine per combinazioni di elementi dal vivo e registrati. Gli artisti che hanno presentato performance preregistrate hanno comunque cercato di includere sezioni che ricostruissero il senso di compresenza e uno dei metodi utilizzato è stato la modulazione della scarsità temporale dell’evento: 21 progetti si sono esibiti dal vivo; 9 hanno scelto lo streaming live di materiale registrato; 3 hanno optato per una trasmissione non effimera che tuttavia è rimasta disponibile online solo per un tempo limitato; solo 4 casi hanno effettuato registrazioni ancora accessibili. Un’altra delle modalità utilizzate è stata quella di associare le trasmissioni a interventi post evento su Zoom che potessero contribuire a restituire la dimensione dell’incontro post-spettacolo. Un’ultima strategia è stata invece un tipo di *liveness* completamente mediatizzata, nel senso di un’esperienza parziale di *liveness* prodotta dalla consapevolezza del pubblico dei formati mediali. In questi lavori non c’è stato alcun tentativo di sovrapporre il tempo della performance a quello della ricezione, ma la simultaneità è rappresentata all’interno del video stesso, attraverso la simulazione di un osservatore in tempo reale interno al film. Esempi di questo tipo sono *Still Waiting* della compagnia Teatro Linguaggi e *Home_Let* di Asini Bardasci e Pietro Piva: nel primo la posizione di uno spettatore in tempo reale è simulata attraverso l’uso della ripresa in sequenza, nel secondo è attivata attraverso il formato *spy cam*.

Un’altra delle tendenze che hanno orientato i processi creativi degli artisti è quella di espandere le narrazioni e le ricerche stesse ben oltre l’unicità dell’evento da presentare online, esportando l’opera, e più spesso il processo creativo, su altri supporti. Questa temporalità dilatata ha aperto alla crossmedialità, che permette al contenuto di un progetto creativo di distribuirsi attraverso differenti piattaforme e media; ciò si trova, ad esempio, nella ricerca del musicista Stefano Coppari che durante i *focus group* ha sottolineato come la presentazione online dello show multimediale *LOCK* sia stato solo

l'inizio di un percorso perché da qui nascerà un video d'arte che fisserà le immagini proiettate sul monolite che è sul palco, un vinile con al suo interno un libro fotografico con le immagini scattate durante le riprese e la preparazione del lavoro, e alcune delle immagini che abbiamo chiesto attraverso una call al pubblico e che sono entrate a far parte del visual sul monolite.

L'intento è quindi quello di tenere traccia non solo dell'evento ma anche del processo creativo stesso perché, come sottolinea sempre Coppari

abbiamo bisogno di un prodotto fisico che dia continuità all'esperienza, perché ci permette di riappropriarci del nostro corpo e della qualità del prodotto, per dare anche un continuo alla performance che rimarrà online.

Differente è stato invece l'approccio di Collettivo Ønar, per il quale la moltiplicazione dei formati era di tipo transmediale e la dimensione temporale dilatata era strettamente connessa alla costruzione drammaturgica e interattiva della performance che è avvenuta live su Zoom; in questo senso la transmedialità consente la costruzione di forme che cambiano in relazione ai diversi media utilizzati e permette allo spettatore di accedere alla creazione da differenti punti di ingresso. Come racconta durante il focus group l'attore e regista Giacomo Lilliù il progetto *PPSS MOSAICO 020*

nasce già come un contenitore dove abbiamo avuto modo di sperimentare varie forme, dalla traccia audio allo spettacolo teatrale e con *Marche Palcoscenico Aperto* siamo riusciti a dargli la forma di evento web.

Il progetto si è esteso tra febbraio e maggio 2021 e l'evento finale *PPSS MOSAICO 020_Rito web* è stato anticipato da un prologo, costituito da una serie di lettere inviate al pubblico. Ciò che emerge da entrambi questi lavori è, oltre all'utilizzo di differenti formati per la costruzione, anche drammaturgica, dei progetti, la relazione interattiva con lo spettatore che, come vedremo più nello specifico nel successivo paragrafo, viene chiamato in causa ben prima dell'evento online per la produzione di materiali che verranno poi integrati nelle performance.

Su un altro versante hanno invece lavorato gli artisti che hanno scelto la serialità per la scansione temporale della pubblicazione dei contenuti. In questi casi la scelta di frammenti teatrali o coreografici suddivisi in più episodi, solitamente tra quattro e cinque, è data da una parte dalla specifica brevità che richiedono i contenuti online, dall'altra dallo svolgimento drammaturgico stesso dei progetti. Così è per *INFICTION* la miniserie in cinque capitoli creata C.G.J Collettivo Giulio e Jari, presentata sul canale Vimeo della compagnia, dove come raccontano

l'intenzione non è di riportare il teatro nel digitale ma di adeguare le nostre potenzialità all'interno di quel *format* più utilizzato nelle piattaforme virtuali. Siamo partiti da un formato e insieme agli altri collaboratori, che sono anche co-autori del progetto, abbiamo creato cinque capitoli, dove in ogni episodio vi è protagonista uno degli artisti in una sorta di autobiografia creativa.

Stesso formato e stessa modalità di lavoro, con riprese e montaggi operati da videomaker, è attuata anche dalla danzatrice e coreografa Cecilia Ventriglia nei quattro episodi video presentati sul canale YouTube omonimo al progetto, *Un albero mi ha chiesto di danzare*: qui come racconta la danzatrice

ogni video performance è dedicata a un albero monumentale individuato nelle Marche, saranno dei video episodi di circa 10 minuti e saranno una dedica alla natura e ai bambini per alimentare questo sguardo che si meraviglia ancora della magnificenza e bellezza della natura.

Ciò che emerge già chiaramente da queste modalità di creazione nate nell'ambito della danza contemporanea è come le coreografie si adattino al formato video e al dispositivo seriale, costruendo la sensazione di *liveness* per lo spettatore nella visibilità limitata dei contenuti.

La serialità si è resa osservabile anche in quegli eventi che si sono sviluppati attraverso pillole di teatro di figura che si ripetevano ogni settimana, quali il progetto *Mercoledì Marionette* della compagnia Di Filippo Marionette, e le animazioni di sand art *Sabato Sand Art* di Ermelinda Coccia entrambi sul canale Vimeo.

Un altro innovativo formato è quello sviluppato per il progetto *Mukashi Mukashi* dal Collettivo Vibrisse: tale dispositivo, nato dal loro desiderio di narrare alcune fiabe giapponesi, adattandole alle specifiche grammatiche della chat di messaggistica istantanea di Telegram, è identificabile in una sorta di «cantastorie virtuale» come lo hanno definito le artiste. Come raccontano le artiste, Zoom e le altre piattaforme che emulano lo stare in scena sono state subito scartate perché

ci interessava che parlassero le storie piuttosto che i nostri visi associabili al racconto e vagliando le opportunità abbiamo pensato alla chat; inizialmente Whatsapp, poi Telegram perché ha funzionalità più specifiche per il nostro progetto e abbiamo adattato il mezzo al nostro scopo.

Le affordance delle due piattaforme di messaggistica istantanea sono infatti molto differenti, perché al contrario di Whatsapp, Telegram oltre a permettere una maggior cura dei contenuti multimediali, permette di scegliere quando e se attivare i commenti dei fruitori, oltre che di cancellare i contenuti dopo averli condivisi richiamando in questo senso l'immediatezza e l'impermanenza della performance dal vivo.

Dalla stessa esigenza di trasmettere un contenuto artistico che non sia legato alla visione del corpo dell'attore e quindi concentrando l'attenzione dello spettatore su una narrazione che passa per la voce o per un contenuto multimediale, nasce anche il *progetto Teatro per Corrispondenza* dell'attore e regista Simone Guerro, che racconta:

la sfida di creare qualcosa che andasse oltre il video [...] solo ciò che era necessario per creare un'intimità, un'attesa. Il teatro ti dà l'occasione di parlare nelle orecchie e di arrivare alla pancia dello spettatore e per arrivare a ritrovare questa sensazione mi è venuta l'idea di costruire delle scatole, ognuna contenente una storia e il tutto funziona come un gioco con delle regole ben precise. C'è un sito che funziona come un e-commerce dove ti iscrivi e ti arriva il pacco con le storie. Il pacco si chiama Grimm e racconta storie di paura. C'è una data e un'ora che indica il momento in cui si può aprire e c'è scritto il setting che devi allestire. Arrivato il giorno, sistemato il setting, sul dispositivo mobile ti arriva il link a una web radio dove in diretta trasmetto la storia preceduta da una sorta di editoriale sul tema della paura. Dopo l'editoriale do il via all'apertura della scatola dove ci sono gli oggetti di scena creati a mano dalla scenografa

e ognuno racconta un linguaggio teatrale – oggetti che fanno le ombre, oggetti per un racconto da tavolo, etc.

Il carattere immersivo di questa performance, dato dall’ascolto e dalla costruzione in tempo reale della scena da parte dei giovani spettatori, si fonda sul senso di intimità e attesa che la struttura stessa del progetto genera. Nello stesso modo ha operato anche il lavoro di Collettivo Vibrisse: qui la multimedialità della narrazione e l’immediatezza della stessa permettono ai partecipanti di immergersi nel racconto e di sentirsi partecipi insieme ad altri nella condivisione dell’esperienza. La particolare narrazione, che risponde alle grammatiche della chat di Telegram, si struttura attraverso la successione di emoticon, *gift*, illustrazioni animate di Lisa Gelli, contenuti audio sia vocali che musicali e brevi parti testuali e il racconto della storia è intrecciato allo sviluppo di alcune pillole sia linguistiche che culturali provenienti dalla tradizione giapponese. Ed è proprio la pubblicazione istantanea di questi contenuti connessa alla possibilità concessa dalla piattaforma di osservare le visualizzazioni in tempo reale, che permette ai fruitori di sentirsi insieme ad altri oltre che in presenza delle artiste, grazie anche alla possibilità di lasciare commenti alla fine del racconto mentre i contenuti appena condivisi iniziano a dissolversi.

Altri formati sperimentali sono stati sviluppati anche da quegli artisti che hanno cercato di più la specificità del teatro nell’attraversamento del nuovo dispositivo che stavano abitando, combinando interattività e ricostruzione del senso del luogo: in questi casi molti hanno utilizzato la piattaforma di videoconferenza Zoom dove si simula in qualche modo lo stare in scena dell’attore davanti allo spettatore ma distinguendo il proprio lavoro dal tipo di relazione più o meno interattiva che veniva sviluppata. In questo senso anche il canale Twitch è stato attraversato da quegli artisti che ricercavano nel mezzo una specificità che trasportasse la visione dello spettatore più vicino all’esperienza teatrale, giocando però di più con l’interazione, rispondendo alle grammatiche della piattaforma, come accade nel lavoro *Private Vision _ A call for life*, un cine-spettacolo che si svolge in un appartamento e sviluppa il tema della violenza di genere. Come racconta il regista Lorenzo Bastianelli «si gioca un po’ con lo spettatore per creare un’interazione anche con la storia: potrà interagire con i personaggi attraverso i numeri di telefono che escono sullo schermo».

Osservando, infine, le piattaforme di comunicazione scelte, oltre alle già citate, anche Facebook è stata utilizzata dagli artisti per la condivisione dei lavori e chi l’ha scelta lo ha

fatto sia per una maggior condivisione e quindi apertura ai propri pubblici di riferimento o agli utenti delle altre pagine, tra le quali spesso quella di AMAT, dove erano condivise le dirette che avvenivano principalmente sui canali Youtube o Vimeo e altri social media degli artisti, sia per alcune facilitazioni concesse dalla piattaforma. Così è stato per *You are me* di Michela Paoloni, una performance di danza partecipata dove l'azione coreografica reagisce in tempo reale al pubblico che partecipa attraverso dei sondaggi. Come ha raccontato, infatti, la danzatrice:

inizialmente pensavo di utilizzare la piattaforma *Live Reacting* ma ha un ritardo molto alto di risultato e quindi abbiamo scelto quella che propone Facebook che ha un ritardo ma molto minore, sui 7-10 secondi, quindi molto gestibile.

In una sorta di *feedback loop autopoietico* (Fischer-Lichte 2014), quel meccanismo specifico di relazione che si attua tra spettatore e performer in presenza, ma che si attiva anche nell'interazione mediata come precisa Laura Gemini in riferimento alla *digital liveness*, il pubblico è presente da remoto e la danzatrice è fortemente consapevole della sua presenza poiché, come racconta Paoloni, il pubblico «poteva condizionare quello che io stavo facendo in scena in tempo reale e io mi affidavo alle sue scelte.»

Nonostante le difficoltà riscontrate anche su altre piattaforme rispetto alle tempistiche del *reacting*, e seppur adottando strategie differenti di interazione, gli artisti si sono mossi in una direzione simile, facendo della partecipazione del pubblico, declinata in tantissime varianti, una costante sia per le creazioni di danza che di teatro, sia per quelle di circo contemporaneo che di musica; grazie all'interattività e alle molteplici pratiche di partecipazione la relazione che gli artisti sviluppano da remoto con i pubblici si rende attuabile anche nello spazio digitale.

Queste esperienze degli intervistati dimostrano che sono coinvolti nel rapporto mutevole tra arti performative e tecnologie mediatiche. La mediatizzazione delle arti performative (Gemini, Brilli 2020) non riguarda solo l'uso dei media digitali all'interno del lavoro performativo, ma rappresenta un più generale impatto materiale e discorsivo dei media sull'intera attività artistica. La situazione pandemica sembra aver reso più esplicito questo processo. Gli artisti in questione si sono trovati ad adottare il ruolo specifico di “sperimentatori di emergenza” in mixed-media, nonostante il fatto che, per la maggior parte

di loro, la ricerca creativa sui media non facesse parte della loro routine artistica. In questo caso, i media digitali non sono stati semplici soluzioni surrogate, ma campi di ricerca artistica e relazionale. In altre parole, i progetti hanno potuto costruire nuove esperienze e lavorare con le stesse tensioni - interattività, gradienti di *liveness*, transmedialità e crossmedialità - su cui lavora anche la ricerca performativa digitale più istituzionalizzata. In Marche Palcoscenico Aperto, questa indagine è stata condotta - con un paio di eccezioni - da artisti che non tendono a classificarsi o non possono essere classificati come “digital artist”. Questo non significa che la ricerca artistica sui media digitali sia accessibile allo stesso modo e con gli stessi risultati per tutti gli artisti performativi; non bisogna dimenticare che le opere realizzate hanno tutte superato un processo di selezione e, nonostante questo, non si può parlare di un livello qualitativo omogeneo. Ciò significa, tuttavia, che la mediatizzazione implica un’incarnazione degli immaginari, dei formati e delle pratiche mediali che attraversa le denominazioni istituzionalizzate e i percorsi professionali.

5.3 MPA e i pubblici: per una ridefinizione della spettatorialità da remoto

Come emerge già nel paragrafo precedente, una caratteristica comune a molti dei progetti presentati in occasione di *Marche Palcoscenico Aperto* è il tentativo di sviluppare *habitat partecipativi* concreti (Balzola, Rosa 2011; Frieze 2016), in cui la partecipazione attiva dello spettatore, che a volte comporta un aspetto performativo, ha avuto un ruolo centrale. 21 dei 41 intervistati hanno incluso una qualche forma di interattività nei loro progetti. Tra questi, possiamo distinguere diversi livelli di partecipazione del pubblico.

Un gruppo di progetti ha lavorato sul coinvolgimento pre-spettacolo, ad esempio invitando il pubblico a compiere determinate azioni - come inviare informazioni o raccogliere indizi - nel periodo precedente lo spettacolo, come il caso del sopracitato *PPSS MOSAICO 020_ Rito web* di Collettivo Ønar. Un altro gruppo di progetti ha sfruttato le possibilità delle piattaforme digitali, stimolando l’interazione in una chat o facendo compiere agli spettatori azioni per attivare il contenuto dello spettacolo. È quello che accade al partecipante di *POST-TRUTH* di Profili Artistici/Barbara Alesse/Ernesta Argira, al quale viene chiesto di compilare un questionario non appena si iscrive per accedere all’iniziativa; in base alle risposte gli verranno successivamente inviate delle notizie su un gruppo Facebook del quale entrerà a far parte per partecipare all’evento. La storia che raccontano tratta di un fatto di cronaca inventato

e allo spettatore viene chiesto di prendere parte contribuendo alla costruzione verosimile dei fatti, come racconta Ernesta Argira di Profili Artistici:

una minorenne marchigiana scomparsa, quattro testate si occupano di informare sul caso; ogni testata non cercherà tanto di dare la notizia ma di coinvolgere emotivamente il pubblico come accade nel mondo dell'informazione odierna perché è questo che vende di più; poi dopo una settimana che il pubblico riceve notizie verrà mandata sul canale YouTube la trasmissione che non sarà in diretta e rimarrà online per un po' di tempo. Ci sarà un'ulteriore settimana dove il pubblico potrà dire la sua verità sul caso, tramite mail o WhatsApp o sulla pagina Facebook, poi pubblicheremo le varie opinioni del pubblico e infine sveleremo cosa è accaduto davvero con l'evento rivelatorio finale che avverrà sul canale YouTube.

Il lavoro indaga le dinamiche della manipolazione, ovvero le modalità con cui i mass media, in questo caso quelli dell'informazione, costruiscono le notizie giocando spesso sull'emotività dei pubblici in linea con quella che oggi viene definita la post-verità. La compagnia decostruisce il modello della comunicazione mass mediale utilizzando gli stessi canali dove questa manipolazione accade, e facendo dello spettatore un partecipante consapevole.

A un livello superiore di intensità interattiva, troviamo quei progetti che hanno lasciato il copione parzialmente aperto, variando così la drammaturgia in base all'intervento del pubblico. Accade così per lo spettatore di *Blue House* l'esplorazione performativa per un solo partecipante alla volta di Alice Toccaceli/Luoghi Comuni, incontro che si svolge sulla piattaforma WhatsApp. Come racconta Toccaceli:

chiedevo alle persone di uscire e trovare un luogo dove guardarsi intorno, prendere dei frammenti di realtà, fotografarli, e di scrivere, durante la videochiamata, dei racconti utilizzando la maschera del ricordo [...] il mio rapporto con lo spettatore è stato quindi differente fin da subito perché nel momento in cui mi contattava, si innescava subito un ingaggio diretto, si creava una sorta di rapporto intimo e privilegiato con ogni singolo spettatore che diventa anche a tutti gli effetti autore.

Come accade per l'esploratore di *Blue House* che si fa co-creatore dell'esperienza performativa, in *Olmo, uno spettacolo di legno*, progetto ibrido tra cinema e teatro ragazzi della Compagnia 7-8 chili, la piattaforma Zoom si fa spazio di narrazione interattiva e il giovane pubblico può decidere come far andare avanti la storia del burattino di legno. Come racconta Davide Calvaresi è stata «usata la tecnica narrativa del racconto a bivi per cui il pubblico decideva ogni volta che cosa il protagonista della storia dovesse fare e i bambini sono stati molto contenti di questo tipo di interazione».

Con un grado di interattività ancora più elevato, alcune forme di partecipazione hanno implicato un indebolimento dei confini tra performer e spettatore. È il caso del già citato progetto di danza partecipativa *You are me* di Michela Paoloni, il pubblico ha partecipato alla costruzione stessa della coreografia. È il caso del lavoro creato dalla compagnia L'Abile Teatro che, per creare un dispositivo che fosse necessario sia dal punto di vista della ricerca artistica che dal punto di vista dell'interazione con il pubblico, ha sviluppato un sito sul modello di Chatroulette, utilizzando più precisamente Omegle come spazio prove per la creazione di *Who is the strangers?* Simon Luca Barboni racconta:

ho sviluppato una piattaforma di video matching attraverso la quale le persone si connettevano alla performance ma non arrivavano direttamente a me ma avevano modo di incontrare altri spettatori. Si creava una sorta di foyer digitale in cui le persone erano in sala d'attesa; potevano vedersi, sentirsi e quando volevano potevano digitare il tasto skip che li avrebbe condotti alla performance o a un altro spettatore. Una volta arrivati alla performance si creava una partitura coreografica tra me e l'altra persona.

Il gioco, quindi, fonde e confonde il confine tra scena e platea tanto che allo spettatore, che diventa in qualche modo attore perché parte integrante e fondamentale della coreografia, viene chiesto alla fine dell'interazione di circa dieci minuti quale sia dal suo punto di vista la differenza tra attore e spettatore facendolo ulteriormente riflettere su questa sovrapposizione di ruoli.

Come emerge dai casi sopra riportati, la ricerca dell'interazione nella performance da parte di artisti, che generalmente non avevano lavorato in questa chiave, deriva dall'opportunità di sfruttare le caratteristiche dei media digitali e dalla necessità di recuperare un senso di compresenza con pubblici lontani. Tuttavia, dalle riflessioni dei partecipanti

emerge che questa logica di “compensazione” non è stata l’unica motivazione. In altre parole, non si trattava solo di recuperare una relazione assente, ma anche di sperimentare nuove possibilità di relazione. Un tipo di sperimentazione della dimensione relazionale era legata alla responsabilità dello spettatore. Alcuni progetti hanno affidato piccoli compiti al pubblico per stabilire un impegno che resistesse all’intercambiabilità dei contenuti e degli stimoli digitali. *PPSS MOSAICO 020_Rito web* della compagnia Collettivo Ønar è un esempio di performance live su Zoom preceduta da un lungo prologo di scambi di e-mail. Come ha precisato Lilliù:

si tratta di una serie di sette e-mail, le abbiamo chiamate lettere in bottiglia, inviate a chi ci ha rilasciato il proprio indirizzo sottoscrivendo un modulo di iscrizione che non solo raccontano il respiro e il tono del progetto ma introducono anche un elemento di interattività perché ognuna delle lettere, al di là degli elementi stilistici contiene anche una piccola missione che comporta il raccogliere dei reperti che verranno reintegrati nella performance live.

Sembra quindi che uno dei modi per mitigare la distanza dal pubblico e allo stesso tempo contrastare la sua dispersione nell’ambiente digitale sia stato quello di ricorrere a un maggior grado di lavoro spettatoriale, come è stato riportato anche in altre analisi delle performance mediatizzate durante Covid-19 (Liedke, Pietrzak-Franger 2021, Silberschatz 2021). A questo proposito, Lilliù afferma che è essenziale interrogare questi spostamenti della spettatorialità se vogliamo capire come il teatro possa approcciarsi alle piattaforme digitali:

Forse il teatro è il più escluso da questo sistema digitale perché non basta sostituire l’occhio di una telecamera con quello del pubblico. Le regole di ingaggio sono molto diverse e il pubblico ha un grande potere nel mondo digitale, a prescindere da tutto. Un artista la cui formazione e poetica non ha abitualmente concesso al pubblico tutto questo potere crea un prodotto che non soddisfa nessuno, né il pubblico né l’artista stesso.

Invitare il pubblico da remoto a ricoprire ruoli che vanno al di là del suo posizionamento abituale, ma che sono più vicini alla logica *prosumer* del pubblico online, ha fornito agli artisti un modo potenziale per stabilire un nuovo patto spettatoriale. Mentre il rapporto canonico con il pubblico nello spazio teatrale prevede regole di ingaggio codificate,

condivise e consolidate nel tempo, il pubblico online può avvicinarsi alle performance digitali attraverso molteplici modalità di visione (una varietà di dispositivi, nuovi ambienti di ricezione e nuove norme di attenzione), meno conoscibili e controllabili dagli artisti.

5.4 Cosa rimane di una stagione online: vincoli e impatti di MPA

La stagione digitale di *MPA* è stata un successo sotto diversi punti di vista: il numero di candidature ricevute ha superato di gran lunga le aspettative, gli artisti intervistati si sono dichiarati generalmente soddisfatti dei risultati ottenuti e il flusso di pubblico, nonostante le disparità tra le iniziative, è stato positivo. Gli artisti che hanno partecipato all'iniziativa hanno apprezzato l'opportunità di poter continuare a lavorare e creare nonostante la chiusura degli spazi teatrali e di farlo sperimentandosi in un progetto che li ha stimolati e messi alla prova. Come ha dichiarato il responsabile dell'organizzazione di AMAT, «in ogni caso, è stata un'opportunità per confrontarsi con qualcosa che altrimenti non sarebbe accaduto»; per la maggior parte degli artisti è stata un'occasione per riflettere sulle influenze reciproche tra teatro e media digitali in un contesto relativamente protetto. Dato il successo dell'iniziativa si sono esaminati anche i vincoli, le dinamiche di inclusione ed esclusione nella sfera digitale delle arti performative, e gli impatti della stagione digitale, anche all'indomani della pandemia.

5.4.1 Vincoli socio-tecnici e organizzativi

Dall'analisi dei dati raccolti tramite i *focus group* con gli artisti e le interviste con gli operatori sono emersi due tipi di vincoli alla creazione e alla fruizione di spettacoli digitali: i vincoli socio-tecnici, che comprendono le barriere tecnologiche, gli atteggiamenti degli utenti nei confronti delle opportunità connesse al digitale e la mancanza di competenze digitali; e i vincoli organizzativi, che derivano dalle sfide poste dalle piattaforme digitali alla produzione e alla distribuzione degli spettacoli.

I tre principali vincoli socio-tecnici emersi sono: i limiti imposti dalle piattaforme al processo di creazione, i problemi legati alla trasmissione e la mancanza di competenze digitali nel pubblico.

Per quanto riguarda il primo tipo di ostacoli, gli artisti hanno menzionato il problema di aver dovuto ricalibrare i loro progetti in seguito a uno scontro con le affordance degli ambienti digitali scelti di cui non avevano tenuto conto. Alcuni formati mediali, ad esempio, non erano adatti al pubblico online, come racconta uno degli artisti:

Il nostro errore è stato quello di proporre un'esperienza forse più adatta a un festival teatrale o cinematografico. Un'esperienza di visione di un'ora e mezza apparteneva più a questi altri contesti. Nel contesto dei social network, che richiedono un'attenzione intermittente da parte del pubblico, un'opera come la nostra era troppo lunga. Questa è stata una lezione: il mezzo può essere usato rispettando le sue prerogative e non forzando le proprie (A., artista teatrale).

I vincoli alla trasmissione sono legati ai ritardi e ai malfunzionamenti delle connessioni internet, e in particolare al senso di incertezza legato alla diretta degli eventi:

Sei schiavo dell'infrastruttura. Abbiamo avuto un appuntamento cancellato perché la piattaforma si è bloccata. Il limite più grande era l'impotenza di fronte a questi incidenti (S., artista di circo contemporaneo).

Queste problematiche sono legate anche alla notevole arretratezza dell'infrastruttura digitale italiana e alla miopia con cui vengono acquisite le strutture tecniche, come ha chiaramente raccontato il capo tecnico di palcoscenico dell'AMAT in merito all'inadeguatezza dei teatri italiani per il live streaming:

Molti teatri non hanno ancora una connessione internet. Quelli che ce l'hanno spesso hanno un abbonamento con una velocità di upload insufficiente. Questa è un'altra cosa che ho imparato: quando compriamo un abbonamento internet, ci dicono che il download è di 50 megabit. La verità è che se si vuole fare streaming, non ci si preoccupa del download: ci si preoccupa dell'upload. Molti cinema possono avere un buon contratto per il download, ma l'upload fa schifo. Pertanto, non si può fare nulla con quella connessione.

Tale vincolo legato alla scarsa connessione di rete ha influito molto sugli eventi in diretta, come racconta Calvaresi:

alcune criticità tecniche dell'online sono legate ai tempi di reazione e risposta del pubblico che sul digitale sono più lenti rispetto a quelli in presenza, e ciò cambia la fluidità del racconto. In alcune parti in cui io parlavo col pubblico sentivo che a un certo punto avevo bisogno di persone vicino a me con le quali parlare, perché nello schermo non riuscivo a trovare una relazione; avevo la possibilità di aprire e chiudere i microfoni però vedevo tutte queste faccine che si muovevano fuori sincrono, non sentivo il loro respiro ed è stato un grosso limite per me nel fare spettacolo.

Il terzo vincolo socio-tecnico è la mancanza di competenze digitali del pubblico. Gli organizzatori hanno raccontato, come per alcuni di loro, gran parte del lavoro si sia concentrato nell'assistere gli spettatori uno per uno, aiutandoli a recuperare le password della piattaforma o i link che erano finiti nella casella di spam o erano arrivati a caselle di posta elettronica inutilizzate. Come racconta l'addetta alla comunicazione di AMAT «l'assistenza che fornivamo era quasi di tipo assistenziale, una cosa commovente, ma anche un compito molto gravoso». Tale mancanza di *digital literacy* ha implicato anche la perdita di alcuni eventi come è accaduto per i pubblici di una compagnia teatrale che ha trasmesso un video in live-streaming su YouTube. Molti spettatori hanno automaticamente pensato di poter guardare il video quando volevano, ma hanno perso l'orario di trasmissione previsto per l'evento:

Il problema di YouTube è che molti pensavano che una volta messo lì il filmato, sarebbe rimasto lì per sempre. Pertanto, sappiamo che molte persone non si sono collegate all'orario previsto (I., artista teatrale).

Tra le barriere all'accesso derivanti da problemi organizzativi, ci sono le ambiguità della formulazione del bando⁴⁶, l'*overload* dell'offerta e la mancanza di coerenza nelle procedure di partecipazione.

⁴⁶ Nella descrizione iniziale del bando si leggeva «Quale prima concreta risposta alla attuale interruzione delle attività di spettacolo dal vivo, la Regione Marche / Assessorato alla Cultura – in collaborazione con AMAT (soggetto attuatore) – rivolge agli artisti e alle compagnie professionali delle Marche un invito a presentare progetti performativi attraverso tutti gli strumenti – a partire dal digitale, ma anche mediante ogni altro mezzo che la loro creatività riterrà utile – che

Il fatto che il bando fosse a metà strada tra l'incentivo alla creatività e il sostegno al settore in crisi ha avuto una duplice conseguenza. Da un lato, ha permesso che diventasse un "esperimento regionale diffuso". Dall'altro, ha generato alcuni fraintendimenti sui suoi obiettivi. Alcuni intervistati hanno interpretato il bando soprattutto come un aiuto agli artisti marchigiani:

La Regione sembrava voler sostenere il maggior numero di persone possibile. Dall'altro, c'era una selezione artistica. Secondo me, tutto questo ha creato molta confusione (G., artista teatrale).

Altri, al contrario, lo hanno interpretato come un aiuto per investire in nuovi percorsi di ricerca:

Lo abbiamo fatto perché era l'unica possibilità di fare arte in quel momento [...]. Abbiamo fatto una scelta non per fare soldi ma come investimento, e anche per avere un materiale pronto per qualcos'altro in futuro (R., musicista).

Il secondo vincolo organizzativo, il sovraccarico degli eventi digitali proposti da MPA, non è dipeso solo dal numero di progetti selezionati, ma dall'accesso digitale che ha reso molti dei progetti disponibili nello stesso frangente temporale e ciò avrebbe causato – secondo alcuni – un *deficit* di attenzione:

C'erano troppi progetti. Questo è positivo di per sé, ma rende difficile vedere altre cose da altre persone. Cinque-sei eventi al giorno per un pubblico come quello marchigiano, composto per lo più da spettatori abbonati alla stagione, la metà dei quali ha più di 70 anni e non ha familiarità con il digitale, è troppo (M., artista teatrale).

Il terzo vincolo organizzativo risiede nella mancanza di uniformità nelle modalità di accesso agli spettacoli. Questo problema nasce dal conflitto tra la libertà concessa agli artisti nello sperimentare con i dispositivi performativi digitali e l'aggregazione dell'offerta artistica.

consentono la loro attuazione da subito anche 'a teatri chiusi', non prevedendo di utilizzare uno spazio teatrale con partecipazione del pubblico in presenza.»

Se il progetto avesse fornito un'unica piattaforma di streaming dedicata, questo avrebbe inevitabilmente livellato qualsiasi sperimentazione con il mezzo. Tuttavia, dare agli artisti piena libertà significava che dovevano autonomamente organizzare la biglietteria nel caso avessero avuto i biglietti per la performance, cosa che molti di loro hanno scelto di fare per legare il pubblico all'evento. Questa situazione ha in molti casi portato a problemi tecnici generati dai servizi di biglietteria; da mezzo per coinvolgere il pubblico online, il biglietto è diventato un ostacolo, anche se non finanziario:

Un limite significativo all'accesso allo spettacolo è stato il biglietto simbolico di tre euro perché abbiamo avuto problemi con la piattaforma di biglietteria *****, così gravi che, a nostro avviso, hanno compromesso del 40% la possibilità di accedere allo spettacolo. Tuttavia, era essenziale creare un tale impegno (C., artista teatrale).

Nel complesso, i vincoli organizzativi sono nati da un conflitto tra due caratteristiche, entrambe tipiche degli ambienti digitali: *modifiability* e *archivability* (Phillips, Milner, 2017). Da un lato, la modificabilità consente agli artisti di inventare i propri dispositivi scenici. Tuttavia, questa varietà aumenta il livello di competenza e di impegno richiesto agli organizzatori, agli artisti e agli spettatori per rendere la performance accessibile. Dall'altro lato, le piattaforme digitali possono essere sfruttate per la loro archiviabilità, per il modo in cui possono raccogliere in un unico spazio una molteplicità di proposte a cui, però, può corrispondere un'offerta sovraffollata.

5.4.2 *Gli impatti del teatro pandemico tra l'acuirsi dei conflitti e le nuove sfide*

Dai dati emersi possiamo trarre alcune conclusioni sugli impatti immediati e a medio termine del progetto *MPA*. Gli effetti più evidenti sono legati a tre macroaree: l'acquisizione di competenze e conoscenze, il rafforzamento delle relazioni e l'intensificazione dei conflitti preesistenti.

Il primo gruppo di impatti è legato alle competenze acquisite da organizzatori e artisti durante il periodo di sperimentazione creativa e organizzativa nel digitale. Molti intervistati concordano nel riconoscere il valore formativo dell'iniziativa:

Partecipare a una call dà anche competenze. È una palestra al di là del risultato, anche per mettere a fuoco il proprio progetto per una specifica call (M., coreografa).

Ci siamo accorti che le strategie, le intuizioni applicate nella realizzazione di questo progetto sicuramente ritorneranno a teatro, cioè cambierà l'oggetto tanto da diventare una continuazione di quello che abbiamo elaborato da un punto di vista digitale. Alcune soluzioni hanno messo a fuoco pensieri e dinamiche che ci sembra importante riportare a teatro. Credo che questa sia la parte più interessante di questo momento difficile per il teatro, non ragionando in termini di sostituzione, ma provando ad esplorare altri territori, partendo da quelle che sono le nostre specificità per visitare altre possibilità e vedere come queste cose interagiscono (F., artista di teatro).

Come osservato nei paragrafi precedenti, gli artisti hanno potuto misurarsi con una prospettiva sperimentale che non sempre faceva parte dei loro orizzonti lavorativi. Molti di loro hanno affrontato per la prima volta problemi come lo streaming digitale in diretta, la sfida della spettatorialità a distanza e il contrasto tra lo sguardo della telecamera e quello dello spettatore in carne e ossa.

L'acquisizione di nuove competenze è ancora più evidente dal punto di vista organizzativo. Il direttore artistico dell'AMAT parla di un «ispessimento del *know-how* all'interno dell'associazione», al punto da affermare che «in sei mesi abbiamo fatto un salto di 10 anni». Le competenze acquisite riguardano sia l'ambito tecnico che quello organizzativo. Il capo tecnico di palcoscenico dell'AMAT ha sottolineato la grande importanza che ha avuto l'esperienza acquisita durante il progetto MPA, che ha influito anche sul modo di relazionarsi con le tecnologie sul palco fisico:

Questa esperienza mi ha aiutato a ricominciare a fare il mio lavoro sul palco [...]. Tutto questo lavoro con *MPA* mi ha insegnato che la presenza non è essenziale per risolvere problemi specifici. Molte cose si facevano prima con cento mani. Ora penso di più a come farle al computer. Ho imparato tutto questo durante il lockdown, ed è stato fantastico.

In termini di capacità organizzative, si è verificata anche una rivalutazione della professionalità, che si è tradotta in una selezione più accurata dei compiti necessari e in una maggiore tendenza alla delega. Il gran numero di iniziative da seguire, diverse per contenuti

e formati, ha fatto sì che la responsabile della comunicazione dell'AMAT abbia dovuto «imparare a viaggiare con un bagaglio leggero». Compiti che prima venivano svolti di getto, per tradizione, abitudine o passione, ora vengono ponderati con maggiore attenzione. Il carico e la complessità del lavoro organizzativo erano già in aumento prima della pandemia e ora, con l'aumentare delle complessità, l'organizzazione è chiamata a sfruttare maggiormente la professionalità specifica degli operatori e a delegare i compiti periferici alle persone più adatte. Il responsabile dell'organizzazione fa l'esempio di come prima della pandemia fosse irriflessivamente portato a occuparsi di aspetti fuori dai suoi compiti ordinari come preparare il catering per gli artisti. Questa estensione dei compiti è stata ostacolata dall'emergenza sanitaria. Tuttavia, la consapevolezza dell'importanza della delega è rimasta anche dopo:

Prima, per risparmiare denaro o per etica del lavoro, non delegavamo se potevamo fare noi qualcosa. Con la pandemia, abbiamo scoperto che altri possono farlo. Anzi, per motivi di salute, altri devono farlo. Prima lo facevamo in modo convenzionale, per esempio preparando i salumi che si trovano nel camerino. Ma l'estate scorsa abbiamo dovuto rivolgerci ai fornitori [...]. Da lì abbiamo scoperto che il nostro lavoro si stava alleggerendo e che era più giusto coinvolgere i commercianti locali per attivare anche il territorio.

L'aumentare della complessità dei compiti è stato quindi affrontato in differenti modi dall'organizzazione di AMAT: nella fase iniziale dell'emergenza sanitaria si sono cercate le competenze ricombinando le risorse interne e ampliando l'ambito delle mansioni o dell'autoformazione. Nel momento in cui la complessità si è rivelata maggiore e più duratura del previsto, sembra essersi sviluppato un atteggiamento di delega che, almeno nella fase della raccolta dei dati, sembrava ancora persistere.

Il miglioramento delle relazioni è l'area di impatto che emerge più chiaramente dalle interviste. In altre parole, la situazione di incertezza e vulnerabilità ha prodotto un aumento dei legami e delle connessioni di diverso tipo. Si sono create, ad esempio, nuove relazioni per lo scambio di competenze artistiche e sono nate collaborazioni tra diversi ambiti disciplinari, tra artisti, videomaker, ingegneri e designer, ma anche rapporti di tutoraggio reciproco su questioni tecniche e burocratiche:

Si è formata una comunità di artisti *MPA* che si sono seguiti a vicenda. I primi che hanno iniziato hanno condiviso con gli altri ciò che avevano imparato dalla loro esperienza, ad esempio sul *copyright*. È stato simile alle vecchie residenze artistiche, dove le aziende vivevano nello stesso spazio e si parlavano. Questo è avvenuto in modo digitale (C., responsabile comunicazione AMAT).

Inoltre, poiché il bando richiedeva che l'artista fosse in grado di fatturare, si è creata una necessità burocratica che ha incentivato nuove partnership, spesso guardando alla comunità locale immediata:

Per il problema burocratico, abbiamo suggerito di attivare delle collaborazioni. La fatturazione non sarà l'unico compito che vi chiederemo di svolgere. Ti chiederemo anche di pagare i tuoi fornitori e di occuparti di tutte le pratiche relative ai diritti d'autore che dovrai rendicontare sul progetto. Quindi, ti consigliamo, caro freelance, di affidarti a una realtà locale, a un'associazione, a un'agenzia che ti permetta di portare avanti il progetto come un professionista (M., responsabile dell'organizzazione AMAT).

Questo potenziamento delle relazioni locali ha prodotto un effetto paradossale: un progetto digitale ha reso più tangibile e visibile un determinato territorio artistico. Sebbene si sia soliti pensare al digitale attraverso le sue possibilità di deterritorializzazione, che sono state effettivamente cruciali per ampliare il pubblico del progetto al di fuori della regione, in questo caso molti hanno riferito come il tessuto artistico marchigiano si sia distinto maggiormente rispetto ai “tempi normali”:

Ho sempre avuto l'idea che non ci fosse molto movimento in questa regione, ma sono tornato e sono rimasto stupito dall'attività che esiste (E., artista teatrale).

Per me è stato anche un viaggio nelle Marche, che non avrei fatto se non fosse stato per il bando *MPA*. Ho conosciuto diverse proposte che non immaginavo esistessero (M., artista teatrale).

Si può quindi osservare un aumento della riflessività del settore, non solo in termini di visibilità del territorio artistico ma anche di consapevolezza degli artisti come classe. Il

rafforzamento delle relazioni si è tradotto anche in un aumento delle conversazioni e delle collaborazioni tra artisti per richiedere maggiori diritti e garanzie. Ad esempio, nello stesso periodo è stato creato un Coordinamento degli Artisti Marchigiani (CAM), che chiedeva un maggiore coinvolgimento degli artisti dello spettacolo nella gestione dei teatri e degli eventi locali.

Quest'anno, se c'è qualcosa da salvare, è la consapevolezza della nostra categoria acquisita. Questo bando è stato anche l'occasione per fare una serie di riflessioni da parte degli artisti marchigiani che hanno creato coordinamenti e reti per discutere molto. Ci sono chat molto attive che affrontano quello che è successo e discutono su come fare meglio (A., artista teatrale).

Collegata alla discussione sui diritti dei lavoratori dello spettacolo, è emersa la questione molto controversa dei confini tra professionisti e dilettanti. Sebbene non sia stato affrontato in modo specifico nella traccia dei *focus group*, questo problema è emerso in diversi momenti durante le conversazioni. Nel contesto del bando *MPA*, l'attribuzione di sostegni economici attraverso dei criteri di selezione non chiari ha rafforzato il conflitto tra professionismo e amatorialità: gli artisti intervistati hanno espresso la necessità che in un periodo di risorse scarse solo i "veri" professionisti dovevano essere i beneficiari, chiedendo criteri più stringenti e dettagliati per delimitare questa categoria, anche per il periodo post-crisi. Secondo alcuni artisti "troppi dilettanti" hanno partecipato al progetto. Il termine "dilettante" è stato usato da loro con un doppio significato, sia in termini di risultati artistici che di inquadramento burocratico: c'erano troppi artisti che erano "improvvisamente" diventati esperti di digitale, e troppi che non erano artisti professionisti ma che comunque hanno partecipato. Questi "intrusi" hanno sottratto risorse che avrebbero dovuto essere destinate a persone che vivono di arte performativa e che con la pandemia hanno perso la loro unica fonte di reddito:

Sono stati presentati troppi progetti. Forse sarebbe stato meglio selezionarne meno, ad esempio 20, e dare loro più liquidità. Cinquemila euro per una produzione teatrale di questo tipo non erano sufficienti. Sessanta progetti erano tanti, e per me è stato difficile trovarne di così validi nelle Marche. In mezzo ci devono essere dei dilettanti [...]. Il

problema nelle Marche è che molti dilettanti credono di essere professionisti quando non lo sono. Se fai teatro a livello ecclesiale, stai facendo un'altra cosa (F., coreografo).

Non tutti gli intervistati condividono però questo astio: per molti, la distinzione tra dilettanti e professionisti non è tanto una questione di qualità della produzione artistica, quanto una distinzione necessaria per migliorare i diritti dei lavoratori.

Tutti concordano sul fatto che l'*impasse* ha reso indispensabile migliorare la regolamentazione dei lavoratori nel settore dello spettacolo. Tuttavia, il vero “vaso di Pandora” è come stabilire i criteri di inclusione. Non tutti sono d'accordo con la creazione di un registro professionale, che potrebbe rivelarsi una gabbia troppo rigida: definire, infatti, l'inclusione in base al curriculum o alla formazione è discriminatorio per gli artisti autodidatti e i nuovi arrivati. Determinare l'inclusione in base al reddito del lavoro artistico si scontra con il problema endemico del lavoro nero che affligge il settore e che, purtroppo, rappresenta una fonte di sostentamento a cui molti non potrebbero rinunciare dall'oggi al domani.

In conclusione, c'è stato sì un aumento della consapevolezza e della solidarietà tra i professionisti, ma sembra anche che il conflitto tra professionalità e dilettantismo si sia acuito. Se nel periodo pre-covid questo confine fra professionisti e operatori amatoriali delle *performing arts* era già oggetto di conflitto, ma poteva essere definito con maggiore ambiguità, la situazione pandemica sembra aver ridotto il grado di ambiguità ammissibile dal sistema. Tuttavia, questa ambiguità è stata anche una risorsa fondamentale per il sistema artistico, in particolare per la produzione indipendente. Ai margini del professionismo, infatti, non ci sono solo l'illegalità e il dilettantismo, ma anche una creatività meno formalizzata che è vitale per la scena artistica locale. Questa tendenza all'esclusione rappresenta uno dei principali rimpianti per il futuro come emerge, infine, dal responsabile dell'organizzazione di AMAT:

Sono un po' triste perché abbiamo perso tutto ciò che viene dal basso. Tutto ciò che è spontaneo, indipendente e forse non ancora professionalizzato. Perché se vuoi fare le cose secondo la legge attuale - diciamo che sei un piccolo collettivo o un'associazione - se vuoi davvero rispettare tutto quello che ora è richiesto per un programma di spettacolo dal vivo, sei rovinato. È davvero deprimente.

ARTISTA	SINGOLO/COLLETTIVO	PROGETTO	GENERI	ESPERIENZA DIGITALE PRIMA DEL COVID	PIATTAFORMA	LIVE/ROCORDED	TEMPO VISIBILE	DIGITAL AUDIENCE
Alice Toccaceli / Luoghi Comuni	artista	Blue House walking performance one to one	performance	NO	WhatsApp	live	durata della performance	interattivo (produzione di contenuti da parte del pubblico)
Appennino Up	Associazione culturale	Elementi 4 micro-video performance di circo contemporaneo ambientate in spazi naturali marchigiani	performance	NO	Social e sito di Appennino up	recorded	durata dell'episodio	
Dj Asco	artista	CAOS Live dj set con performance	dj set	NO	Facebook Twitch	live	online	
Asini Bardasci / Pietro Piva	Compagnia teatrale	Home_Let Amleto su Zoom	teatro	NO	Zoom	live	durata della performance	interattivo con talk
Babelia & co	artista	Il magazzino dell'attrice miniserie teatrale in 4 episodi	teatro	cinema	Youtube Facebook Twitch	recorded	durata dell'episodio	
Boldrini/Petrucchi	Compagnia di danza contemporanea	Infiction web performance in 5 episodi	screen dance	screen dance	Vimeo	recorded	durata dell'episodio	
Calvaresi Davide / 7-8 chili	Compagnia teatrale	Olmo, uno spettacolo di legno progetto ibrido tra teatro di burattini, cinema e teatro ragazzi	teatro ragazzi	contamination between scene and video	Zoom	live	durata della performance	interattivo (tecnica della narrazione a bivi)
Cecilia Ventriglia	artista	Un albero mi ha chiesto di danzare 4 mini video-performance	screen dance	screen dance	YouTube	recorded	online per 12 ore	
Chiara Borsella	artista	SYBILLA Una storia di riciclo performance sull'ecologia	Teatro ragazzi	NO	Facebook YouTube Sito	live	il tempo della performance	
CDC-Collettivo Delirio Creativo e Luigi Moretti	Compagnia teatrale	CERCASI MASHA DISPERATAMENTE performance su Zoom	teatro	NO	Zoom	recorded	durata della performance	interattivo (e-mail pre e post show)
Collettivo Onar	Compagnia teatrale	PPSS_Mosaico_020 Prima fase – e-mails Seconda fase – web performance su Zoom	performance	NO	Zoom	live	durata della performance	interattivo (email and performance)
Collettivo Vibrisse	Compagnia teatrale	MUKASHI MUKASHI cantastorie multimediale	teatro	web radio	Telegram	live	durata della performance	interattivo (sondaggi)

Compagnia della Marca	Compagnia teatrale	Aprite i vostri occhi video performance	teatro	cinema	YouTube	recorded	durata della performance	
Compagnia Teatri della Plebe	Compagnia teatrale	Tutte quelle vive luci film a episodi	performance	NO	Facebook	recorded	durata della performance	
Di Filippo Marionette & Ermelinda Coccia	Collettivo di artisti	MERCOLEDI' MARIONETTE mini video serie di puppet theater	teatro di figura	NO	Vimeo Facebook Instagram	recorded	durata del video	
Di Filippo Marionette & Ermelinda Coccia	Collettivo di artisti	SABATO SAND ART serie animata di sand art	sand art	NO	Vimeo	recorded	online	
Federico Brancaleone	artista	BACH e il Romanico nel Piceno 6 concerti di musica classica in chiese antiche	concerto	NO	YouTube Facebook	recorded	online	
Filippo Brunetti	artista	SAX-ÖH! performance installativa (offline) documentary on performance (online)	docu-performance	NO	Facebook YouTube	recorded		
Francesco Marilungo / Chiara Caterina	artista/video maker	Sei Ancora Tu documentary performance	screenandance	NO	Zoom	live	durata del video	interattivo con talk
Giulia Bellucci e Marina Bragadin	artiste	PERSONAGGI SUL FILO DEI DIALOGHI MANCATI performance one to one	teatro	NO	Telefono	recorded	il tempo della performance	interattivo
Gloria de Angeli / Indipendence	operatrice/trainer	Tu, come danzi? participatory performance	Danza partecipata	NO	Zoom	live	durata della performance	interattivo
L'abile Teatro	Compagnia circo contemporaneo	Who is the stranger? performance one to one	Circo contemporaneo	NO	Sito web	live	il tempo della performance	interattivo
Lisi/Bragaglia/Caldarelli	Collettivo di artisti	LINGUA INGNOTA DIGITAL RELOAD versione digitale di <i>Lingua Ignota</i>	screenandance	SI	YouTube	live	il tempo della performance	
LA Big Band	Collettivo di artisti	ALFOSINA Y EL MAR – STORIE DI VIAGGI DI SOLA ANDATA teatro musicale	concerto	SI	YouTube	recorded	online	
Lorenzo Bastianelli _Teatro Sovversivo	Compagnia teatrale	PRIVATE VISION, A CALL FOR LIFE movies-show	teatro	cinema	Twitch	live	il tempo della performance	Interattività simulata
Mara Oscar Cassiani	Digital artist	I AM DANCING IN A ROOM performance	performance	SI	YouTube	live	online	interattivo con talk

Mario Mariani	artista	Mario Mariani Onlive 3 piano concert in live streaming	concerto	NO	Zoom	live	durata della performance	
Masako Matsushita con P. Paggi e The Sound of Marcello	Collettivo di artisti	Il Nostro Luogo performance collettiva agita dal pubblico a casa	performance	NO	Zoom	live	durata della performance	interattivo (prima e durante la performance)
Michela Paoloni	artista	YOU ARE ME partecipatory performance, social media interaction	Danza contemporanea	screen dance	Zoom Facebook	live	durata della performance	interattivo (prima e durante la performance)
Nufabric Records	Casa discografica	Vergine plays "VERGINE" concert live in streaming	concerto	NO	Facebook	live	durata della performance	interattivo (live social comments)
Oscar Genovese / Galassie SRL	artista / videomaker	Diavoli web serie teatrale in 5 episodi	teatro	NO	Facebook	recorded	durata dell'episodio	
Piero Massimo Macchini	artista	FORTUNA MACCHINI pagina collegata al sito con una ruota della fortuna che il pubblico muove per optare per gli sketch comici	teatro	SI	Zoom	live	durata della performance	interattivo (ruota della fortuna che il pubblico può attivare dal suo dispositivo mobile)
Profili Artistici/ Barbara Alesse/ Ernesta Argira	Collettivo di artisti	POST TRUTH performance	teatro	NO	Facebook	recorded		interattivo (live social comments)
Roberto Zechini	artista	IO SONO ANTONELLI teatro musicale	Teatro musicale	SI	Facebook Instagram YouTube	live	online	
Ruvidoteatro	Compagnia di teatro	PIERMARINI, UN LUOGO, UNA STORIA UN TEATRO NEL TEATRO tour virtuale del teatro con narrazione	teatro	NO	Facebook	live	durata della diretta	
Simone Guerra	artista	Teatro X Corrispondenza kit di teatro da tavolo da ascoltare e animare	Teatro ragazzi	NO	per posta + web radio	live	durata della performance	interattivo (costruzione delle scene durante ascolto delle storie su web radio)
Stefano Coppari Quartet	Collettivo di artisti	LOCK performance musicale	concerto	NO	Facebook e Instagram	recorded	online	Interattivo (chiamata pubblica per costruzione visual)
Teatrino Pellidò / Vincenzo Di Maio	artista	CÀ DEL POZZO puppet theatre video	concerto	NO	Facebook	recorded	durata della diretta	

Teatro Linguaggi	Compagnia teatrale	STILL WAITING serie video-teatrale in 5 episodi	teatro	NO	Facebook	recorded	durata della diretta	
Teatro Patalò	Compagnia teatrale	Inventare la vita documentary theater	Documentario teatrale	NO	YouTube	recorded	durata della diretta	interattivo con talk
Teatro Rebis	Compagnia teatrale	LLAREGGUB_un a cosa da niente Primo movimento da Sotto il bosco di latte di Dylan Thomas	radiodramma	radio	web radio	recorded	online per 24 ore	
Teatro delle isole	Compagnia teatrale	RAPHAEL 3.0 spettacolo ripreso a 360°	Teatro ragazzi	NO	Vimeo	recorded	online per 3 ore	Interattivo (possibilità di seguire a 360°)

Tabella 19 – Mappatura degli artisti e delle compagnie di MPA che hanno partecipato ai focus group

6. Conclusioni

In questo capitolo si è ricostruita una panoramica delle azioni che il settore dello spettacolo dal vivo in Italia ha messo in atto durante il frangente pandemico per rispondere all'emergenza sanitaria causata dalla diffusione del virus Covid-19 attraverso la prospettiva della mediatizzazione del teatro; si sono analizzate allora le risposte che artisti e organizzatori hanno dato per rimanere in contatto con i propri pubblici nel momento in cui gli spazi della cultura erano interdetti, connesse alle azioni che il governo ha messo in campo in quei mesi per sostenere il settore.

Concentrandosi poi sul caso della regione Marche, si è cercato di osservare quali opportunità e vincoli dell'uso dei media digitali sono emersi nella produzione delle arti performative, per analizzare come il settore dello spettacolo dal vivo regionale è sopravvissuto alle fasi più acute della pandemia e per osservare se, e in quali condizioni, la performance online potrebbe essere un campo d'azione supplementare per gli artisti, anche dopo il ritorno alla programmazione negli spazi teatrali.

Il caso specifico di *Marche Palcoscenico Aperto* è servito per mappare le esperienze e le prospettive di artisti generalmente poco esperti nel campo della performance digitale e per osservare le conseguenze di questa tipologia di intervento su un campione significativo del tessuto artistico regionale. L'ampia e variegata partecipazione all'iniziativa ha dimostrato che l'ambiente online non è, di per sé, un confine limitante tanto che gli artisti non hanno semplicemente trasferito le loro opere online, ma hanno sfruttato l'opportunità di diventare

sperimentatori d'emergenza, cogliendo le stesse tensioni estetiche con cui gli artisti digitali sono abituati a confrontarsi.

Tuttavia, sono emersi anche diversi vincoli per gli artisti e gli organizzatori che devono essere considerati e approfonditi per comprendere le barriere di accesso alle performance digitali. Abbiamo distinto due tipologie di barriere fra inclusione ed esclusione emerse in questo periodo in cui le *performing arts* hanno cercato soluzioni digitali per la loro sopravvivenza.

Un primo insieme di vincoli di stampo socio-tecnico, dovuti all'arretratezza infrastrutturale del sistema italiano, ma anche al fatto che gli spazi online includono possibilità e resistenze ancora invisibili a molti operatori e spettatori, hanno avuto un impatto nella trasmissione dei contenuti, nella pratica artistica e sulle abitudini spettatoriali.

Una seconda serie di vincoli, emersa dall'infrastruttura organizzativa, dimostra che nel campo digitale occorre gestire l'equilibrio tra i vari dispositivi performativi sviluppati e la necessità di aggregare le proposte. Gli impatti individuati riguardano invece l'acquisizione di nuove competenze artistiche e organizzative e l'intensificazione delle relazioni all'interno del campo artistico regionale. La pandemia, e in particolare il progetto *Marche Palcoscenico Aperto*, ha fatto sì che aumentasse la riflessione sulla cultura organizzativa degli operatori teatrali e sulle condizioni di lavoro degli artisti performativi. Il covid ha imposto una maggiore dipendenza degli artisti dal sistema artistico; solo una piccolissima fetta di artisti con mezzi e competenze adatte alla trasposizione digitale è riuscita a costruire un'offerta teatrale online autonoma dalla mediazione dei teatri. Questo aumento di dipendenza ha accresciuto la consapevolezza collettiva della comunità artistica, ma ha anche esacerbato l'esigenza di distinguere la figura dell'artista da quella dell'amatore, nonché il conflitto fra artista individuale e sistema artistico territoriale.

Lo stato d'eccezione che si è originato dalla pandemia ha fatto emergere come il settore dello spettacolo dal vivo, nonostante le fragilità endemiche e le grandi difficoltà attraversate, oltre ai vincoli imposti dalle barriere d'accesso che il digitale produce, abbia saputo reiventarsi in molteplici modi, ripensando anche lo spazio performativo e la relazione con i pubblici al di là dell'idea semplicistica del "teatro su internet". L'effervescenza creativa vissuta nei mesi del lockdown, come emerso da molti dei progetti osservati e in particolare da *Marche Palcoscenico Aperto*, ha permesso l'emergere di dispositivi performativi innovativi che hanno rimesso in discussione anche i processi creativi degli artisti e quelli

organizzativi degli operatori del settore. Se fino a qualche tempo fa era difficile prevedere la durabilità di tali sperimentazioni, oggi sappiamo che sono poche quelle che sono rimaste ancora in vita dopo la riapertura degli spazi e che proseguono nello sfidare artisti e pubblici nella creazione e nella fruizione digitale. Un problema emerso, e che sicuramente non aiuta a procedere in questa direzione, è legato alle difficoltà ad essere raggiunti da strumenti normativi e di finanziamento adeguati capaci di adattarsi alle esigenze specifiche che il lavoro sul digitale impone.

Capitolo 4

La valorizzazione delle aree interne, tra *audience development* e rigenerazione dei teatri storici marchigiani nel post-pandemia: *TOHC!*⁴⁷. Caso di studio

1. Introduzione

Superata la fase più critica della pandemia il settore dello spettacolo dal vivo ha progressivamente abbandonato gli spazi digitali per tornare a riflettere, spesso in modo anche un po' troppo tempestivo, sulla partecipazione culturale e sulla valorizzazione dei territori senza cercare però delle forme e dei formati davvero innovativi che si facessero carico delle sperimentazioni che quel periodo, che si voleva immediatamente lasciare alle spalle, aveva prodotto. Ciò emerge chiaramente anche dall'indagine di Alonzo e Ponte di Pino sui festival italiani (2022):

La maggioranza dei festival è tornata al format pre-pandemico, senza alcuna modifica strutturale, senza rimettersi in gioco per ridefinire i linguaggi e i mezzi tecnologici utilizzati. Anche a livello di contenuti, non sono stati molti i lavori e gli incontri che abbiano offerto l'occasione di riflettere sulla pandemia e sulle sue conseguenze (Ponte di Pino 2023).

⁴⁷ La ricerca esposta in questo ultimo capitolo della tesi, che ha come caso di studio il progetto *TOHC! Teatri Oggi Hub di Comunità*, è stata presentata all'interno di un report realizzato da Francesca Giuliani, con la consulenza scientifica di Laura Gemini e Stefano Brilli, Centro di ricerca LaRiCA - Osservatorio sui pubblici dello spettacolo dal vivo, Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI) dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, nell'ambito del progetto *TOHC!*, promosso e coordinato dal Consorzio Marche Spettacolo, cofinanziato dal POR MARCHE FESR 2014/2020. Il report è stato presentato durante un evento pubblico che si è tenuto online il 15 dicembre 2022.

Premesso ciò, è a partire da questa prospettiva di ritorno negli spazi che il settore dello spettacolo dal vivo marchigiano ha riaperto una riflessione che aveva già avviato da tempo intorno alla rigenerazione innovativa e sostenibile degli spazi teatrali, in particolare a seguito del terremoto del 2016 che ha colpito duramente quel patrimonio di piccoli e medi teatri che costituisce il 93% dei teatri storici della regione (Righettini 2006) e che spesso si trovano nelle aree interne al cratere sismico; come spesso accade, infatti, non è sufficiente restaurare gli edifici fatiscenti e distrutti da frane e terremoti, ma è necessario poi inscriverli nuovamente nel tessuto sociale e simbolico di una comunità.

Il presupposto teorico e di ricerca che fa da sfondo a questo terzo e ultimo caso di studio, che riguarda l'analisi del progetto *TOHC! Teatri Oggi Hub di Comunità*, volto alla valorizzazione dei teatri storici delle aree interne al cratere sismico, intercetta la prospettiva del *welfare* culturale (Ghiglione 2017; Manzoli, Paltrinieri 2021; Paltrinieri 2022a; Cicerchia 2022) che offre l'occasione per ragionare sul valore della cultura e sull'impatto che la cultura e le arti hanno sia sulla partecipazione (Allegrini 2021, 2022; Carpentier 2011; Paltrinieri 2022a; Gemini, Paltrinieri 2018; Gemini, Bartoletti, Brilli 2008) sia sul turismo culturale (Origet de Cluzeau 1998; Amirou 2000; Gemini 2008; Garibaldi 2013; Montaguti, Meneghello 2018). È infatti nella relazione fra sistema turistico e sistema culturale, che i processi di valorizzazione dei territori e delle aree geografiche interne (Cusimano 2006) – che comprendono il processo di destagionalizzazione e decentramento che è alla base delle strategie evolutive del turismo contemporaneo, a partire dalla differenziazione dell'offerta (SRM, Mundula, Meco 2016), il potenziamento delle “località satellite”, i processi partecipativi delle comunità locali e delle comunità temporanee di visitatori/spettatori (Gemini, Antonioni, Mazzoli 2007) – trovano nei piccoli teatri diffusi su tutto il territorio nazionale un'importante opportunità di sviluppo.

A partire da tale contesto di analisi che incontra anche le riflessioni che da anni anche in Italia si sono sviluppate attorno all'*audience development* e ai nuovi centri culturali (Franceschinelli 2021; Tricarico, Daldanise, Jones 2020), nel presente capitolo verranno osservate e analizzate le azioni innovative messe in campo dalle tre realtà artistiche

marchigiane selezionate dal bando *TOHC!*⁴⁸ sia nell'ambito dell'*audience development* che nel contesto della rigenerazione innovativa e sostenibile dello spazio teatrale.

Nella seconda sezione si analizzerà il contesto storico-culturale all'interno del quale si inseriscono i tre teatri del maceratese scelti dalla sperimentazione, quali il Teatro Vaccaj di Tolentino, il Teatro Piermarini di Matelica e l'Auditorium Benedetto XIII di Camerino, mentre nelle parti successive si analizzeranno i differenti progetti sviluppati nell'ambito di *TOHC!*, per analizzare opportunità e criticità delle pratiche sviluppate dal progetto, cercando di capire se – e a che condizioni – i teatri delle aree interne possono contribuire stabilmente al benessere e ai legami comunitari di un territorio, e per valutare la replicabilità di queste azioni pilota messe in campo sia nei termini dell'*audience development* che in quelli della rigenerazione degli spazi teatrali.

2. Una nuova relazione tra scena e platea: il contesto della ricerca

Come la storia dello spettacolo e dell'architettura teatrale hanno dimostrato, il teatro come spazio non è sempre stato concepito come oggi lo intendiamo. L'edificio teatro ha visto nel tempo mutare fortemente le sue funzioni in relazione all'evoluzione delle modalità di

⁴⁸ Nell'ambito del progetto *TOHC! – Teatri Oggi Hub di Comunità*, co-finanziato dal POR MARCHE FESR 2014-2020 - Asse 8 - Intervento 23.1.2 - Sostegno alla innovazione e aggregazione in filiere delle PMI culturali e creative, della manifattura e del turismo ai fini del miglioramento della competitività in ambito internazionale e dell'occupazione - AREA SISMA - IMPRESE SINGOLE, il Consorzio Marche Spettacolo promuove il seguente invito a presentare proposte, esclusivamente rivolto ai propri soci. *TOHC!* prevede di mettere in campo azioni volte a definire e sperimentare modelli di business innovativi, sostenibili e replicabili per la gestione integrata di tre spazi culturali localizzati in altrettanti Comuni dell'area interna colpita dal sisma: *Centro Culturale Universitario Benedetto XIII di Camerino; Teatro Piermarini di Matelica; Teatro Vaccaj di Tolentino*.

Si invitano dunque i Consorziati a proporre *una o più proposte di intervento* per ripensare la funzione di uno o più degli spazi teatrali già menzionati, sperimentando modi innovativi di programmare e gestirlo. Con il presente invito, il Consorzio mira a selezionare e sostenere: n. 3 modelli innovativi di gestione dello spazio teatrale; n. 3 percorsi di audience development. Qualora il progetto sia proposto in rete tra più Consorziati, sarà necessario individuare un Soggetto Capofila, referente nei confronti del Consorzio. I progetti dovranno essere conclusi entro il mese di giugno 2022. La domanda di partecipazione dovrà essere presentata esclusivamente in formato elettronico entro le ore 12 di lunedì 21 febbraio 2022.

creazione e fruizione della messa in scena. Come sottolinea lo storico dell'arte Pierre Francastel nel suo *Guardare il teatro*:

per alcuni il luogo teatrale è l'edificio, l'architettura, il contenitore materiale entro il quale si svolge lo spettacolo teatrale. Per altri il luogo teatrale [...] è il quadro mentale, la proiezione e la rievocazione da parte dello spettatore di un'immagine che è stata nell'animo dell'autore, nell'animo del regista e degli attori, e che giunge quindi nell'animo degli spettatori. Si tratta quindi essenzialmente di un luogo immaginario (Francastel 1965, p. 225).

Con la costruzione dei primi edifici teatrali in Inghilterra attorno al 1576, il processo di separazione tra attori e spettatori trova il suo compimento. Questa separazione costituisce il modello cardine dello sguardo dello spettatore nella modernità. La distanza tra scena e sala si amplia ulteriormente a partire dal XVIII secolo con la diffusione del teatro all'italiana che, come lo descrive Cruciani, è «quel teatro che abbiamo in mente» (Cruciani 1993, p. 23) quando pensiamo a tale fenomeno artistico. Tuttavia, la suggestione del teatro come *luogo immaginario* è sempre stata eccedente rispetto alla sua manifestazione fisica.

Nel corso del Novecento si assiste a una progressiva fuoriuscita degli artisti dai luoghi adibiti allo spettacolo per praticare nuove forme creative che tentano di eliminare quella netta separazione tra scena e spettatori. Ciò è testimoniato nelle esperienze artistiche del Nuovo Teatro (De Marinis 1987), così come nel cambio di paradigma definito dal *performative turn* (Goldberg 1979; Schechner 1984, 2013; Fischer-Lichte 2004). Si sviluppano cioè forme di teatralità che rompono con la tradizione impiegando una molteplicità di linguaggi, spazi e formati provenienti dai media, dalle arti visive, dall'architettura e dalla *performance art* (Gemini 2003).

È da questo momento che prende il via anche una nuova valorizzazione degli “spazi marginali della performance”, ossia «piccole realtà più o meno indipendenti, spesso ben distinte sia dall'*establishment* culturale dei teatri pubblici – che in Italia è rappresentato da gran parte dei Teatri Stabili e dai Teatri Comunali – sia da quello più commerciale di gran parte degli esercizi teatrali privati» (Serino 2011, p. 2). La centralità degli spazi marginali è anche il tema centrale da cui si sviluppa il fenomeno delle *residenze* (Biondi, Donatini, Guccini 2015; 2016), laboratori di ricerca e studio dove si sperimentano modalità inedite di

incontro tra artisti e spettatori che si estendono e fuoriescono dalla durata limitata dell'evento teatrale.

Tra i tentativi di rafforzare e valorizzare la relazione con gli spettatori rientrano anche le ricerche sul consumo, l'impatto e la partecipazione culturale che a partire dagli anni '90, si diffondono a seguito di una costante diminuzione della domanda nonostante la crescita dell'offerta culturale. Parallelamente si rafforzano quelle politiche pubbliche che promuovono l'inclusione sociale attraverso le arti e il patrimonio culturale nel tentativo di creare nuovi pubblici e nuove comunità, «nella consapevolezza che produrre nuovi pubblici significa cittadinanza culturale, o meglio capacitazioni ed *empowerment*» (Paltrinieri 2022b, p.53). Si rafforzano quindi le iniziative di *audience development* e di *audience engagement*, mirate all'ampliamento, alla diversificazione e al miglioramento dei pubblici, così come gli strumenti di misurazione degli impatti della cultura sull'evoluzione della società (Belfiore, Bennett 2008), sulla coesione delle comunità (Matarasso 1997), e sulle motivazioni e le esperienze individuali legate a queste attività (McIntyre 2007; Walmsley 2011).

La ricerca sul progetto *TOHC!* collega quindi alcune correnti di studio in auge: l'attenzione ai pubblici e il ruolo degli spazi della cultura sullo sviluppo delle comunità territoriali (Carlini, Gallina, di Pino 2017; Tricarico, Daldanise, Jones 2020; Vitale 2021) nella prospettiva del *welfare* culturale (Ghiglione 2017; Manzoli, Paltrinieri 2021; Paltrinieri 2022a; Cicerchia 2022), sulla quale la Regione Marche, in coordinamento con il Consorzio Marche Spettacolo, sta di recente puntando l'attenzione⁴⁹.

⁴⁹ È di recentissima formazione (2021) la Rete per il *welfare* culturale nelle Marche che nasce allo scopo di aggregare e far collaborare organizzazioni pubbliche e private di varia natura, impegnate o interessate a contribuire allo sviluppo del *welfare* culturale a livello locale e regionale, attraverso la partecipazione ad attività progettuali, ricerche, formazione. La rete promuove il rafforzamento di azioni pilota e modelli replicabili partendo da quelli in essere nelle Marche, ma è anche un'opportunità sia per creare e rafforzare relazioni tra cultura, salute e sociale, sia per individuare e proporre nuove linee di azione. Ad agosto 2022 è stato inoltre annunciato dalla regione l'affidamento al Consorzio Marche Spettacolo del coordinamento del bando da 700 mila euro dedicato alla tematica di *welfare* culturale. Tale responsabilità, focalizzata sullo sviluppo regionale, beneficia, inoltre, di un appoggio europeo: il CMS è, infatti, il partner capofila di *PERFARE - PERforming arts to promote social welfARE access in Europe*, la progettualità triennale sostenuta da Europa Creativa avviata a giugno 2022, con la quale il Consorzio esplorerà le pratiche di *welfare* culturale in ambito di spettacolo dal vivo insieme ai partner Fondazione AltArt (Romania), Artemrede (Portogallo), Città di Malmö - Archivio cittadino "Cultura per gli anziani" (Svezia), Pro Progressione (Ungheria) e Welcome Aps (Monteroberto, Italia), ed in collaborazione con alcuni istituti sanitari del territorio.

A partire da questi studi si analizzeranno opportunità e criticità delle pratiche sviluppate dal progetto, cercando di capire se – e a che condizioni – i teatri delle aree interne possono contribuire stabilmente al benessere e ai legami comunitari di un territorio. L’edificio teatrale, in altri termini, può andare oltre la sua funzione di “contenitore” dello spettacolo, e diventare incubatore di reti e servizi che colmino il divario tra imprese culturali e creative, innovazione sociale e sviluppo territoriale? Seguendo il modello degli *spazi piattaforma* (Tricarico, Daldanise, Jones 2020), si possono delineare quattro obiettivi ideali nella trasformazione degli spazi teatrali: la valorizzazione dei beni culturali ambientali e storici, la rigenerazione dei beni culturali con formule innovative di fruizione, la promozione di *hub* creativi e infine il recupero dei luoghi attraverso la valorizzazione dei beni comuni. Alcune di queste piste caratterizzano già da tempo le attività di enti e associazioni che fanno parte del Consorzio Marche Spettacolo. Nel recente report sull’impatto dello spettacolo dal vivo marchigiano si evidenzia infatti come «le organizzazioni consorziate del CMS tra il 2017 ed il 2019 hanno riqualificato, rigenerato o riattivato 24 spazi sul territorio marchigiano attraverso lo svolgimento della loro attività» (AICCON 2022, p. 34). Inoltre, si evidenzia come buona parte di questi spazi recuperati sia utilizzato dai Consorziati non solo per attività legate alle arti performative ma anche per altre attività che esulano dall’ambito artistico, facendo così dello spazio teatrale un vero e proprio *asset* comunitario, cioè un bene rimesso a disposizione attraverso l’azione culturale, così da alimentare il processo di valorizzazione di luoghi d’incontro e coesione per la comunità.

Il panorama positivo descritto da questa ricerca riguarda però un triennio di attività precedente al Covid. Quello che si osserva ora a livello nazionale è uno scenario molto differente. Nell’ultimo rapporto di Symbola *Io sono Cultura 2021*, per esempio, il settore della cultura appare afflitto da grandi difficoltà economiche e da una drastica diminuzione in termini di occupazione (-3,5% tra 2019 e 2020). Dal punto di vista della fruizione dello spettacolo dal vivo, invece, tra il 2019 e il 2021 si è assistito a una variazione del -85%, passando dal 20,2% del 2019 al 3,7% del 2021 (ISTAT 2022a). Cala anche fortemente la partecipazione culturale, in particolare fra le fasce di età più giovani:

è proprio tra i giovani che si registra il calo maggiore di partecipazione: tra le persone di 18-24 anni la quota di chi ha partecipato ad almeno un’attività culturale è passata dall’85,6 per cento del 2020 al 36,7 per cento del 2021. I bambini tra i 6 e i 10 anni, per i quali la

scuola è anche un volano di partecipazione, hanno visto calare i livelli di fruizione culturale dal 74,7 al 21,4 per cento tra il 2020 e il 2021 (ISTAT 2022b, p. 431)

Anche, infine, dall'ultima *Relazione sull'utilizzazione del fondo unico per lo spettacolo e sull'andamento complessivo dello spettacolo (anno 2021)* pubblicata dal Ministero della Cultura a fine 2022 emerge come, nonostante la pandemia, la decrescita della partecipazione per il settore teatro sia iniziata già da tempo:

Per l'attività teatrale, il numero di spettacoli diminuisce di anno in anno dal 2007 al 2012, (da 138.506 del 2007 a 104.324 del 2012), dal 2015 al 2018 è di nuovo maggiore di 105 mila, nel 2020 assume il valore più basso del periodo (37.908, -63,86% rispetto al 2019 e - 72,51% rispetto al 2006), e nell'ultimo anno è paria 52.284 (+37,92% rispetto al 2020 e - 62,08% rispetto al 2006). Il numero di ingressi è nel 2007 pari a circa 18,8 milioni, il valore più alto del periodo, dal 2016 e al 2019 è vicino a 18 milioni, nel 2020 è pari a 5.793.022, e nel 2021 assume il valore più basso del periodo (4.775.671, -17,56% rispetto al 2020 e - 72,11% rispetto al 2006) (Osservatorio dello spettacolo-MiC 2022, p. 226).

È ovvio che questi dati sono aggravati da *lockdown* e limitazioni della capienza imposti dalla pandemia, ma ancora oggi, nel momento in cui questi vincoli non sono più presenti, il consumo dello spettacolo dal vivo fatica a tornare ai livelli pre-Covid: ciò emerge anche dal 18° rapporto annuale di Federculture 2022 che segnala come nel biennio 2019/2021, con un'accentuazione nel 2021, gli italiani abbiano abbandonato la fruizione di cultura fuori casa e, in particolare per teatro e cinema, si registra un oltre 80% in meno di presenze. Per questo *TOHC!* si pone come primo obiettivo quello di rilanciare dei territori periferici, e in particolare quelli delle aree interne al cratere sismico, valorizzando lo spazio teatrale attraverso attività capaci di generare nuova attrattività del territorio con il protagonismo delle imprese e delle comunità, arricchendo e diversificando la promozione dell'offerta turistico-culturale. Ciò va a contribuire al benessere sociale e va ad incentivare la partecipazione civica come le ricerche sul *welfare* culturale sostengono da tempo e come anche le ricerche sul pubblico online emerse durante il frangente pandemico hanno chiaramente dimostrato:

Di certo, la crisi ha accelerato l'emersione del grande contributo delle organizzazioni e dei professionisti della cultura al benessere dei cittadini, all'innovazione sociale, alla coesione sociale e alla cooperazione internazionale. Tuttavia, questa rilevanza stenta a

trovare adeguata corrispondenza nelle risposte politiche messe in campo (Cicerchia 2020, p. 486).

Come la più accreditata definizione di *welfare* culturale indica con questo termine si intende

un nuovo modello integrato di promozione del benessere e della salute e degli individui e delle comunità, attraverso pratiche fondate sulle arti visive, performative e sul patrimonio culturale. Il welfare culturale si fonda sul riconoscimento, sancito anche dall'organizzazione Mondiale della Sanità, dell'efficacia di alcune specifiche attività culturali, artistiche e creative, come fattore [...] Un riconoscimento significativo della rilevanza del welfare culturale si trova anche nella nuova Agenda europea per la Cultura, che propone proprio tre azioni chiave trasversali: 1) salute e benessere, 2) rinnovamento urbano e territoriale; e 3) impegno e partecipazione delle persone (Cicerchia 2021, p. 41).

Rinnovamento urbano e territoriale attraverso la progettazione innovativa degli spazi culturali e teatrali e la promozione dell'impegno e della partecipazione delle persone attraverso mirate azioni di *audience development* è ciò che si propone di fare *TOHC! Teatri Oggi Hub di Comunità*. Il progetto, nato idealmente prima della pandemia ma presentato nel novembre 2021 e attuato da un bando (febbraio 2022) e dalle relative azioni (aprile-ottobre 2022), ha alla base una concezione innovativa del teatro e della sua funzione, non più solo luogo di spettacolo, ma un vero e proprio *hub* di comunità, ovvero un punto di riferimento e di ritrovo per la comunità che sia in grado di offrire una pluralità di servizi e di creare sinergie e connessioni tra le realtà produttive che caratterizzano il territorio.

2.1 Le Marche: un territorio e i suoi teatri

Le Marche vantano una lunga tradizione e un patrimonio di grande portata legati al teatro. Prova ne è il fatto che sessanta comuni marchigiani che ospitano teatri storici hanno firmato ad aprile 2022, in accordo con la Regione, un protocollo d'intesa per candidare i "Teatri Storici delle Marche" nella lista del patrimonio mondiale Unesco. In quest'ottica si inserisce l'attenzione che da tempo la Regione, coadiuvata dal supporto del Consorzio Marche

Spettacolo, rivolge alla promozione e allo sviluppo di progetti innovativi riguardanti la progettazione culturale innovativa e l'*audience development*, e ha incentivato negli anni un consistente numero di ricerche. Alcune di queste si sono concentrate sui pubblici, commissionate a gruppi di ricerca universitari (Bartoletti, Brilli, Gemini 2018; Brilli, Gemini, Giuliani 2021) o a fondazioni private⁵⁰; altre si sono occupate di catalogare gli spazi teatrali (Righettini 2006; 2007; AA.VV. 2012), in particolare i teatri storici (Battistelli *et al.* 1997); un terzo gruppo di ricerche ha invece valutato l'impatto generato dagli enti dello spettacolo dal vivo sulle comunità territoriali (AA.VV. 2012; AICCON 2022). L'ultimo censimento disponibile (Righettini 2006), che risale a più di quindici anni fa, descriveva un *landscape* marchigiano degli spazi teatrali composto da circa 850 siti destinati ad attività di spettacolo dal vivo fra teatri, arene e spazi all'aperto, anfiteatri e siti archeologici. Tra questi siti, 121 sono teatri, di cui 72 teatri storici e 49 teatri moderni; di questi il 63% è composto da teatri piccoli con meno di 300 posti, il 31% da teatri medi tra 300 e 600 posti e il 7% da teatri grandi con più di 600 posti. I comuni dove è presente almeno una struttura teatrale sono in totale 96 e per la maggior parte si trovano nelle province di Ascoli Piceno e Macerata. Qui i teatri sono di proprietà delle amministrazioni comunali e vengono gestiti in collaborazione con AMAT, il circuito multidisciplinare della regione. È in questo particolare contesto socioculturale che si colloca *TOHC! Teatri Oggi Hub di Comunità*, iniziativa sostenuta dall'Assessorato alla Cultura della Regione Marche e attuata dal Consorzio Marche Spettacolo. Il progetto si concentra nella provincia di Macerata (tra le più colpite dal sisma) ed è volto a sperimentare nuovi modelli gestionali innovativi e sostenibili all'interno di spazi teatrali tradizionali. L'obiettivo è quello di promuovere una nuova visione dei teatri come possibili *hub* di comunità, capaci cioè di mettere in relazione artisti, operatori, imprese e cittadini nella creazione di opportunità di crescita del territorio e nella diversificazione dell'offerta culturale e turistica.

Il progetto *TOHC!* è stato pensato proprio per farsi incubatore di questa spinta all'innovazione culturale che vede protagonisti i teatri storici. Partendo da una prospettiva di replicabilità delle azioni, si è scelta la provincia di Macerata come territorio pilota. La provincia maceratese conta 23 teatri storici, di cui 17 localizzati nell'area del cratere sismico;

⁵⁰ Come nel caso della ricerca commissionata alla Fondazione Fitzcarraldo dal Teatro delle Muse di Ancona nel 2005.

in tale area sono stati identificati i teatri di Tolentino e Matelica e il Centro Culturale Universitario Benedetto XIII di Camerino quali presidi più idonei ad accogliere le sperimentazioni previste. L'idoneità di questi luoghi è stata valutata da un'analisi preliminare in base a due criteri: la potenziale *multifunzionalità* – la capacità cioè della struttura di adattarsi a una pluralità di funzioni oltre a quella puramente spettacolare – e il *radicamento nel territorio* – trattandosi di teatri che occupano un ruolo rilevante nella vita socio-culturale della comunità locale. Sono inoltre, in tutti i casi, strutture pubbliche agibili e funzionanti, che uniscono alla bellezza architettonica una vivace offerta di spettacoli. Andando di più nello specifico, i tre teatri storici scelti sono rappresentativi di tre prototipi di teatri del modello marchigiano: un teatro “resuscitato”; un teatro in “absentia” e un teatro di comunità.

2.1.1 *Un teatro “resuscitato”: il Teatro Vaccaj di Tolentino*

Come riportato dall'importante studio *Il Teatro nelle Marche. Architettura, Scenografia e Spettacolo* (Battistelli *et al.* 1997), Tolentino vanta una forte tradizione teatrale fin dal Cinquecento. Nel 1787 avviene l'inaugurazione del teatro cittadino, quando il Consiglio Comunale decise di approvare la costruzione e il finanziamento di un teatro pubblico. Durante lo stesso Consiglio furono stabilite le caratteristiche dell'edificio e fu definita anche la natura pubblica del teatro. L'anno successivo fu scelto il nome di Teatro dell'Aquila e venne acquistato un terreno decentrato rispetto alla piazza principale sul quale edificarlo. Il progetto fu conferito all'artista Giuseppe Lucatelli (Mogliano 1751- Tolentino 1828), pittore e architetto di grande fama. Ispirandosi a Luigi Vanvitelli e di Giuseppe Piermarini, Locatelli formalizza un edificio di ispirazione neoclassica: l'interno ha una pianta a ferro di cavallo, un emiciclo caratterizzato da grandi paraste con capitelli corinzi e una volta a “ombrello”, la quale parte dalle lunette del loggione per raccogliersi verso il grande medaglione centrale (Battistelli *et al.* 1997). Il teatro è stato inaugurato nel 1797 con la messa in scena di due opere di illustri rappresentanti della Scuola musicale napoletana operanti nelle Marche: Nicola Zingarelli (1752-1837) e Giuseppe Giordani detto il “Giordaniello” (1743-1798). L'opera lirica, che segna la grande tradizione marchigiana, compare per la prima volta sulla scena del Teatro dell'Aquila di Tolentino nel 1808. Negli anni tra Settecento e Ottocento, Tolentino e il suo teatro annoverano anche una grande tradizione di prosa: si susseguirono sul palco famosi attori quali Tommaso Salvini, Giacinta Pezzana e una giovane

Eleonora Duse. Nel 1881 l'amministrazione comunale ha eseguito dei lavori di restauro e la riapertura nel 1887 ha portato alla nuova intitolazione del teatro in onore del compositore torentino Nicola Vaccaj (1790-1848).

Dopo un'attività quasi secolare, il teatro ha affrontato un nuovo restauro nel 1975, riaprendo dieci anni dopo con la gestione della Compagnia della Rancia. Nel 2008 un incendio ha danneggiato il tetto, il plafone centrale e parte del palcoscenico; il teatro è stato riaperto il 10 settembre 2018 tornando ad essere un importante contenitore culturale per tutta la regione. Come teatro "resuscitato" dall'incendio, il Vaccaj è stato allora preso a prototipo per altri teatri marchigiani che hanno subito simili chiusure improvvise causate da molteplici cause, naturali e non. Ad un anno dalla riapertura nel 2018, le 16.000 presenze registrate sono una testimonianza di un teatro vivo e vissuto dalla sua comunità. L'attuale attività teatrale prevede una stagione di prosa, una rassegna di teatro amatoriale e appuntamenti di teatro per ragazzi. Il teatro è, inoltre, aperto durante le residenze della Compagnia della Rancia, che gestisce anche la stagione teatrale. Nonostante le difficoltà logistiche di ospitare compagnie in residenza in questa area, il Vaccaj è sempre disponibile all'accoglienza e a disposizione della comunità torentina. Il Vaccaj fa parte della rete museale del Comune di Tolentino, e dal 2022 si tengono periodicamente (a cadenza mensile) giornate di visita alla struttura. Il teatro collabora inoltre con varie realtà locali: insieme a Poltrona Frau Museum ha organizzato una visita itinerante, alla quale hanno aderito anche agli altri musei della città e l'Associazione Centro Teatrale San Gallo, che aveva l'obiettivo di far conoscere queste realtà del territorio a un pubblico di giovanissimi. Il Teatro Vaccaj è anche molto sensibile al tema formazione. Durante il mini lockdown del 2021, sono state riportate in scena le fiabe di Rodari in Musica, diffuse gratuitamente in DAD nelle scuole. Inoltre, tra il 2018 e il 2019 si è svolto il progetto *Sipario bis-bis* della Regione Marche e, in collaborazione con il Politeama, sono state organizzate lezioni per performer. Da sempre vengono ospitati ragazzi per tirocini e per l'alternanza scuola-lavoro.

2.1.2 *Un teatro "in absentia": il teatro di Camerino*

Il secondo spazio scelto come prototipo per le sperimentazioni sostenute dal progetto *TOHC!* è l'Auditorium del Centro Culturale Universitario Benedetto XIII di Camerino. Lo definiamo teatro "in absentia" in quanto si tratta del luogo dove sono state trasferite le attività

del teatro storico di Camerino, il quale, come molti altri teatri nelle zone più colpite dal terremoto, è ancora inagibile. L'Auditorium è di recente costruzione e nasce come centro culturale universitario dell'Ersu (attuale Erdis) di Camerino. È stato inaugurato il 19 marzo 1991 da Papa Giovanni Paolo II ed è oggi gestito da AMAT e UniCam. Ospita spettacoli di prosa, danza, musica e convegni. Anche in questo caso è opportuno tracciare il contesto dello sviluppo del teatro nella città. Camerino è stata tra i protagonisti di quel periodo di particolare fermento culturale cavallo tra la fine del XV e l'inizio del XVI secolo che gli studiosi chiamano "Rinascimento marchigiano". Parliamo di un momento caratterizzato da una ricchezza di spettacoli teatrali e di "rappresentazioni non teatrali", come le definisce Francastel (1987), quali feste, cortei per le vie cittadine, apparati per funerali e matrimoni, ossia forme performative che precedono il fiorire della civiltà teatrale e che si fondavano sulla partecipazione di tutta la comunità. A Camerino è stata messa in scena nel 1549 quello che è reputato l'esempio fondativo del teatro italiano tra Medioevo e Barocco, ossia la famosa *Calandria*. Questa, considerata la prima commedia italiana in prosa scritta da Bernardo Dovizi, è stata rappresentata per la prima volta ad Urbino in occasione del Carnevale del 1513 con la regia di Baldassare Castiglione e le scene dell'architetto urbinato Girolamo Genga. Questa prima rappresentazione ha segnato il passaggio dallo spettacolo medievale all'estetica rinascimentale. In questi anni si stavano diffondendo il teatro di corte, di cortile e di sala, ossia rappresentazioni allestite in spazi occasionali, all'interno di edifici pubblici o chiese sconse, che hanno preparato il campo alla diffusione delle "sale da commedia". Questi spazi temporanei, predisposti in occasioni di festa, hanno anticipato il proliferare dei teatri stabili e pubblici nelle Marche, come ben testimonia anche il caso sopracitato di Tolentino.

Il Teatro Filippo Marchetti è il primo teatro pubblico e stabile. Costruito interamente in legno nel Palazzo Priorale di Camerino, è stato inaugurato nel 1728 con il nome La Fenice. L'edificio, voluto dal Municipio e da esponenti dell'aristocrazia cittadina, è stato restaurato nel 1845 da Vincenzo Ghinelli (1792-1871), importante architetto teatrale che ha anche progettato i teatri di Senigallia, Urbino, Cesena, Fabriano e Pesaro. Dopo i nuovi restauri ai dipinti nel 1881, il teatro è stato dedicato al musicista Filippo Marchetti (1831-1902) con la messa in scena del suo melodramma più celebre, il *Ruy Blas*, composto nel 1869. L'aspetto attuale risulta dai nuovi restauri del 1905 ad opera del pittore Francesco Fontana; un nuovo restauro ha tenuto fermo il teatro negli anni '80 ed è stato riaperto nel 1990. Chiuso di nuovo a causa del terremoto del 2016, il teatro è ad oggi ancora inagibile. Questa chiusura ha

provocato una profonda ferita nella comunità di Camerino che fatica ancora a riconoscere nello spazio dell'Auditorium il luogo di fruizione dello spettacolo dal vivo della città⁵¹. Il Centro Culturale Universitario Benedetto XIII resta comunque l'unico spazio cittadino, ad oggi, capace di accogliere l'offerta di spettacolo dal vivo e lo sarà, secondo le previsioni, ancora per diversi anni. Nel periodo pre-Covid si teneva qui una media di 6-7 appuntamenti importanti all'anno, oltre alle varie iniziative rivolte alle scuole e le performance delle compagnie locali, toccando mediamente le 400 presenze⁵². Con l'avvento del Covid, però, l'auditorium si è svuotato di appuntamenti e di pubblico, e si è resa sempre più evidente la necessità di rilanciare questo spazio culturale. L'Auditorium è sempre aperto, in quanto funge da Aula Magna dell'Università e al suo interno, oltre alle cerimonie come l'inaugurazione dell'anno accademico o le proclamazioni di laurea, si svolgono anche le lezioni più frequentate, avendo la disponibilità di 498 posti completamente praticabili. Gli studenti universitari sono, quindi, una fetta di pubblico fondamentale per il teatro, sia perché lo frequentano per finalità accademiche, sia perché la comunità universitaria in passato ha sempre risposto in maniera positiva alle varie iniziative.

2.1.3 *Un teatro "di comunità": il Teatro Piermarini di Matelica*

Anche Matelica è segnata da un'antica tradizione teatrale testimoniata dalla grande attività degli oratori sacri e dagli spettacoli che venivano ospitati nella grande sala del Palazzo Apostolico. Intorno alla metà del Settecento, i cittadini di Matelica hanno iniziato a manifestare l'esigenza di un teatro cittadino, come stava già accadendo in molte altre parti della regione. Solo nel 1805 però riuscirono a trovare i finanziatori per la costruzione di un teatro pubblico. La progettazione è assegnata all'architetto Giuseppe Piermarini (Foligno 1734-1809) che, forte delle sue esperienze progettuali per il Teatro alla Scala e altri importanti teatri italiani, ha concepito il teatro «come un contenitore di un rito collettivo dove si concilia il gioco dell'immaginario, che nasce sul palcoscenico, con il gioco della mondanità, che si sviluppa nei palchetti e nelle salette adiacenti» (Battistelli *et al.* 1997, p. 252). La costruzione

⁵¹ Questo dato è stato rilevato dalle interviste preliminari che sono state fatte con *stakeholders* e *policy maker* dei territori prima di avviare le progettazioni culturali.

⁵² È importante notare, a questo proposito, che gli studenti UNICAM sono ca. 10.000, in una località che conta solamente 7.000 residenti.

inizia nel 1805 ma l'architetto morì nel 1808 e i lavori sono affidati a dei costruttori locali che non hanno completamente rispettato il progetto dell'architetto. Poco dopo l'apertura del 1849 si fece un primo restauro, a cura di Vincenzo Ghinelli. Un ulteriore intervento è compiuto nel 1873 dall'ingegner Luigi Petrini di Camerino. Nel 1979 è crollata una porzione del tetto e i condomini, non riuscendo a coprire le spese, hanno deciso di vendere il teatro al Comune. Nel 1995 il Teatro Piermarini è stato ufficialmente riaperto. Sorprendentemente, il teatro è stato l'unico edificio pubblico del centro storico a non aver subito lesioni in seguito al terremoto del 2016. Il teatro si affaccia su quello che era all'epoca della costruzione il primo corso di Matelica, davanti a Palazzo Piersanti, il quale ospita una delle più grandi collezioni di opere sacre e reperti archeologici delle Marche. Il teatro ha 348 posti, divisi tra platea, palchi e loggione.

Quest'ultimo spazio di sperimentazione viene categorizzato nel progetto *TOHC!* come teatro "di comunità" in quanto la costruzione di questo teatro rientra in quel fenomeno che dalla prima metà del Settecento vide in tutte le Marche una diffusa ristrutturazione dei palazzi patrizi e, al contempo, l'edificazione di numerosi teatri sostenuti dai giovani del patriziato locale. Questo fenomeno portò alla nascita dei cosiddetti "Teatri Condominiali" molti dei quali sono oggi proprietà dei Comuni, come lo stesso Teatro Piermarini. Durante i lavori di ristrutturazione del 1995 sono stati ritrovati i resti delle terme romane e di una capanna picena risalente al V sec. a.C. ed è per valorizzarli che è stato recentemente allestito un percorso per la loro visita. Oggi il teatro è gestito da AMAT e ospita una densa attività teatrale, con stagioni di prosa, musica, teatro ragazzi e attività di formazione del pubblico. Una stagione teatrale media in epoca pre-Covid contava 26 spettacoli circa; oggi dagli 8 ai 12. Dal 2015, il foyer ospita l'enoteca comunale concessa in gestione all'Associazione dei Produttori del Verdicchio di Matelica, la quale, in sinergia con il Comune, rende questo spazio unico nel suo genere. Nel foyer si tengono degustazioni e si organizzano iniziative e concerti *music&wine*, incontri con gli autori e laboratori di musica. L'enoteca è quindi uno dei punti di forza del teatro e ne permette l'apertura anche nei giorni in cui non ci sono spettacoli in programmazione.

3. Per un teatro abitato: il progetto *TOHC! Teatri Oggi Hub di Comunità*

Come detto, *TOHC! Teatri Oggi Hub di Comunità* si innesta su una serie di cambiamenti dell'organizzazione e della fruizione della cultura già in atto prima della pandemia. Gli ultimi dieci anni in Italia hanno visto la diffusione di centri culturali, dalla natura ibrida e multidisciplinare, in cui si attuano sperimentazioni sui linguaggi del contemporaneo. Anche il teatro ha seguito questa spinta evolutiva, specialmente lungo due traiettorie: la riattivazione di spazi teatrali inutilizzati e il coinvolgimento delle periferie (e delle loro comunità di riferimento) nella ricerca artistica e sociale. Se infatti negli anni Novanta queste tendenze si manifestavano principalmente nel fenomeno delle residenze artistiche⁵³, oggi si osserva un'attenzione sempre più forte al nesso fra innovazione artistica e sociale. Si propende infatti allo sviluppo di:

[...] presidi di un'innovazione non solo culturale, ma anche sociale e civica che, offrendo attività eterogenee e ambienti multifunzionali, facilitano relazioni tra persone differenti. Infrastrutture di prossimità che promuovono pratiche culturali collaborative, non si limitano a parlare a pubblici, ma attivano cittadini (Franceschinelli 2021, introduzione).

Dallo studio di alcuni di questi modelli innovativi si origina il progetto *TOHC!* che ha sviluppato un bando, rivolto agli enti e alle associazioni consorziate al Consorzio Marche Spettacolo, che prevedeva la selezione di tre progetti di *audience development* e tre modelli di gestione innovativa dello spazio teatrale che andassero incontro ai bisogni del contesto territoriale. Date le brevi tempistiche di progettazione e sviluppo delle attività, a seguito del posticiparsi della pubblicazione del bando a causa del protrarsi della pandemia, la partecipazione non è stata alta, nonostante l'intensa attività di promozione e la proroga della scadenza della call. Nel complesso sono stati realizzati cinque interventi.

A Teatro Mi Sento A Casa è l'iniziativa proposta dalla Compagnia della Rancia nell'ambito della rigenerazione innovativa degli spazi che basa la sua idea di progettazione

⁵³ Per approfondimenti sul tema delle residenze artistiche: Cfr. Biondi F., Donatini E., Guccini G. (2015), *Nobiltà e miseria presente e futuro delle residenze creative in Italia 2013, primo movimento*; Cfr. Biondi F., Donatini E., Guccini G. (2016), *Nobiltà e miseria, presente e futuro delle residenze creative in Italia 2014-2015, secondo movimento*; e gli atti a margine del secondo Incontro Nazionale fra Titolari di Residenze, Regioni e l'allora MiBACT presso Villa Manin il 16-17 giugno 2016: Cfr. Guccini G., *Dal prodotto al processo, dal processo agli esiti*; Cfr. Ferraresi R., *Il prodotto delle residenze è il processo*.

sull'espansione dell'uso del Teatro Vaccaj di Tolentino. Attraverso questa azione la compagnia mette il teatro a disposizione della comunità per 36 ore in modo da creare uno spazio di condivisione, stimolare la consapevolezza sugli utilizzi alternativi dei centri culturali, rafforzare il senso di comunità e la partecipazione giovanile. In questo lasso di tempo sono proposte numerose attività, tra cui: letture singolari in platea, nei palchi, nel foyer o nei camerini; momenti di lettura espressiva in collaborazione con le librerie di Tolentino con la creazione di una piccola biblioteca nel foyer; uno spazio per l'espressione personale, mettendo il palcoscenico a disposizione per brevi esibizioni di musica, danza e teatro; uno spazio per conoscere i prodotti enogastronomici del territorio.

Due sono stati i progetti di *audience development* selezionati, replicati negli spazi teatrali identificati dal bando *TOHC!*, quali: *NARRANDO NARRANDO*, sviluppato presso il Teatro Piermarini di Matelica da Bottega Teatro Marche, e che prevede un laboratorio di *storytelling* e *marketing* narrativo indirizzato alle imprese del territorio maceratese; *999. Un viaggio nell'Immaginario di Andersen*, progetto realizzato presso il Teatro Vaccaj di Tolentino dall'Associazione culturale MALTE concepito come una settimana intensiva di incontri per avvicinare la comunità cittadina alle arti performative attraverso percorsi laboratoriali su musica, arte, letteratura, danza e teatro.

3.1 La ricerca sul progetto TOHC!: metodologia e programma di lavoro

La ricerca empirica si è sviluppata con un triplice obiettivo: 1) analizzare, nell'esperienza degli operatori, limiti e opportunità dei prototipi di azione artistica e gestionale attuati, così da valutarne anche la possibile replicabilità; 2) comprendere le esperienze e le riflessioni dei beneficiari dei progetti; 3) valutare l'impatto delle azioni sulle comunità e sui territori dove hanno agito.

L'indagine è stata quindi realizzata in tre fasi. Nella prima fase si è cercato di ricostruire l'evoluzione storico-culturale degli spazi oggetto di *TOHC!*. La seconda si è svolta tramite l'osservazione partecipante alle azioni implementate dalle tre consorziate. La terza fase ha prodotto una indagine quanti-qualitativa dei risultati delle azioni: la raccolta dati si è svolta principalmente tramite interviste semi-strutturate (online e in presenza) e questionari. Quattro delle interviste si sono svolte con i consorziati responsabili dei tre progetti mentre sette sono state quelle svolte con i partecipanti ai laboratori; con i primi l'intervista si è focalizzata sulla

descrizione dell'attività, la relazione con la comunità di riferimento, i risultati del progetto e i possibili margini di miglioramento; con i partecipanti ai laboratori le aree tematiche hanno invece riguardato il consumo culturale e spettatoriale, l'esperienza del laboratorio e l'impatto di tale esperienza. A queste si sono aggiunte alcune conversazioni con le maschere del Teatro Vaccaj di Tolentino in occasione dell'iniziativa organizzata dalla Compagnia della Rancia con *A teatro mi sento a casa*. Inoltre, è stato somministrato un questionario agli spettatori di questa stessa iniziativa al Teatro Vaccaj. Il questionario comprendeva domande chiuse e una domanda aperta. Oltre alle informazioni sul profilo socio-demografico, veniva sondata la frequenza di partecipazione a eventi dal vivo, il consumo culturale, i generi teatrali e musicali preferiti, la valutazione dell'esperienza vissuta durante l'iniziativa, i canali informativi utilizzati e le modalità di fruizione delle arti performative durante la pandemia. Si chiedeva inoltre di lasciare un commento sul progetto. Sono stati raccolti un totale di 57 questionari validi⁵⁴, compilati sia durante i due giorni di *A teatro mi sento a casa* (1-2 luglio 2022) sia in un secondo momento, tramite l'invio del questionario dalla *mailing-list* della Compagnia della Rancia.

3.2 Tra audience development e rigenerazione innovativa degli spazi: enti promotori, azioni progettuali e impatti

Le azioni di *TOHC!* si inseriscono in un panorama vivace di progetti di *audience development*, che da anni stanno caratterizzando il lavoro di compagnie e teatri marchigiani. Si tratta di un contesto caratterizzato da un'attenzione particolare ai pubblici giovanili e al legame fra imprese e spettacolo dal vivo, che la Regione Marche e il Consorzio Marche Spettacolo stanno sviluppando già da tempo⁵⁵. Numerose sono le azioni ormai consolidate di

⁵⁴ Si stima che la partecipazione all'evento sia stata di circa mille presenze.

⁵⁵ Il Consorzio Marche Spettacolo ha già all'attivo diverse progettualità che approfondiscono i rapporti tra il settore dello spettacolo dal vivo e quello delle imprese del territorio marchigiano, anche in ottica di *welfare* culturale, in particolare i progetti *B.art*, *Trainart* e *PERFARE*. Il progetto *B.art - Business & Art per la fertilizzazione d'impresa nelle Marche*, coordinato dal Consorzio Marche Spettacolo e cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo – POR FESR 2014/2020 – Asse 3 – OS 8 Azione 8.1 – *Sostegno all'innovazione e aggregazione in filiere delle PMI culturali e creative, della manifattura e del turismo ai fini del miglioramento della competitività in ambito internazionale e dell'occupazione* nasce con l'obiettivo di valorizzare l'intersezione tra filiere di produzione locale e imprese di spettacolo del territorio anche attraverso lo sviluppo di una piattaforma digitale che mette in dialogo il sistema culturale – qual è lo spettacolo dal vivo

audience development promosse dai Consorziati sul territorio marchigiano, tra cui vale la pena citare: *Scuola di platea*®, progetto di formazione dedicato agli studenti delle scuole secondarie superiori nato nel 2005 e curato dall'AMAT- Associazione Marchigiana Attività Teatrali; il progetto *Explorer* curato da HANGARTFEST, che si prefigge di accompagnare lo spettatore nella fruizione attiva delle arti performative e, in particolare, della danza contemporanea, fornendo strumenti di lettura critica per costruire una comunità di spettatori consapevoli; *Musicadentro* un percorso di guida all'ascolto, indirizzato *in primis* agli studenti delle Scuole Secondarie di II grado, promosso dalla Fondazione Pergolesi Spontini e dedicato all'approfondimento di opere liriche e dei suoi compositori con un approccio multidisciplinare e multimediale. Dentro *TOHC!* le iniziative che rientrano propriamente nella categoria dell'*audience development*, ossia *999. Un viaggio nell'Immaginario di Andersen*, sviluppato da Associazione culturale MALTE, e *NARRANDO NARRANDO* di Bottega Teatro Marche, si sono mosse non tanto nell'ottica della formazione di giovani spettatori, la più frequente in questo campo, ma hanno invece creato dei laboratori di formazione *su e attraverso* le pratiche artistiche. MALTE ha coinvolto un gruppo di artiste comprendenti una fotografa, una danzatrice, un'attrice e una musicista per portare a Tolentino un laboratorio di formazione sviluppato intorno alle fiabe di Andersen. Bottega Teatro Marche ha creato a Matelica un laboratorio di *storytelling* per gli imprenditori del territorio, progetto che la compagnia aveva già sperimentato online durante la pandemia rivolto ai territori del pesarese e dell'anconetano.

Oltre all'*audience development*, l'attenzione del progetto *TOHC!* è rivolta alla diffusione di nuovi modelli di gestione innovativa dello spazio teatrale che vedono il teatro come possibile *hub* di comunità. Con questo si intende una funzione del teatro come perno attorno al quale i cittadini si incontrano per fruire di molteplici e diversificati contenuti e

– e l'ambito produttivo. Il progetto *Trainart - Building new skills for innovative business models in the performing arts sector*, finanziato da Europa Creativa, mira a dare nuove competenze agli operatori/artisti culturali concentrandosi su due ambiti particolari: i modelli di gestione degli spazi culturali e gli interventi artistici in contesti non convenzionali. Infine, il più recente *PERFARE - PERforming arts to promote social access to welFARE in Europe*, è un progetto finanziato da Europa Creativa, che prevede lo scambio di buone pratiche con paesi europei che si collocano ad un livello più avanzato rispetto alle pratiche di *welfare* culturale, e, dopo una fase di formazione iniziale nei paesi coinvolti dal progetto, vedrà il coinvolgimento attivo dei soci del Consorzio per la sperimentazione di pratiche innovative che mettano in connessione l'ambito dello spettacolo dal vivo con quello socio-sanitario.

servizi culturali. Seguendo questa aspirazione, la Compagnia della Rancia ha presentato il progetto *A teatro mi sento a casa*, pensato per il Teatro Vaccaj di Tolentino, dove da anni la compagnia opera.

3.2.1 *L'Associazione culturale MALTE e il progetto 999. Un viaggio nell'Immaginario di Andersen*

L'Associazione culturale MALTE (acronimo di Musica Arte Letteratura Teatro Etc.) è stata fondata nel 2006 a Imola dalla drammaturga Sonia Antinori con la collaborazione di due musicisti e di un'operatrice culturale. L'obiettivo era quello di creare un collettivo eterogeneo per promuovere attività teatrali, musicali e performative. Nel 2009 l'Associazione si trasferisce ad Ancona e intraprende varie attività sia all'estero che a livello regionale e nazionale. Grazie alla vasta rete di collaborazioni cross-settoriali ha sviluppato progetti culturali attenti a temi politici e ai linguaggi del contemporaneo, dedicando particolare attenzione alla ricerca drammaturgica e favorendo il dialogo transculturale e intergenerazionale. In questo ambito si inserisce anche la collaborazione con il Collettivo Ønar, gruppo informale di artisti under 35 che dal 2015 agisce sotto l'ala dell'Associazione e le cui competenze tecnologiche e artistiche hanno informato alcune delle linee d'azione di MALTE degli ultimi anni. In particolare, durante la pandemia da Covid-19, assieme Giacomo Lilliù di Ønar, hanno attuato diverse sperimentazioni nel campo della performance online (Giuliani 2021). A livello regionale organizzano spettacoli e laboratori in tutte le province, specialmente nell'anconetano e nel maceratese. Qui hanno promosso spettacoli *site-specific* per valorizzare il patrimonio architettonico e paesaggistico come racconta Sonia Antinori «all'abbazia di Sant'Urbano, sul Monte San, dentro le acque del fiume Esino e nelle Grotte di Frasassi».

MALTE ha attivato molte collaborazioni sul territorio, in particolare con AMAT, il Teatro Vaccaj, la Fondazione Pergolesi Spontini, Marche Teatro e tante altre associazioni culturali. Inoltre, è anche impegnata nel sociale con progetti in collaborazione con enti del terzo settore volti all'inclusione di anziani e soggetti con *background* migratorio. A fronte delle tante attività che hanno svolto in questo senso non sono mancate le difficoltà, specialmente nelle «discontinuità con gli interlocutori finanziari, che si creano con il modificarsi delle amministrazioni, che costringono spesso a ripartire da zero». Come è

proprio dell'Associazione, Antinori una volta ideato il progetto 999, ha pensato di coinvolgere varie artiste, con le quali da anni collabora, che hanno aperto lo sguardo dei partecipanti ai laboratori su di una prospettiva multidisciplinare. In cinque giornate si sono così svolti gli incontri intorno ad alcune fiabe di Hans Christian Andersen, lette attraverso le cinque discipline a cui si richiama lo stesso nome dell'Associazione culturale MALTE: musica con Annalisa Pavoni, arti visive con Lucia Baldini, scrittura drammaturgica con la stessa Sonia Antinori, attoriale con Carla Manzon e coreografica con Stefania Zeponi. Il progetto è stato pensato per una utenza ad ampio spettro dai 9 ai 99 anni.

Già in passato Antinori aveva lavorato su queste fiabe:

Ho scritto lo spettacolo ispirato alla fiaba *Il Brutto Anatroccolo* dal titolo *Cronache del Bambino Anatra* che parla della differenza, della dislessia e dei disturbi specifici dell'apprendimento e arriva a raccontare in maniera universale di come l'essere umano sia una creatura a parte e di come necessiti di avere uno spazio ritagliato su di sé. Sin da piccola amavo le favole di Andersen [...] la sofferenza e l'ambiguità dell'essere umano in quelle favole emergeva come un fenomeno di riscatto (il brutto anatroccolo diventa cigno); non è un *happy ending*, ma una sottolineatura di come alla fine una non aderenza al modello classico diffuso e *mainstream* possa far scoprire abilità diverse. [...] Premesso tutto questo, in tempi così stretti e oscuri, mi sono chiesta cosa ci potesse essere di meglio di una favola che non illudesse e che raccontasse la possibilità di un riscatto.

I laboratori gratuiti, ognuno di 4 ore circa, si sono svolti presso il Teatro Vaccaj di Tolentino, tra il foyer, il palcoscenico e i camerini, in 5 pomeriggi dal 18 al 22 maggio. I laboratori si sono chiusi con un evento finale, un reading della fiaba *L'usignolo dell'imperatore* che ha unito la voce di Carla Manzon, gli inserti danzati di Stefania Zeponi e la musica di Tommaso Gagliardini. Per promuovere il laboratorio, oltre al lavoro dell'Associazione culturale MALTE e del Consorzio Marche Spettacolo, le artiste hanno avuto il supporto degli enti del territorio quali la Compagnia della Rancia che, come emerge dall'intervista, è stata fondamentale perché «è stata l'antenna e la guida nel territorio, sono stati capaci di indicarci i due enti che lavorano con la musica, un'associazione di fotografia, il Liceo Coreutico».

Nonostante l'attento lavoro sul territorio, il breve lasso di tempo trascorso tra la presentazione del progetto e l'effettiva realizzazione dei laboratori non ha favorito la

partecipazione di un ampio numero di cittadini. Come emerge dalla seconda intervista con le artiste che si è svolta a seguito della conclusione del progetto 999. *Un viaggio nell'Immaginario di Andersen*, nonostante le esperienze entusiaste dei partecipanti, sono emerse criticità legate proprio alle tempistiche:

Speravamo che più persone potessero aderire. Il punto è molto semplice: questo è un progetto che è stato tagliato a causa del Covid soprattutto dal punto di vista delle tempistiche di realizzazione. Ci siamo ritrovati con tempistiche organizzative che sono passate da 10 mesi a 10 giorni, in un'epoca dell'anno del tutto infelice. Noi abbiamo comunque cercato di contattare il più possibile: Liceo coreutico, l'UTE (n.d.r.. Università della Terza età) o le scuole.

La coreografa Stefania Zepponi aggiunge:

Io sono andata al Liceo Coreutico in cui stavano facendo le prove per lo spettacolo di fine anno e quindi avevano tutti i fine settimana occupati da questo. Essendo una scuola pubblica apertissima, erano felici che li avessi contattati, ma loro avevano bisogno di sapere dei progetti molto tempo prima per poterci portare i ragazzi.

Cruciale, per mitigare queste criticità, è stato il ruolo delle collaborazioni:

Ada Borgiante (n.d.r.. Compagnia della Rancia) ci è stata di grandissimo ausilio. Il lavoro di squadra è stato fortissimo. Lei ha telefonato personalmente, nonostante non fosse un loro progetto, a tutti quei 5 o 6 esponenti di questi enti che potevano essere gli aghi della bilancia.

La dinamica di incontro tra giovani e adulti sulla quale si strutturava la proposta di MALTE non è stata facile da ottenere se non nel caso del laboratorio di teatro tenuto da Carla Manzon. Per i restanti il dialogo si è svolto o solo con giovani o solo con adulti come nel caso del laboratorio di drammaturgia tenuto da Antinori

Ho lavorato con due professioniste che, se da un lato hanno tenuto alto il livello, dall'altro è un po' un dispiacere perché l'*audience development* vuol dire dell'altro. Quindi non avevo 9-99 ma 30-40 come fascia d'età ed erano due giovani donne: Mary che poi è la stessa che l'indomani è andata al suo laboratorio con Carla e fa teatro da 15/20 anni [...]

l'altra è Giulia, più giovane, anche lei attrice che ha scelto di tornare in territorio marchigiano, dopo aver lavorato fuori.

Similmente è successo con il laboratorio di musica come ripercorre Annalisa Pavoni:

Si è trattato di “stra-adulti”. La tipologia del mio uditorio era molto particolare. [...] C'era una signora che fa parte di una scuola di musica che mi ha spiegato che essendo di mercoledì, per lo meno per l'uditorio cui ero rivolta (persone che gravitavano attorno alla banda), molte persone erano occupate con l'insegnamento e anche se fossero stati interessate al laboratorio non sarebbero potute venire.

La necessità di strutturare e programmare il laboratorio nel rispetto delle giornate e degli orari in cui il teatro era disponibile è emersa come una criticità e sicuramente ha influito sulla partecipazione, come sottolinea ancora Pavoni anche in relazione alle modalità di fruizione del suo laboratorio:

Un mercoledì di maggio, alle 16 a Tolentino: è stata ardua. Il teatro aveva dato un certo range di date e noi eravamo libere di scegliere tra quelle. [...] Io potendo scegliere un orario e una data non sceglierei più le stesse: quattro ore consecutive, dalle 16:00 alle 20:00, in cui sostanzialmente le persone devono stare attente e seguire una lezione frontale sono troppe. Io mi sono inventata dei modi per coinvolgerle, ma nel mio caso non è che qualcuno potesse suonare l'opera o cantarla, totalmente impensabile in questo poco tempo. Sarebbe stato utile un orario più tardo e più breve, dalle 18:00 alle 20:00.

Alla questione tempo, si è aggiunta anche la questione dello spazio che è stata fondamentale, ad esempio, per lo svolgimento del laboratorio di fotografia. Non è stato cioè facile reinventare una drammaturgia che passasse dal visivo stando dentro uno spazio delimitato come quello teatrale. Si tratta però di un vincolo che, come racconta Lucia Baldini, ha anche stimolato la creatività:

Le persone che hanno aderito al laboratorio hanno avuto entusiasmo nel pensare di sviluppare il progetto e hanno ovviamente avuto anche delle piccole difficoltà in uno spazio così delimitato: trovare degli elementi abbastanza strutturati per poter raccontare non è stato facile. Però una volta sbloccati e una volta superato l'elemento di narrazione

didascalica e descrittiva hanno trovato in ognuno di loro una chiave di lettura più intima, più profonda e più rappresentativa rispetto il progetto stesso.

Un altro aspetto importante da rilevare è il tempo necessario per acclimatare il territorio a un tipo di azione culturale così specifico. Come evidenzia Antinori:

C'è il problema di agire in dei teatri che, nonostante siano stati riaperti, hanno un problema di frequentazione, perché magari la gente è abbonata ma l'abbonamento riguarda le attività *mainstream* di quel teatro. È chiaro che andare a vedere un comico televisivo è più facile. Tutte le attività di corollario sono per loro molto problematiche e questo lo abbiamo capito con le interlocuzioni nei giorni a venire.

La mancata partecipazione ha reso anche più complesso lo svolgimento dei laboratori. L'attrice Manzon riferisce:

Speravo di riuscire a costruire qualche scena dalla favola, improvvisandola o drammatizzandola, ma in due non è stato possibile [...] Lavorando con una bambina di 10 anni e un'attrice sulla quarantina, molto brava e abituata a lavorare con il Teatro Ragazzi, non è stato facile ma entrambe erano in totale ascolto ed è stato molto divertente.

Ad influire sulla partecipazione è stato, infine, anche un lieve aumento dei casi di positività al Covid che ha fatto annullare all'ultimo la partecipazione di alcune iscritte.

Nonostante le criticità, però, non sono mancate le opportunità aperte dalle relazioni che si sono intrecciate sia sul territorio che con i partecipanti. Zepponi parla con soddisfazione dell'esperienza con la giovane partecipante e del ruolo fondamentale della cornice teatrale nella buona riuscita:

Abbiamo tirato fuori una piccola partitura coreografica che lei ha eseguito con grandissima disponibilità e fra l'altro alla fine mi ha anche mandato una mail ringraziandomi e dicendomi che aveva capito come raccontare le sue emozioni con la danza. Quindi devo dire che il laboratorio in sé ha funzionato benissimo, poi il fatto che eravamo sul palco è stato fantastico perché lavorare sul palco significa avere tutto lo spazio che desideri, un pavimento adeguato e sei nelle condizioni ottimali per pensare. Io sono soddisfatta, molto soddisfatta perché pensare di fare un laboratorio così è molto

particolare e mi sono sentita rimessa in gioco anche rispetto a degli standard che hai quando insegni.

Sul futuro e la replicabilità del progetto emerge chiara la necessità di riproporlo, anche per affinarlo, nello stesso territorio e nello stesso teatro con una partizione temporale diversa e una più intensa e omogenea relazione tra i differenti laboratori disciplinari. Precisa Antinori:

Se potessi sognare vorrei che questa cosa qua venisse fatta in un tempo più vasto con fondi che consentano di coinvolgere in modo adeguato tutto il gruppo di lavoro e nel quale si possa arrivare a dei momenti di condivisione, come se a una certa ci sia un corpo docente che articola una proposta e che arriva a un momento finale condiviso, a uno spettacolo. [...] Pianificato in altra maniera, con risultato comune o con un passaggio di staffetta fra le docenti, questo sarebbe stato l'ideale, perché non saremmo più solo cinque professioniste ma cinque artiste unite che collaborano.

Ad ora, il progetto è stato riproposto ad ottobre 2022 in un formato un po' differente a Camerino, quale ulteriore spazio di sperimentazione del progetto *TOHC!*, durante la settimana che combacia con la Settimana della dislessia dove la compagnia ha proposto lo spettacolo *Cronache del Bambino Anatra* di Sonia Antinori, con in scena Carla Manzon.

3.2.2 Bottega Teatro Marche e il progetto *NARRANDO NARRANDO*

Bottega Teatro Marche è una compagnia marchigiana fondata nel 2008 dall'artista Tommaso Paolucci e oggi diretta dall'attrice e organizzatrice Paola Giorgi. La *mission* della compagnia, oltre alla produzione di spettacoli, è quella di «mettere al centro la valorizzazione del teatro marchigiano», come racconta Giorgi durante l'intervista che si è svolta alla chiusura del progetto *NARRANDO NARRANDO*. Negli anni, infatti, Bottega Teatro Marche si è occupata della direzione artistica del teatro di Fabriano e oggi cura alcune attività all'interno del progetto della Regione Marche, *MARCHE STORIE. Racconti & tradizioni dai borghi in festa*. La compagnia, quindi, è molto radicata sul territorio regionale, oltre a operare anche all'interno di altre realtà teatrali nazionali. Paola Giorgi, infatti, è oggi anche responsabile alle relazioni esterne e assistente alla direzione artistica del centro di produzione Teatro Brancaccio di Roma. Da questo punto di vista, quindi, Giorgi fa emergere quelle che sono alcune delle criticità e dei limiti che la compagnia ha riscontrato negli anni sul territorio:

In passato quando c'era il Teatro Stabile delle Marche c'è stato investimento grande sul territorio in attività di formazione e di produzione. Io ho avuto la fortuna di far parte della compagnia dei giovani del Teatro Stabile delle Marche: facevamo formazione continua con grandi registi e poi chiaramente lavoravamo, andavamo in scena in Italia e all'Estero e quello ha creato una corallità attoriale importante perché ci siamo confrontati con tanti registi e con colleghi. Quel lavoro di formazione ormai da anni non si fa più e questo ha portato a un grande impoverimento e chi vuole fare l'attore e decide di volerlo fare nelle Marche deve in qualche maniera diventare imprenditore, cioè aprirsi la propria compagnia, però con capacità economiche piccole quindi con difficoltà di interloquire e di contaminarsi.

Queste difficoltà sono state ulteriormente amplificate dalla pandemia che ha spostato tutte le progettualità online per poi riportare improvvisamente tutto in presenza, senza avere però, secondo Giorgi, una reale risposta dei pubblici. In questo senso emergono preoccupazioni anche rispetto alle prossime stagioni, perché se da una parte la pandemia ha fatto sì che si sperimentassero modalità inedite di creazione e fruizione, dall'altra la ripartenza è stata in qualche modo "frettolosa" e non c'è stato un vero e proprio accompagnamento del pubblico al ritorno in presenza. Continua Giorgi:

Su Roma, ad esempio, c'è stato un livellamento dei prezzi verso il basso perché tu in qualche maniera dovevi facilitare il rientro della gente ma non è stato facile, non è immediato. [...] In questo periodo abbiamo presentato la stagione di prosa della Sala Umberto; la stampa l'ha accolta con piacere però c'è il punto interrogativo perché non sappiamo se il pubblico tornerà come prima della pandemia. Sarà ancora un anno complicato.

La progettualità della compagnia, nonostante l'arresto improvviso delle attività a inizio 2020, si è molto confrontata con l'online, sia in termini di performance che per quanto riguarda il tema della formazione e dell'*audience development*. La compagnia ha da tempo volto l'attenzione su questo ambito. Già durante gli anni della gestione del teatro di Fabriano, tra il 2004 e il 2008, il lavoro si concentrava sull'ampliamento e sulla diversificazione dei pubblici tanto che nella prima stagione registrarono un aumento da «350 a 800 abbonati». La prima azione fu quella di curare l'accoglienza e il senso della presenza, oltre che il programmare una proposta culturale di valore:

Il teatro deve essere accogliente. Noi facevamo delle cose semplicissime. Innanzitutto, serve la presenza perché il teatro deve essere abitato, non puoi aprire il botteghino il giorno prima dello spettacolo e poi durante il resto della settimana è uno spazio morto. Ci deve essere sempre qualcuno, cioè se qualcuno ti suona un campanello qualcuno ti deve aprire. Noi, ad esempio, facevamo lo spettacolo il sabato sera e la domenica pomeriggio e dalle 12 il foyer era aperto e la compagnia incontrava lì il pubblico. Nella prima parte si dialogava e io facevo da mediatrice e dopo si mangiava insieme.

Negli anni poi l'attività di *audience development* si è aperta anche ai laboratori di formazione incentrati sullo *storytelling*. In linea con questa tendenza, Bottega Teatro Marche ha sviluppato per *TOHC!* il progetto *NARRANDO NARRANDO* rivolgendosi, in linea con gli obiettivi del bando, agli imprenditori del territorio. Il teatro di Matelica è stato scelto, racconta Giorgi, perché «pensando alle imprese ho pensato molto a quelle vitivinicole e anche agricole di questo territorio e perché sapevo che lì ci poteva essere un supporto e una partecipazione importante». Questo coinvolgimento è stato molto forte, in particolare per l'appoggio ricevuto dal Comune di Matelica che ha accolto il progetto con grande entusiasmo, tanto che l'Assessore alla cultura ha supportato la comunicazione del laboratorio inviando personalmente le mail a tutti gli indirizzi degli imprenditori del territorio. Il *format* prevedeva quattro lezioni di due ore tenute da due insegnanti che da anni collaborano con Bottega Teatro Marche: il filosofo e performer teatrale Cesare Catà e il regista, attore e formatore Andrea Anconetani, e con un'apertura pubblica a conclusione del progetto. Giorgi precisa che i due sono stati scelti proprio per il *background* formativo differente, in modo che fosse possibile stimolare un confronto fra due modelli diversi di insegnamento convergenti, però, in un unico *format*.

Il laboratorio si è svolto per quattro settimane il giovedì pomeriggio dalle 17 alle 19 nel foyer del Teatro Piermarini, dove ha sede l'enoteca comunale. La scelta di questo spazio è legata anche alla tipologia dei partecipanti, diversi dei quali imprenditori vinicoli. L'evento finale, che ha avuto luogo il 4 giugno 2022, inizialmente prevedeva la partecipazione attiva degli imprenditori che avevano seguito il laboratorio. In seguito, è stato strutturato come una lezione aperta al pubblico sul tema del *marketing* digitale condotta da Sandro Giorgetti, *digital marketing manager* e docente dell'Accademia delle Belle Arti di Macerata, seguita dagli interventi della direttrice del Consorzio Marche Spettacolo, Lucia Chiatti, e di Andrea Anconetani, coordinati da Paola Giorgi.

Se i precedenti laboratori di *storytelling* organizzati da Bottega Teatro Marche si erano conclusi con un'azione pubblica dei partecipanti. Qui non è stato possibile perché, come ha raccontato Giorgi, è mancata quella tensione generatrice che si accende nell'incontro fra storie differenti:

Non erano pronti perché è mancato un po' il gruppo. Non tanto il numero delle persone ma c'è stata meno condivisione delle storie. Forse perché appartenevano tutti ad uno stesso posto e magari già si conoscevano, non lo so, negli altri ho visto più partecipazione di ognuno nella costruzione della storia dell'altro.

Rispetto alla partecipazione emerge anche nel caso di *NARRANDO NARRANDO* una risposta del territorio che non corrisponde completamente alle attese. Nonostante lo sforzo nella comunicazione e il dialogo attento con il territorio, le adesioni non sono state numerose. Ciò che è mancato è il passaparola tra gli imprenditori:

Un imprenditore che era presente, che c'è sempre stato e ha partecipato con grande entusiasmo fa parte, per esempio, di una fondazione dove ci sono molti altri imprenditori che però non hanno partecipato: l'informazione non sembra aver circolato.

Questo aspetto emerge anche nelle interviste con i partecipanti al laboratorio che evidenziano come non si aspettassero una così scarsa partecipazione dei loro colleghi del territorio. Riferisce un partecipante:

Mi aspettavo che ci sarebbero state molte più persone, forse non si è capito o l'importanza dello *storytelling* o le persone magari già pensano di sapere tutto, non lo so però io mi aspettavo molte più persone.

Anche qui il fattore tempo ha inciso, tanto che, vista la scarsità di tempo intercorsa tra la promozione e l'esecuzione del progetto, il lavoro è stato percepito come un momento per gettare le basi per progetti futuri dove si avrà anche più tempo e spazio per sperimentare:

È un seme gettato, quindi speriamo in una fase successiva; non tutti reagiscono alla stessa maniera, dipende anche dalla formazione, dalla cultura degli imprenditori, da dove arrivano, c'è chi è abituato solo a lavorare e chi solo a parlare quindi non è automatica la resa non sono persone formate... sono percorsi che possono necessitare di tempi differenti.

In sintesi, quindi, dalle progettualità delle due consorziate che hanno realizzato azioni di *audience development* si è riscontrata una scarsa risposta da parte delle comunità territoriali. Questa mancanza di partecipazione è dettata da più fattori, primo fra tutti le tempistiche ristrette tra la promozione dei laboratori e l'effettiva esecuzione. Ciò non ha consentito di costruire un dialogo forte con le reti locali che consentisse il passaparola tra gli abitanti di Matelica, Tolentino e paesi limitrofi.

3.2.3 Verso una gestione innovativa e sostenibile degli spazi teatrali nelle Marche: A teatro mi sento a casa della Compagnia della Rancia

La Compagnia della Rancia, fondata a Tolentino nel 1983 dal regista Saverio Marconi, è una realtà storica del territorio maceratese. In quegli anni cominciò a promuovere varie attività in accordo con l'amministrazione comunale, prima fra tutte una scuola di teatro. La compagnia iniziò producendo spettacoli di prosa per poi specializzarsi nella commedia musicale. Fu tra le prime compagnie a portare in Italia i più famosi *musical* inglesi e americani traducendone i testi in italiano, svolgendo quindi una sorta di *proto-audience development* volto a stimolare l'accessibilità di questo genere. Dal 1985 la compagnia ha in gestione il Teatro Vaccaj dove organizza stagioni teatrali per adulti, per bambini e famiglie e per le scuole. Per incentivare il legame con il territorio, inoltre, ha sempre portato i suoi spettacoli al Vaccaj per delle residenze di allestimento prima di andare in tournée, e sta ora cercando di attivare questa tipologia di residenza anche per altre compagnie.

Pur con le difficoltà dovute all'incendio che ha reso inagibile per dieci anni il teatro, al terremoto prima e alla pandemia poi, la progettazione culturale della compagnia ha sempre rivolto particolare attenzione alla cura del pubblico. Anche nei momenti di crisi si è sempre cercato di mantenere ben saldo questo legame. I momenti di rinascita hanno ulteriormente legato la comunità al luogo teatrale, come racconta Ada Borgiani durante l'intervista:

Durante la ristrutturazione a seguito dell'incendio abbiamo tutelato tutti gli abbonati che ci avevano seguito nonostante la mancanza del luogo, in un luogo alternativo, in un cine-teatro, per dieci anni, dove abbiamo mantenuto comunque alto il numero degli abbonati; poi c'è stata una nuova rinascita quest'anno nel momento post-pandemia. È stato molto difficile ma abbiamo avuto un livello di conferme elevatissimo, con una percentuale di

riduzione minima, rispetto al sold-out di abbonati. Ne abbiamo avuti 240 su 330 posti al netto del loggione. Quindi è stata una conferma importantissima.

Anche durante la pandemia, infatti, la compagnia ha cercato di mantenere vivo il legame sia con gli abbonati che le scuole, adattando per il digitale alcuni dei loro spettacoli o producendone di nuovi anche per venire incontro alle esigenze della didattica a distanza.

Racconta Stefania Sciamanna:

Abbiamo cercato di restare quanto più possibile in contatto con tutti, attraverso delle newsletter o tramite WhatsApp per ricordare che nonostante la chiusura, noi eravamo qui e stavamo lavorando per una ripartenza quando ci fosse permesso. Sul teatro ragazzi stiamo stati un po' più facilitati perché abbiamo potuto raggiungere, in un primo momento, il pubblico più giovane facendo veicolare online il *Gioco dell'Oca* rivisitato e *Cenerentola*, che è uno dei nostri spettacoli di punta per i ragazzi. Successivamente abbiamo portato in streaming lo spettacolo che Ada Borgiani ha scritto sulla base delle storie di Rodari, *La testa del chiodo*, ed è stato appositamente registrato nel Teatro Vaccaj nel momento in cui iniziava il nuovo lockdown a marzo. È stato offerto gratuitamente a tutte le scuole del territorio, con cui avevamo avuto già contatti negli anni passati. Con il passaparola sono arrivati a contattarci anche dalla Calabria e dalla Sardegna. Sono arrivati messaggi anche da scuole di Milano e provincia. Avremo raggiunto circa 2000 ragazzi, per una cinquantina di classi circa. È capitato con il secondo lockdown in un momento di nuova didattica a distanza ed è stato accolto con entusiasmo.

È chiaro quindi che il legame forte che la compagnia è riuscita a costruire negli anni è il risultato di un'attività costante e che assume molteplici forme in relazione ai differenti pubblici a cui si rivolge. Consapevoli, quindi, dei limiti gestionali di quello spazio, del significato che esso ha per la comunità tolentinata, e mossi dall'interesse nel poterlo vivere in modo differente, la compagnia ha sviluppato un fitto programma di eventi che garantisce l'apertura del teatro per 36 ore consecutive. Ciò ha richiesto il coinvolgimento di tutte le associazioni del territorio. L'invito rivolto alla cittadinanza, a partire dagli abitanti prossimi al teatro, ha preso la forma di una lettera firmata dal teatro stesso che apre le porte ai cittadini invitandoli a partecipare attivamente alle due giornate: l'evento si è svolto dalle ore 12 del 1° luglio alle ore 24 del 2 luglio 2022.

Complice la profonda conoscenza del contesto in cui operano e consapevoli della necessità del ricambio di pubblico, la compagnia ha ideato con *A teatro mi sento a casa* un modello di gestione che avvicinasse ancora di più la cittadinanza e le associazioni al teatro rendendoli partecipi nella co-creazione del programma:

Ci siamo detti “mettiamo al centro il luogo teatro” perché la gente, anche tenendo conto della pandemia e dell’incendio, si è sempre più identificata con questi luoghi; abbiamo sentito la necessità di aprire questo luogo per renderlo più in confidenza con le persone. Il teatro è stato aperto a tutti, ovviamente nel rispetto del luogo e della sicurezza e abbiamo avuto una risposta abbastanza eccezionale.

Un elemento che non è mancato a questa iniziativa è il fattore tempo. Complice la profonda conoscenza del luogo e il legame con il territorio che da anni la compagnia ha costruito attraverso le molteplici attività teatrali, la macchina organizzativa si è subito attivata per coinvolgere enti e associazioni, cittadine e cittadini:

Tutte le associazioni del territorio sono state raggiunte sia telefonicamente da Ada sia tramite mail con tutte le specifiche di queste 36 ore e poi piano piano abbiamo iniziato a raccogliere quelle che erano le richieste che ci arrivavano volontariamente da chi avevamo contattato e da chi aveva semplicemente letto della cosa e, incuriosito, ha deciso di partecipare. Abbiamo scritto anche una lettera ai nostri vicini. Era un po’ una festa da condividere con tutti. Il teatro, come entità, ha inviato un messaggio ai suoi vicini. Abbiamo dei vicini che più vicini non si può: ci sono esercizi commerciali, ci sono case e abbiamo un asilo nido che confina con il cortile interno del teatro. La commistione è forte e quotidiana.

La relazione con il tessuto urbano non è solitamente così semplice e in relazione a questo aspetto, una delle maschere del Teatro Vaccaj, che è stata interpellata durante la maratona teatrale, ha sottolineato come per la prima volta abbia visto entrare a teatro persone di Tolentino che non avevano mai frequentato quel luogo, e in particolare alcuni abitanti delle case limitrofe al teatro:

Bellissima idea di invitare il vicinato, coinvolgendo me nell’andare porta a porta ad annunciare questa iniziativa. Una mia collega, ad esempio, ha la nonna qui tra queste casette,

e lei non era mai entrata a teatro; come lei tantissimi, pur abitando qui a fianco perché il teatro è visto un po' come un ambiente elitario.

A partire da questa vicinanza e connessione con la comunità e tutte le altre realtà del territorio, l'idea principale è stata quella di aprire il teatro rendendo percorribili e permeabili tutti i suoi spazi, strutturando un palinsesto mobile di attività. Spiega Sara Maccari:

Abbiamo cercato poi di non concentrare la scena solo sul palco, ma abbiamo predisposto le attività anche nel foyer e nella piazzetta antistante il teatro per segnare questa osmosi, per tenere le porte aperte e a diretto contatto con la piazza. In modo spontaneo la piazzetta si è animata nel concetto classico della piazza, con confronti spontanei tra le persone. Lo spazio è stato vivo e non di attesa o passaggio come è al solito [...] Tanta gente ha apprezzato che si potesse vedere il teatro dall'altro punto di vista. È stato un modo per sentirlo proprio. Il legame con le associazioni ha aperto a un pubblico diverso.

Questa osmosi tra dentro e fuori ha quindi consentito agli abitanti di avvicinarsi più facilmente alle porte del teatro e, in molti casi, di oltrepassarle per la prima volta. La varietà di iniziative del palinsesto, proposte da associazioni anche molto differenti per obiettivi e *target*, ha fatto sì che il pubblico fosse molto eterogeneo e composto da persone che solitamente non frequentano lo spazio teatrale. Tra questi, come racconta Borgiani, anche gli abitanti di una casa di riposo che era stata invitata:

Molti anziani anche in carrozzina e accompagnati sono venuti, grazie all'incentivo dei giovani volontari contattati al telefono. È stato un momento molto bello di vicinanza.

Il *format* che è stato sviluppato ha coinvolto anche famiglie con bambini. Tra i vari progetti in questa direzione ce n'è stato uno in particolare, *La caccia al tesoro*, come racconta Sciamanna, che è stato sviluppato insieme a una studentessa tirocinante dell'Università degli Studi di Macerata e che ha coinvolto molti bambini per la prima volta:

Molti arrivavano per la prima volta a teatro ed è stato emozionante vedere la spensieratezza con cui i bambini si sono avvicinati al teatro, un luogo magico, e allo stesso tempo hanno capito quali fossero le piccole regole da rispettare per poter giocare all'interno. Si sono avventurati nel foyer e nel palco, hanno potuto conoscere, con gli indizi, che cosa rappresenta il teatro e sono rimasti tutti contenti. Hanno vinto tutti, anche

il bambino che è arrivato ultimo. Tanti genitori ci hanno chiesto quanto costasse, ma le attività erano tutte gratuite.

Nonostante il successo dell'iniziativa non sono mancate le difficoltà, come fanno emergere le intervistate, legate in particolare all'aspetto organizzativo e alla gestione della sicurezza:

La cosa più difficile per noi è stata fare i turni con le maschere, perché tenere aperto il teatro significa avere sette persone con formazione ad alto rischio. Ci siamo resi conto che per quanto noi abbiamo molti ragazzi che lavorano con noi come maschere, non ci bastavano, più di tante ore non si potevano fare. È stato difficile garantire sicurezza per 36 ore. Sarà un nodo importante da sciogliere questo nel momento in cui si penserà a un seguito.

Rispetto a questo aspetto, anche le maschere intercettate hanno parlato di giorni faticosi, di orari scomodi ma nonostante questo è emerso come l'esperienza positiva di relazione con la comunità abbia fatto superare la fatica di quei momenti:

La fatica del turno lungo sono compensate dall'idea di essere più dinamici. C'è gente che va in giro finalmente. Tolentino poi è una città-paesotto in cui ci si conosce un po' tutti, siamo circa 20.000 abitanti. L'esperienza di incontrare persone, di parlare, dove succede sempre qualcosa di diverso ti fa dimenticare che sono molte più ore di lavoro rispetto al solito. Io credo che sia anche un po' più rilassante rispetto a quando c'è spettacolo, perché comunque in quest'ultimo caso ci sono quei 20/30 minuti di panico quando ci sono tutte le persone in fila che entrano e invece qui è tutto più rilassato.

La compagnia evidenzia come l'evento sia fortemente replicabile, sottolineando anche però come la gratuità delle iniziative programmate nelle 36 ore di maratona teatrale sia stata possibile solo grazie al finanziamento del bando *TOHC!*. Il futuro di questo progetto, come spesso accade per le iniziative di questo tipo fra *audience development* e riqualificazione culturale, dipende da un sostegno stratificato, dove vicinato, reti di associazioni locali, comune e regione costituiscono ognuno un tassello fondamentale.

3.2.4 Per un teatro partecipato: le voci dei soggetti dei laboratori di audience development

La partecipazione ai progetti di audience development non in linea con le aspettative delle artiste promotrici dei laboratori ha influito chiaramente anche sulla raccolta dei dati della ricerca. Anche se si è cercato di svolgere le interviste online o telefonicamente per garantire la flessibilità, sono stati raggiunti due partecipanti su nove del progetto *999. Un viaggio nell'Immaginario di Andersen*. Migliore la risposta dei partecipanti a *NARRANDO NARRANDO*, dei quali sono stati intervistati 5 dei 6 partecipanti. In ogni caso, la metodologia qualitativa adottata, non fonda la sua legittimità empirica sull'elevata numerosità dei casi indagati, ma sulla loro significatività rispetto allo specifico fenomeno che li vede protagonisti.

Guardando alla tipologia dei partecipanti emerge una grande differenza tra i due laboratori, coerentemente anche alla differente proposta artistica. Il progetto *999. Un viaggio nell'Immaginario di Andersen* ha raccolto in totale 9 partecipanti così distribuiti: tre adulti per il laboratorio di musica, due artiste per il laboratorio di scrittura, una bambina di 10 anni e un'artista per quello di teatro, due adulti per quello di fotografia e infine una ragazzina di 12 anni partecipante del laboratorio di danza. Al laboratorio *NARRANDO NARRANDO* la partecipazione è stata più omogenea: a Matelica ci sono stati un totale di 6 partecipanti che hanno costantemente frequentato i quattro appuntamenti pomeridiani; tra questi l'Assessore alla cultura di Matelica, una operatrice turistica, due produttori vitivinicoli, un gestore di *resort* e una dipendente di una tenuta *wine resort*.

Dai rispondenti risulta come la maggior parte siano già frequentatori dell'ambiente dello spettacolo dal vivo quando non addetti ai lavori come nel caso specifico del laboratorio proposto da MALTE. In particolare, sono spettatori degli eventi proposti dai teatri di riferimento, ossia il Vaccaj e il Piermarini. Gli intervistati raccontano di un'esperienza molto positiva per entrambi i laboratori, nonostante le criticità già evidenziate. Per le partecipanti al laboratorio di MALTE, due artiste, è stata una opportunità di approfondimento e di confronto con altre formazioni artistiche del territorio, ma anche un'occasione per creare legami, anche fra diverse generazioni:

Questo laboratorio sicuramente è stato una botta di vita perché era da tanto tempo che non avevo modo di interfacciarmi con professionisti dell'ambito e il laboratorio con Sonia è stato uno scambio molto vivo, di grande fermento reciproco anche appunto con chi era presente. [...] C'è stata una complicità, un'apertura, una delicatezza, un rispetto, un'attenzione e una grande professionalità (G., partecipante laboratorio *999. Un viaggio nell'Immaginario di Andersen*).

Si è creata questa situazione singolare per cui con Sonia mi sono trovata insieme ad un'altra collega, che tra l'altro non conoscevo perché è tornata nelle Marche da qualche anno. [...] Abbiamo lavorato in una maniera molto “intonata”. È stato fruttuoso. E poi il giorno dopo mi sono ritrovata in questa situazione un po' paradossale, che però risponde alle mie esigenze di questo momento, perché io lavoro molto anche con l'infanzia: eravamo solo io e una bambina di dieci anni e abbiamo lavorato molto bene [...] Per me è stata un'occasione di studio, non è semplice rapportarsi sullo stesso piano con una bambina di dieci anni. Eppure, l'occasione così eccezionale l'ha permesso (M., partecipante laboratorio 999. *Un viaggio nell'Immaginario di Andersen*).

Del laboratorio di *storytelling* spicca invece l'apprezzamento per la professionalità e per l'occasione fruttuosa di arricchimento personale, soprattutto nello stretto confronto con gli insegnanti:

Questo laboratorio per me è stato effettivamente molto utile perché mi ha messo in condizione di ragionare molto sul linguaggio che viene utilizzato. Anche perché io sono abituata a utilizzare un linguaggio molto tecnico, specifico del settore turistico, mentre in realtà, come mi facevano notare gli insegnanti, devo sempre pensare a chi mi rivolgo. Questo mi ha portato a riflettere ogni volta che esprimo un pensiero ad utilizzare un linguaggio consono al pubblico che mi trovo davanti (S., partecipante laboratorio *NARRANDO NARRANDO*).

Andando nello specifico del laboratorio di Bottega Teatro Marche, la costante presenza dei sei partecipanti ha reso possibile un maggior dialogo. Il confronto è stato fondamentale anche per ricostruire la propria storia aziendale, obiettivo del laboratorio. I partecipanti si sono “ritrovati nelle differenze” e, allo stesso tempo, distinti proprio grazie al terreno comune:

Ognuno raccontava la propria attività [...] è stata anche una cosa interessante scoprire altri punti di vista (L., partecipante laboratorio *NARRANDO NARRANDO*).

Ho presentato la mia attività, mi sono confrontata con quanto veniva presentato, è stato un modo per crescere, aprirmi da un punto di vista caratteriale (S., partecipante laboratorio *NARRANDO NARRANDO*).

Ho incontrato persone che non conoscevo e sentirle raccontare le loro storie mi ha portato a fare dei paralleli con la mia, osservando quanto avrei detto in altro modo, oppure apprezzando l'esposizione (E., partecipante laboratorio *NARRANDO NARRANDO*).

L'esperienza laboratoriale è stata molto positiva per l'acquisizione di nuove competenze, ma gli intervistati fanno comunque notare come la questione tempo abbia influito sulla sedimentazione dei contenuti. Come ben sintetizza L., uno dei partecipanti, l'impressione che permane è quella di un «antipasto». Quello fra teatro e *storytelling* è cioè stato recepito come un connubio originale e fecondo, ma che necessita anche di un maggiore approfondimento:

È la prima volta che si parla in questa occasione di *storytelling*, che, come termine, lo conosciamo tutti, ma concretamente è difficile entrarci nel merito; abbinato al teatro è un elemento in più. Va compreso il primo aspetto, utilizzandolo poi per il secondo aspetto. È un'operazione che non può essere risolta in una seduta, ma c'è bisogno di un percorso che possa continuare nel tempo (A., partecipante laboratorio *NARRANDO NARRANDO*).

L'organizzazione dei tempi ha influito anche sul coinvolgimento e le relazioni reciproche:

Considerando anche semplicemente 4 lezioni, ci siamo visti 2 volte per 2 ore di lezione quindi non si può dire che tra di noi ci siamo frequentati. Però anche in quel senso lì come con gli insegnanti c'è stata grossa possibilità di confronto, di apertura e per un certo senso anche di crescita personale (S., partecipante laboratorio *NARRANDO NARRANDO*).

Le artiste che hanno preso parte a *999. Un viaggio nell'Immaginario di Andersen* sollevano come la stessa strutturazione del laboratorio non fosse molto inclusiva per essere frequentata da chiunque, se non in maniera modulare:

Non so come sono andati gli altri laboratori, però la formulazione così intensiva probabilmente richiede troppo. Tutto il pacchetto è interessante però per un professionista, per qualcuno che si dedica a questo studio in maniera un po' approfondita (M., partecipante laboratorio *999*).

Connessa alla dinamica logistica e temporale è la questione dell'impatto sociale dell'iniziativa. L'emersione di una comunità temporanea, dalla quale però sembrano essersi

create relazioni più persistenti, è sicuramente tra i punti di forza che spiccano nettamente. Si tratta però di una dinamica relazionale da sviluppare con un respiro più ampio, anche al fine di estendere queste relazioni alla comunità territoriale più allargata:

Il convegno fatto a teatro, è stata una cosa molto interessante, è stata la ciliegina sulla torta, ma io spero che si possa approfondire quello che è stato accennato con questo corso, o che magari si possano fare altri corsi in questa maniera (L., partecipante laboratorio *NARRANDO NARRANDO*).

C'è sicuramente tutto un legame da ricostruire, da rifondare e quindi l'incontro con dei professionisti è sempre una grande opportunità ma deve essere concepito per un incontro intimo e non solo divulgativo quindi concepire piccoli gruppi e proposte che non spaventino e poi cercare di diffonderlo in una maniera che sia il più comprensiva possibile quindi alle scuole, ai centri per gli anziani e a quelle che sono tutte le realtà associative dove queste proposte non arriverebbero (M., partecipante laboratorio 999. *Un viaggio nell'Immaginario di Andersen*).

In sintesi, dall'analisi delle interviste con i partecipanti ai laboratori si evidenzia come prima osservazione generale l'insufficiente risposta del territorio, ma anche il valore fortemente positivo che il laboratorio ha avuto per l'accrescimento delle proprie competenze, sia in ambito lavorativo che più strettamente personale, tanto che si insiste sulla necessità di estendere questo tipo di incontri.

Nonostante l'adesione non eccellente, ai laboratori la proposta di vivere quegli spazi in modo alternativo è stata pienamente accettata dai partecipanti, i quali hanno espresso il desiderio di avere altre occasioni di incontro e formazione di questo tipo. È opportuno, infine, evidenziare il problema legato alle tempistiche di sviluppo di tali progetti che necessitano, nel migliore dei casi, di molti più mesi per avere un riscontro più proficuo ed efficace con le comunità dei territori, e in particolare con le giovani generazioni.

3.2.5 Nuovi pubblici per rinnovati spazi teatrali: analisi del questionario

Per osservare più nello specifico la tipologia di spettatori e spettatrici che hanno partecipato alla maratona *A teatro mi sento a casa*, l'indagine ha affiancato alle interviste con la compagnia un questionario che è stato somministrato ai partecipanti dell'evento in

occasione delle due giornate. In quell'occasione sono state coinvolte nella raccolta dati anche le maschere presenti che hanno evidenziato come i partecipanti fossero molto differenti rispetto agli abbonati che solitamente frequentano le stagioni teatrali:

In generale, l'età di chi viene in stagione va dai 50 anni in su, i ragazzi sono pochissimi. Invece in questi giorni abbiamo avuto modo di vedere anche dei giovani. Sono venuti dai bambini agli anziani, passando per tutte le età. Di solito non avviene. Di solito gli abbonati che vengono sono per lo più cinquantenni. Ci sono sempre le stesse facce. Quindi per noi il progetto, nell'idea di non dedicare il teatro solo a una fetta di popolazione, ha funzionato in pieno.

Prima di osservare i principali risultati emersi è necessario evidenziare i limiti che la raccolta dati ha incontrato, primo fra tutti la scarsità delle risposte intercettate dal questionario, cioè 57 risposte valide su una media stimata dagli organizzatori di circa mille presenze. Una situazione immersiva di questo tipo, con 36 ore ininterrotte di programmazione fruibile in differenti spazi del teatro ha posto nuove sfide al monitoraggio che, nelle modalità prescelte⁵⁶, si è mostrato insufficiente a osservare la molteplicità dei pubblici che hanno attraversato gli spazi nei differenti orari e giorni di programmazione. Progetti innovativi di questo tipo, che sovvertono le normali regole di fruizione dello spazio teatrale, impongono a posteriori nuove riflessioni intorno alla programmazione e strutturazione del monitoraggio che si deve adeguare alla tipologia dell'evento e agli orari, e deve essere riproposto a cadenza regolare durante le ore in cui si snoda l'iniziativa, distribuendosi nei differenti eventi proposti.

Nonostante i limiti osservati, dalla rilevazione emerge che il campione intercettato è in larga maggioranza di sesso femminile (82%) e prevalentemente di giovane età (tab. 20). Il 41% (21 rispondenti su 57) ha meno di 25 anni e solo un quarto supera i 50 anni. Un terzo sono studenti e seguono fra le professioni più presenti i lavoratori autonomi e gli impiegati. L'11% (6 rispondenti su 57) è composto da lavoratori dello spettacolo; tale dato risulta abbastanza in linea con la composizione media del pubblico dello spettacolo rilevata nella ricerca sul pubblico marchigiano (Brilli, Gemini, Giuliani 2021) e inferiore rispetto ad altri ambiti come quello del teatro contemporaneo (Gemini, Brilli 2018), dove il numero di "insider" del settore è ben più alto.

⁵⁶ La raccolta dati si è svolta dal tardo pomeriggio del 2 luglio fino alla chiusura dell'evento.

Quasi la metà del pubblico non possiede una laurea. Il dato è influenzato dalla giovane età del pubblico, ma è interessante notare che anche tra chi ha più di 25 anni troviamo un 15% (15 rispondenti su 57) di persone senza un diploma di scuola superiore, il che lascia presumere una eterogeneità del pubblico dell'evento in linea con quanto osservato anche dal personale del teatro. Per quanto riguarda la provenienza c'è una forte prevalenza dei residenti a Tolentino (56%), dato in linea anche con i target del progetto. Dall'altra ci sono anche spettatori da località fuori regione (7%) come Roma, Lecce e Roccaraso, il che evidenzia, presumibilmente, come l'evento abbia intercettato alcuni turisti presenti sul territorio (tab. 20).

SESSO	<i>Femmina</i>	82%
	<i>Maschio</i>	18%
ETÀ	<i>17 o meno</i>	18%
	<i>18-24</i>	23%
	<i>25-34</i>	9%
	<i>35-44</i>	16%
	<i>45-54</i>	16%
	<i>55-65</i>	12%
	<i>Sopra 65 anni</i>	7%
ATTUALE CONDIZIONE OCCUPAZIONALE / LAVORATIVA	<i>Studente</i>	33%
	<i>Lavoratore autonomo</i>	18%
	<i>Impiegato</i>	16%
	<i>Lavoratore dello spettacolo</i>	11%
	<i>Docente/Insegnante</i>	9%
	<i>Disoccupato / lavoratore occasionale</i>	5%
	<i>Pensionato</i>	5%
<i>Operaio</i>	4%	
TITOLO DI STUDIO	<i>Licenza elementare</i>	12%
	<i>Diploma Scuola Media Inferiore</i>	14%
	<i>Diploma Scuola Media Superiore</i>	23%
	<i>Laurea</i>	47%
	<i>Titolo post-laurea</i>	4%
PROVENIENZA	<i>Tolentino</i>	56%
	<i>Province MC-FM</i>	30%
	<i>Altra provincia delle Marche</i>	4%
	<i>Fuori regione</i>	7%

Tabella 20 – Caratteristiche socio-demografiche del campione intercettato

Per quanto riguarda la frequentazione dello spettacolo dal vivo, il 40,4% (34 rispondenti su 57) non si considera un frequentatore abituale dello spettacolo dal vivo. Il dato è confermato anche dalle successive risposte circa il numero di volte che si ha partecipato a spettacoli dal vivo nell'ultimo anno. Spicca infatti un consumo tendenzialmente inferiore alla media dello spettacolo dal vivo se comparato con il pubblico del teatro delle Marche (Brilli, Gemini, Giuliani 2021): se in quella rilevazione si trovava un 29,2% di persone che non avevano mai frequentato spettacoli di prosa nell'ultimo anno, qua la percentuale è del 44%.

Anche sui consumi si nota l'influenza della composizione giovanile del campione: gli eventi dal vivo visti più frequentemente sono saggi e concerti di musica pop/rock; il teatro contemporaneo è addirittura più frequentato di quello di prosa. Interessante inoltre notare come, sebbene un 60% si definisca "frequentatore abituale", per tutte le tipologie di spettacolo la frequentazione si assesti tra 1-3 volte all'anno, evidenziando come la soglia di sbarramento sopra la quale gli spettatori si definiscono in tale maniera non sia molto alta. Da questa batteria di domande emerge anche che solo il 34% (16 rispondenti su 57) dei rispondenti ha seguito spettacoli online nell'ultimo anno (fig. 7).

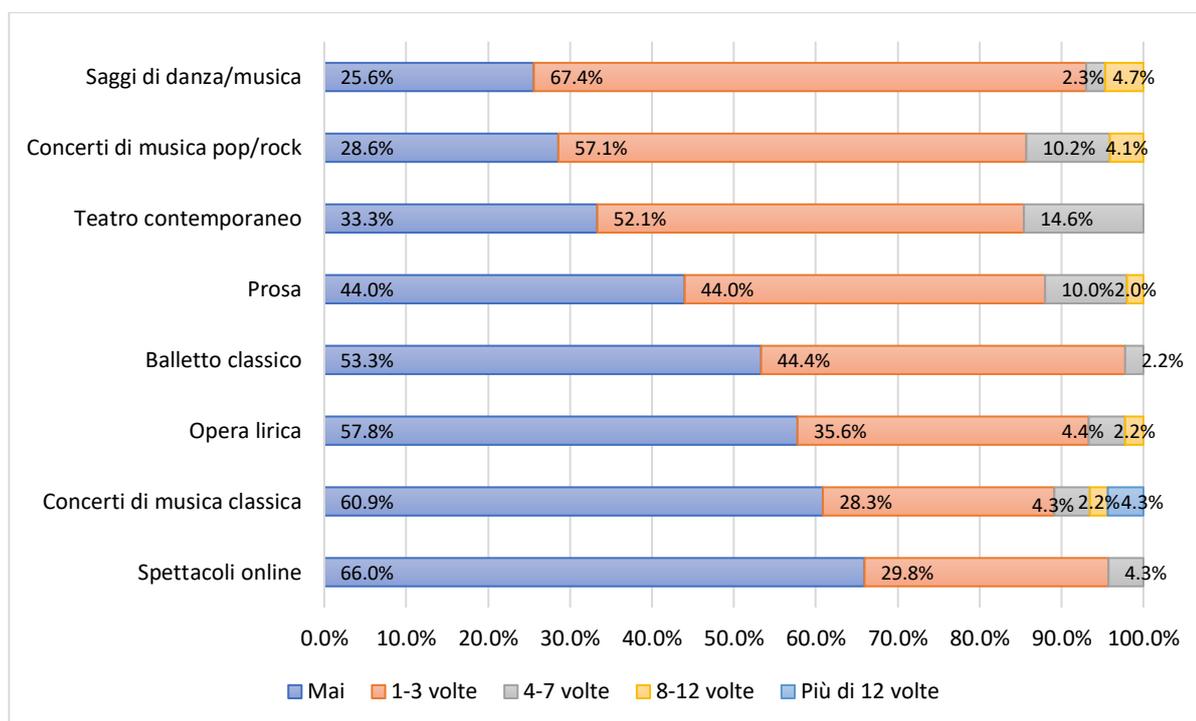


Figura 7 – Quante volte ha partecipato nell'ultimo anno a questi eventi?

Un dato di grande importanza è che quasi il 30% (17 intercettati su 57) dei rispondenti non era mai entrato prima nel Teatro Vaccaj di Tolentino (tab. 21) e quindi l'iniziativa ha effettivamente intercettato un nuovo pubblico. Un quarto del campione ha partecipato a entrambe le giornate; la seconda giornata è stata di gran lunga più partecipata della prima (solo l'11% ha partecipato esclusivamente a quest'ultima).

Gli spettatori hanno vissuto appieno l'evento: il 56% (18 rispondenti su 57) del pubblico è rimasto all'interno del teatro più di due ore e il 25% (14 rispondenti su 57) più di quattro. La partecipazione è stata attiva e prolungata oltre il tradizionale canone di fruizione, per cui l'obiettivo di trasformare lo spazio teatrale in luogo accogliente in cui stazionare sembra essere stato compiuto.

Le attività più partecipate sono state in primo luogo quelle teatrali (55%), quelle musicali (46%) e quelle dedicate ai bambini (43%).

La principale fonte d'informazione per il campione è stato il passaparola (53%), dato in linea con la forte partecipazione locale. Più di un terzo si è poi informata su profili social media degli organizzatori (Compagnia della Ranca, Teatro Vaccaj, Consorzio Marche Spettacolo) e più di un quinto dalle locandine. La lettera inviata ai “vicini di casa” del teatro è menzionata dall'11% (6 rispondenti su 57) (tab. 21).

AVEVA GIÀ PARTECIPATO AD ALTRI SPETTACOLI PROPOSTI DAL TEATRO VACCAJ DI TOLENTINO?	<i>Sì</i>	70%
	<i>No</i>	30%
A QUALE DELL'INIZIATIVA GIORNO HA PARTECIPATO?	<i>1° luglio</i>	11%
	<i>2 luglio</i>	63%
	<i>Entrambe le giornate</i>	26%
PER QUANTO TEMPO È RIMASTO ALL'INTERNO DELLO SPAZIO DEL TEATRO?	<i>Meno di un'ora</i>	11%
	<i>1-2 ore</i>	33%
	<i>2-4 ore</i>	32%
	<i>Più di 4 ore</i>	25%
A QUALE ATTIVITÀ HA PARTECIPATO?	<i>Teatro</i>	55%
	<i>Musica</i>	46%
	<i>Attività dedicate ai bambini</i>	43%
	<i>Danza</i>	23%
	<i>Favole</i>	11%
	<i>Poesia</i>	9%
QUALE FONTE/I HA UTILIZZATO PER INFORMARTI SULL'EVENTO? (MASSIMO DUE OPZIONI)	<i>Risveglio muscolare</i>	4%
	<i>Consigliato da amici</i>	53%
	<i>Profili Facebook/Instagram degli</i>	37%
	<i>Locandine</i>	21%
	<i>Lettera del teatro</i>	11%
	<i>Stampa (giornali, radio/tv, testate on-line)</i>	11%
	<i>Newsletter degli organizzatori</i>	2%

Tabella 21 – Modalità di fruizione dell'evento e fonti informative

Le domande sul gradimento dell'evento fanno emergere una esperienza estremamente positiva del pubblico (fig. 8). Il 93% del campione si dice disposto a partecipare di nuovo a questo tipo di evento. Lo scopo di “far sentire a casa a teatro” sembra essere ampiamente raggiunto: il 92% è d'accordo nell'apprezzamento dell'atmosfera creata nel teatro e l'81% si è sentito accolto. Anche l'intento di stimolo alla comunità locale sembra essere andato a buon fine: per l'89% è stato un evento che ha permesso di passare ben il tempo con gli amici e per il 79% l'iniziativa è riuscita a coinvolgere la città.

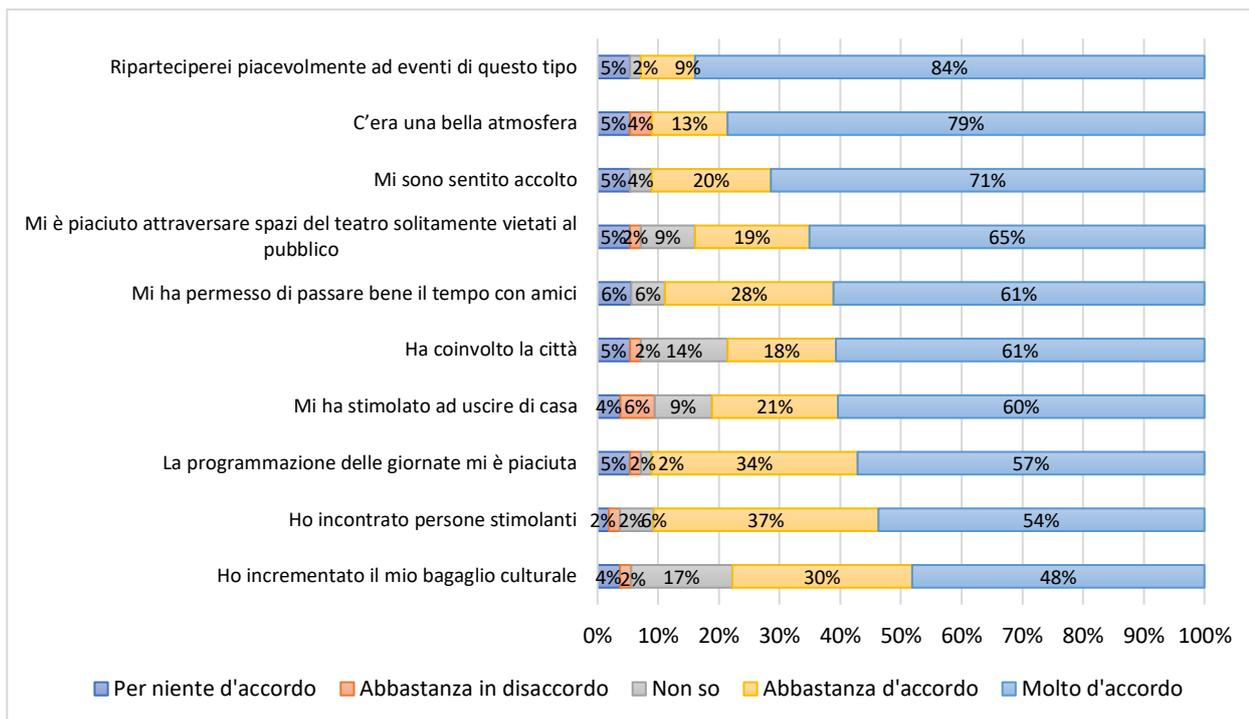


Figura 8 – Esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni che riguardano l'esperienza di partecipazione all'evento "A teatro mi sento a casa"

Nel questionario veniva inoltre indagata la fruizione e il ruolo dello spettacolo dal vivo durante la pandemia. Riguardo agli eventi online seguiti si osserva come chi ha usufruito di questa modalità ha apprezzato la possibilità di scoprire nuove realtà e forme artistiche, (piuttosto che quelle già conosciute) e in secondo luogo ha apprezzato la funzione di passatempo o di sostegno per il settore (fig.9). Si tratta di un dato abbastanza in linea con quanto emerso dalle precedenti ricerche sul pubblico online (AudienceView, Theatermania 2020; Castelli *et al.* 2020; The Pattern Makers 2020; Pastore 2021) che si sono svolte a livello internazionale tra il 2020 e 2021. Si nota poi come con la riapertura dei teatri sia aumentata la voglia di frequentare spettacoli dal vivo e, soprattutto, di come la voglia di svago sia ora più forte della ricerca dell'impegno.

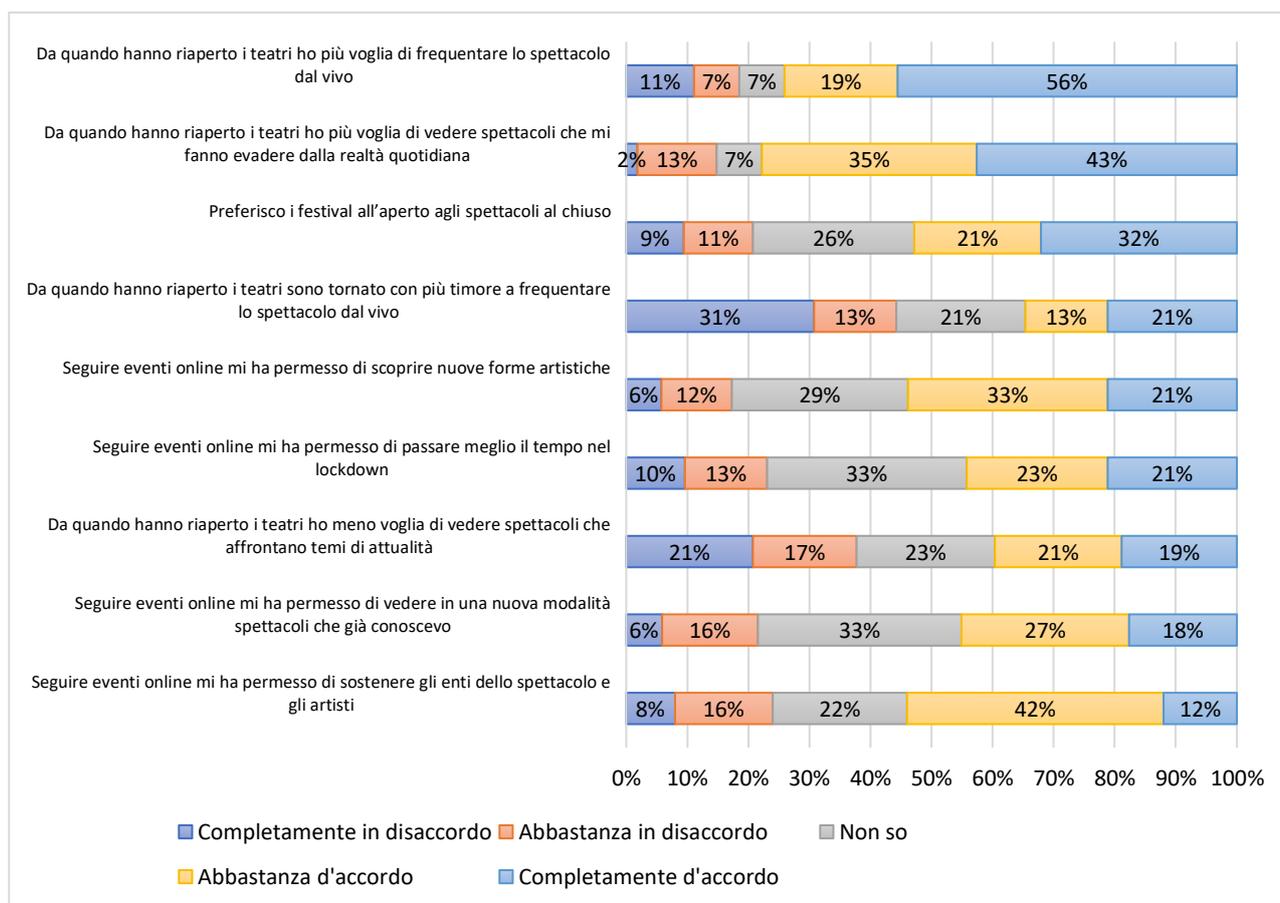


Figura 9 – Esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni che riguardano l'esperienza di partecipazione nel contesto della pandemia

Infine, quasi tutti i rispondenti (81% cioè 46 su 57) hanno lasciato commenti positivi sull'iniziativa. Se tra i commenti emerge solamente un rispondente che evidenzia alcuni limiti dell'iniziativa,

Iniziativa molto bella e ben pensata carente solo dal punto di vista della comunicazione all'esterno del teatro stesso

da tutte le restanti 45 risposte aperte si ha una ulteriore conferma di come l'azione sia riuscita a intercettare nuovi pubblici e insieme a far vivere il teatro in modo nuovo, accogliente e partecipato. La proposta di vivere questo spazio in modo alternativo è stata ben accettata:

Ho apprezzato molto il progetto ed ho accolto con molto entusiasmo la proposta di partecipare perché amo molto l'ambiente teatrale e poter esplorare i luoghi, sostare all'interno degli stessi, condividere con gli altri esperienze e informazioni ma anche avere l'opportunità di riflettere ed essere in contatto con se stessi è stato molto bello e arricchente.

Ottima iniziativa per rendere il teatro un luogo vivo e non staccato dalla quotidianità.

Contenta di aver avuto l'opportunità di visitare con le bambine il teatro, anche da una prospettiva insolita.

Trovo sia un ottimo modo per far esprimere agli altri il proprio talento.

L'intento di riattivazione dello spazio sembra anche aver funzionato nei termini dell'*audience development*:

Come famiglia abbiamo apprezzato di poter conoscere meglio il “nostro amico” il teatro, il nostro vicino di casa che ha sempre il suo fascino e la sua magia. Tutto il personale molto cordiale e disponibile anche verso i più piccoli ed abbiamo apprezzato l'opportunità di far avvicinare i bambini a questo fantastico mondo di giochi, finzioni, realtà, magia, divertimento, adrenalina e sogno. Iniziativa molto apprezzata, bellissima l'atmosfera anche all'esterno, la piazzetta è un piccolo gioiello. Probabilmente le date di luglio non hanno aiutato a far partecipare più persone ma naturalmente questo ha permesso di non scaglionare gli ingressi. Grazie per l'opportunità.

Il nome del progetto è perfetto perché in questo evento il teatro mi ha veramente fatto sentire a casa, accolta e stimolata a seguire il mio percorso con la musica, mi è piaciuto anche partecipare e collaborare insieme ai miei amici.

Bellissima iniziativa che può avvicinare anche chi non frequenta il teatro a questa realtà.

Sicuramente da rifare, per avvicinare gente di ogni età alla cultura.

Spicca anche l'inclusività di questa iniziativa, sia dal punto di vista delle proposte artistiche che dei partecipanti all'evento:

Secondo il mio punto di vista questa è un'iniziativa perfetta per coinvolgere persone di tutte le età e per farle avvicinare all'ambiente “teatro”.

Interessante perché viene dato spazio a tutti, inclusività a prescindere dalla professione artistica.

Molto positivo perché il teatro è uno spazio vivo che deve essere vissuto da tutti.

Iniziativa positiva per la città, ha coinvolto tutti dai più grandi ai più piccini.

Innovativo, molti giovani e molto coinvolgente.

Si evidenzia poi la necessità di poter partecipare più spesso a simili iniziative e quindi emerge forte il desiderio che tale evento si ripeta:

Iniziativa sorprendente, mi è particolarmente piaciuto vedere un numero così grande di persone a teatro e spero si possa in futuro riproporre a Tolentino e che venga sperimentata anche in altri teatri

Un'iniziativa interessantissima e nuova per la città, tornerei volentieri per altre edizioni!

Un evento che ho apprezzato molto e che spero verrà riproposto negli anni a venire.

È un progetto bellissimo che dovrebbe essere fatto più volte all'anno.

Ottima iniziativa, sicuramente da ripetere.

Una bellissima iniziativa da far diventare un appuntamento fisso!!

4. Il progetto *TOHC! Teatri Oggi Hub di Comunità* fra efficacia e visioni future.

Conclusioni

Come indagine esplorativa su un progetto pilota quale *TOHC! Teatri Oggi Hub di Comunità*, la presente ricerca si è posta l'obiettivo di osservare come azioni culturali specifiche possano far sì che uno spazio teatrale superi la mera funzione di "contenitore" dello spettacolo per diventare incubatore di reti e servizi che colmino il divario tra imprese culturali

e creative e le differenti comunità dei territori. Il presente report prende in esame i tre progetti sperimentali di *TOHC!*, sviluppati sia nell'ambito dell'*audience development* che in quello della rigenerazione innovativa degli spazi con l'intento di fare del teatro un *hub* di comunità, capace di mettere in relazione artisti, operatori, imprese e cittadini nella creazione di opportunità di crescita culturale e sociale del territorio. Nella prima parte di questo capitolo si ricostruisce il contesto storico e culturale che caratterizza i tre luoghi teatrali scelti dalla sperimentazione quali il Teatro Piermarini di Matelica, l'Auditorium Benedetto XVI di Camerino e il Teatro Vaccaj di Tolentino. Dall'analisi emerge come i tre spazi, che nell'ottica della replicabilità del progetto possono essere presi a modello di altrettanti teatri simili sul territorio marchigiano, siano caratterizzati dalla multifunzionalità e da un profondo radicamento nel territorio: sono strutture che nel tempo si sono adattate a una pluralità di funzioni oltre a quella puramente spettacolare, ospitando mostre, convegni, residenze artistiche finanche un'enoteca; sono, inoltre, teatri che occupano un ruolo rilevante nella vita socioculturale delle comunità locali anche per la lunga tradizione teatrale e operistica che ha distinto le Marche sul territorio nazionale.

Nella seconda parte si analizzano, quindi, i tre progetti, osservando le opportunità e criticità delle pratiche sviluppate. Dall'analisi del primo progetto di *audience development*, ideato dall'Associazione culturale MALTE, dal titolo *999. Un viaggio nell'Immaginario di Andersen* emerge come i differenti laboratori multidisciplinari messi in campo si siano adattati perfettamente agli spazi del Teatro Vaccaj dove erano ospitati, incontrando il consenso dei partecipanti all'iniziativa. Così è anche per il secondo progetto di *audience development*, *NARRANDO NARRANDO*, che si è svolto al Teatro Piermarini, ad opera di Bottega Teatro Marche che ha proposto un laboratorio di storytelling e marketing narrativo per incontrare le imprese del territorio maceratese.

Nonostante un'iniziale fragilità dettata dal particolare frangente storico che, in risposta alla pandemia, ha ristretto i tempi di progettazione e realizzazione non favorendo la partecipazione attesa, da entrambe le iniziative emerge la grande forza di queste azioni nell'innescare nei partecipanti un desiderio di replicabilità. Se dalla parte delle artiste emerge come tali progettualità siano state l'occasione per approfondire il legame con il territorio andando ad innescare una nuova visione di un teatro più accogliente, sia come spazio fisico che come spazio culturale, il sentirsi parte di una comunità temporanea e l'opportunità di

sperimentare differenti modalità di relazione con gli artisti e con il luogo stesso è ciò che emerge più fortemente dalla parte dei partecipanti.

Questa “fame” di laboratori è in linea con la letteratura presente intorno alla questione del *welfare* culturale, dell’innovazione e rigenerazione culturale che affronta il tema dell’attivazione delle comunità dei territori in connessione ai processi di co-creazione e co-progettazione e al benessere generato dalla partecipazione. In questa direzione si è mosso l’ultimo progetto analizzato: sviluppato nell’ambito della rigenerazione culturale dello spazio teatrale dalla Compagnia della Rancia presso il Teatro Vaccaj quest’ultimo si è mostrato tanto efficace da poter essere preso a prototipo di buona pratica. In questo caso la forte conoscenza preliminare e di lunga durata che la compagnia ha sul territorio di Tolentino, ha permesso di costruire una sorta di “regia cittadina” intorno all’evento *A teatro mi sento a casa* grazie al coinvolgimento attivo nella progettazione e nella realizzazione degli enti, delle associazioni e del vicinato. La co-progettazione diffusa sul territorio ha fatto sì che questo singolare caso di innovazione culturale non venisse recepito come “corpo esterno” ma piuttosto come una buona pratica che ha reso più familiare uno spazio conosciuto, ma non sempre vissuto, dalla cittadinanza. Come emerge anche dal questionario rivolto ai partecipanti, l’evento è riuscito a intercettare un nuovo e giovane pubblico tolentinato che non frequenta abitualmente il teatro e, al contempo, ad essere percepita come un’azione integrata con il territorio e la sua comunità. Le domande sul gradimento dell’evento evidenziano come l’intento di riattivazione dello spazio sembra aver funzionato anche nei termini dell’*audience development*, andando a costruire un’esperienza estremamente positiva del pubblico, generando un forte desiderio di replica e facendo emergere, infine, come lo scopo di “far sentire a casa a teatro” sia stato ampiamente raggiunto.

Il desiderio di partecipazione innescato da queste tipologie di progettualità, che intersecano la partecipazione, attraverso azioni di *audience development*, con la co-progettazione di nuovi formati culturali, fa sì che questo progetto pilota mostri dei punti di forza sui quali continuare a lavorare. La proposta di una nuova visione dello spazio teatrale, più familiare e quotidiano, ha gettato un primo seme positivo, che con l’assimilazione dei limiti e delle opportunità emerse da queste progettualità ha tutte le possibilità di diventare una pratica culturale consolidata.

Infine, si afferma ancora una volta come fare ricerca attorno alle pratiche artistiche e partecipative, soprattutto a quelle sperimentali, sia sempre qualcosa di più che una semplice

occasione per costruire un sapere astratto. Si tratta invece di un'opportunità di riflettere insieme agli artisti e ai partecipanti sull'esperienza vissuta (Johanson and Glow 2022) e di condividere quindi uno sguardo analitico che rimane con chi ha preso parte alla ricerca. Avere allora i sostegni per continuare a sviluppare azioni culturali di questo tipo rimane una variabile decisiva, se si vuole che questi progetti coinvolgano e attivino, attraverso gli strumenti delle arti performative, gli abitanti delle aree interne e insieme i luoghi chiave degli stessi territori. È in questa direzione, come si è detto, che si stanno muovendo le forme e i processi dell'innovazione culturale, del *welfare* di comunità e dello sviluppo innovativo e sostenibile dei territori per rilanciare i luoghi periferici, valorizzandone gli spazi culturali attraverso attività capaci di generare nuova attrattività del territorio con il protagonismo delle imprese e delle comunità: è con il coinvolgimento attivo dei cittadini e delle cittadine nella co-progettazione che si possono ripensare come *hub* di comunità i luoghi tradizionalmente intesi.

Conclusioni

Il presente lavoro si colloca in un contesto di studi che intreccia tre differenti prospettive di ricerca necessari ad inquadrare l'analisi empirica svolta sul campo delle *performing arts* marchigiane a seguito della stretta collaborazione tra il Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI) dell'Università degli Studi Urbino e il Consorzio Marche Spettacolo. A partire dai tre anni di ricerca focalizzata su tre casi di studio individuati nel contesto del Consorzio Marche Spettacolo e dei suoi enti consorziati, la presente analisi si è posta l'obiettivo di tracciare delle nuove linee di ricerca negli studi sui pubblici dello spettacolo dal vivo a partire dalle nuove questioni che aprono gli studi sui processi di mediatizzazione (Krotz 2007; Hjarvard 2008; Boccia Artieri 2015; Hepp, Couldry 2017) e piattafomizzazione della cultura (van Dijck, Poell, De Waal 2019; Poell, Nieborg, Duffy 2022), che riguardano non solo il mutamento dei media di comunicazione ma anche gli effetti che questi producono in tutti i sistemi sociali e nelle pratiche di vita quotidiana.

La ricostruzione teorica che fa da sfondo all'analisi dei tre casi di studio si colloca in tre specifici ambiti di ricerca. Il primo riguarda gli studi sull'*audience development* ed *engagement* (Kawashima 2000; De Biase 2014; Bollo et al. 2017; Gemini, Paltrinieri 2018; Lucchetti, Tota 2018; Da Milano, Gariboldi 2019; Walmsley 2019; Reason et al. 2022) e sui pubblici della cultura, (De Marinis, Altieri 1985; Gemini, Russo 1997; Tota 1997; Gemini, Brilli 2018; Bartoletti, Brilli, Gemini 2018). Il secondo blocco tematico riguarda gli studi sulla mediatizzazione delle arti performative (Gemini 2016b; Gemini 2018; Gemini, Brilli 2020; Gemini, Brilli, Giuliani 2020; Del Gaudio 2017, 2021; Gemini, Brilli 2022) e la questione della *liveness* (Auslander 1999, 2012; Reason 2004; Gemini 2016a) che spostano l'attenzione sulle nuove modalità di creazione, promozione e fruizione dello spettacolo dal vivo. L'ultimo presupposto di ricerca intercetta la prospettiva del *welfare* culturale (Ghiglione 2017; Manzoli, Paltrinieri 2021; Paltrinieri 2022a; Cicerchia 2022) che offre l'occasione per ragionare sul valore della cultura e sull'impatto che la cultura e le arti hanno sia sulla

partecipazione (Allegrini 2021, 2022; Carpentier 2011; Paltrinieri 2022a; Gemini, Paltrinieri 2018; Gemini *et al.* 2008) sia sul turismo culturale (Origet de Cluzeau 1998; Amirou 2000; Gemini 2008; Garibaldi 2013; Montaguti, Meneghello 2018).

Rispetto a queste diverse prospettive, il lavoro di ricerca empirica, presentato nelle pagine precedenti, dà conto di un quadro composito e articolato che si può sintetizzare con la locuzione “dal *landscape* al *mediascape*: andata e ritorno”. La ricerca si è, infatti, inaugurata sul territorio marchigiano, a stretto contatto con le sue realtà teatrali, gli spettatori e le spettatrici per portare avanti la raccolta dei dati relativi alla ricerca sui pubblici dello spettacolo dal vivo marchigiano, che poi, in fase di analisi, sono stati messi a confronto con quanto rilevato dalla ricostruzione storiografica sulle ricerche sui pubblici delle *performing arts* che dagli anni '50 ad oggi sono emerse nel panorama italiano e dalla mappatura delle ricerche che si sono mosse nell'ambito dello spettacolo dal vivo marchigiano.

All'improvviso, dopo quasi quattro mesi di esperienza sul campo, la ricerca si è spostata negli ambienti online, a seguito del temporaneo *shift* nello spazio digitale attivato dal mondo delle *performing arts* in risposta alla diffusione della crisi sanitaria, per osservare l'impatto che quest'ultima stava avendo su questo settore, analizzando in particolare il caso *Marche Palcoscenico Aperto. Il festival del teatro senza teatri*, un'iniziativa che ha coinvolto sessanta compagnie regionali; il progetto è nato e si è sviluppato nel bel mezzo del secondo lockdown dei luoghi di cultura italiani, in quella fase di sperimentazione ridenominata “scena senza platea” (Gemini *et al.* 202e). Lo stato d'eccezione che si è originato dalla pandemia ha fatto emergere come il settore dello spettacolo dal vivo, nonostante le fragilità endemiche e le grandi difficoltà attraversate, oltre ai vincoli imposti dalle barriere d'accesso che il digitale produce, abbia saputo reiventarsi in molteplici modi, ripensando anche lo spazio performativo e la relazione con i pubblici al di là dell'idea semplicistica del “teatro su internet”. L'effervescenza creativa vissuta nei mesi del lockdown, come emerso da molti dei progetti osservati e in particolare da *Marche Palcoscenico Aperto*, ha permesso l'emergere di dispositivi performativi innovativi che hanno rimesso in discussione anche i processi creativi degli artisti e quelli organizzativi degli operatori del settore. Ad oggi poche sono le sperimentazioni che sono rimaste ancora in vita dopo la riapertura degli spazi e che proseguono nello sfidare artisti e pubblici nella creazione e nella fruizione digitale. Un problema emerso, e che sicuramente non aiuta a procedere in questa direzione, è legato alle

difficoltà ad essere raggiunti da strumenti normativi e di finanziamento adeguati capaci di adattarsi alle esigenze specifiche che il lavoro sul digitale impone.

A testimonianza di questa impermanenza delle sperimentazioni online c'è il ritorno al *landscape* marchigiano nel momento in cui il settore dello spettacolo dal vivo ha progressivamente abbandonato gli spazi digitali per tornare a riflettere, spesso in modo anche un po' troppo tempestivo, sulla partecipazione e sulla valorizzazione dei territori senza cercare però delle forme e dei formati davvero innovativi che si facessero carico delle sperimentazioni che quel periodo aveva prodotto. Questa fase di ricerca corrisponde all'analisi del progetto *TOHC! Teatri Oggi Hub di Comunità*, volto alla valorizzazione dei teatri storici delle aree interne al cratere sismico attraverso azioni di rigenerazione innovativa dello spazio teatrale e di *audience development* nella prospettiva del *welfare* culturale. Dall'analisi di questa iniziativa emerge una grande difficoltà degli enti e delle artiste partecipanti a riconnettersi al territorio e ai suoi abitanti ad eccezione di quelle realtà che da anni lavorano nei contesti di riferimento del progetto.

Questo passaggio “dal *landscape* al *mediascape*: andata e ritorno” da una parte sintetizza il percorso di ricerca empirica che si è mossa tra online e offline, dall'altra testimonia una tendenza in atto rispetto alle pratiche messe in campo da artisti e organizzazioni per coinvolgere i pubblici. Dai casi di studio presi in esame si evidenzia come le organizzazioni culturali che hanno preso parte alle indagini di questa tesi, seppure con modalità differenti, sembrano prediligere l'adozione di modelli di partecipazione culturale che abbracciano l'*audience development* e la rigenerazione degli spazi nella prospettiva del *welfare* culturale: ciò significa che si combina un approccio sociale, orientato a valorizzare i territori e a rafforzare il senso di appartenenza alla comunità con il protagonismo dei partecipanti nella co-costruzione dell'esperienza di cui si fruisce. Questo approccio lo si è visto nel momento del ritorno nel *landscape* teatrale con il progetto *TOHC!*, ma similmente lo si è visto anche da parte degli enti e degli artisti durante il frangente pandemico: le sperimentazioni online durante le varie fasi della crisi sanitaria hanno evidenziato la predominanza di dispositivi partecipativi che prediligono le modalità di fruizione interattive e partecipative e hanno fatto emergere come, nel caso di *Marche Palcoscenico Aperto*, un progetto digitale, nonostante le potenzialità di deterritorializzazione che lo spazio online offre, abbia reso più tangibile e visibile un territorio artistico specifico quale quello marchigiano.

Dai tre progetti analizzati, molto differenti tra di loro sia per quanto riguarda gli oggetti di ricerca che per le metodologie adottate e gli obiettivi che si ponevano, emerge quindi la complessità di un fenomeno culturale quale quello dei pubblici dello spettacolo dal vivo che sfugge a ogni classificazione e che necessita di nuovi strumenti adatti a comprenderlo. È difficile reperire indagini approfondite che osservino i pubblici dello spettacolo dopo la pandemia e questo ci fa dedurre che sarà necessario, per esplorare il potenziale della digitalizzazione nell'ambito delle *performing arts*, esaminare l'impatto del digitale sui pubblici e la loro esperienza di consumo, dal momento che molti dei tradizionali modelli di fruizione sono destinati a cambiare. Una delle criticità che emergono spesso dalle ricerche è che le tecniche qualitative convenzionali sembrano intercettare e privilegiare le opinioni del frequentatore di teatro esperto piuttosto che del frequentatore non abituale. Come emerge dalle ultime ricerche nel campo dell'*audience development*, si stanno aprendo nuove questioni a partire dai luoghi, quali ad esempio teatri e musei, dove avvengono più spesso queste rilevazioni: sono questi i settori che mostrano il reale spaccato sociale che abita i contesti dove emergono le ricerche? Come si può intercettare nuovo pubblico se i contesti di analisi si restringono sempre intorno a determinati e specifici contesti di produzione e promozione artistica? Come si possono abbattere le barriere all'accesso per quei pubblici che non frequentano teatri, o musei, o istituzioni culturali e che non sono osservati dalle ricerche? A queste si sono aggiunte oggi ulteriori riflessioni innescate dal temporaneo trasferimento nell'online di pubblici, operatori e artisti: quali sono le implicazioni che questo *shift* ha generato nei meccanismi della fruizione culturale? Ha ancora senso osservare chi è il pubblico del teatro oggi intercettandolo solo all'uscita degli spettacoli o sono necessari nuovi contesti e nuove domande di ricerca? Nella prospettiva futura sarà perciò sempre più importante continuare a osservare il pubblico come uno *spettatore migrante* (Trimarchi 2020) tra spazi fisici e spazi digitali.

In quest'ottica sarà interessante osservare anche come e se la piattaformaizzazione stia modificando le dinamiche che regolano i rapporti tra i diversi attori sociali che operano nel settore delle *performing arts*; è in questo processo di costruzione della realtà, dove online e offline fanno parte della medesima sfera sociale, che il processo di piattaformaizzazione sta costruendo, come già accade per i sistemi educativi, sanitari, economici, politici, informativi non solo le pratiche quotidiane ma anche nuovi regimi di valori e nuove forme economiche (Van Dijck, Poell, de Waal 2019) e quindi nuovi dispositivi di potere che vanno a creare

nuove forme di disuguaglianze o ad acutizzare quelle già esistenti. Come e da chi è regolata la visibilità di un produttore culturale? E di un'industria culturale rispetto a un'altra? Che tipo di contenuti culturali e creativi le piattaforme rendono accessibili o meno? Quali norme decretano la possibilità di visibilità di una forma espressiva rispetto ad un'altra? Quali tipi di contenuti diventano visibili e tracciabili, e perché? Quali sono le conseguenze della crescente dipendenza dalle piattaforme nella distribuzione dei contenuti culturali?

Continuare allora a monitorare le esperienze artistiche, organizzative e di fruizione che persistono online sarà necessario per comprendere quali vincoli restano nella creazione, produzione, fruizione di queste forme artistiche; sarà inoltre necessario comprendere quali rischi impone lo *shift* nel digitale sia dal punto di vista creativo che da quello produttivo e distributivo a partire dalle questioni messe in campo dagli studiosi della *Platform Society* e per farlo si dovrà analizzare come e con quali obiettivi gli artisti e gli organizzatori progetteranno gli spazi digitali come luoghi di aggregazione per il loro pubblico, e quali forme di comunità temporali potranno evolversi in essi superando i limiti imposti sia dal *digital divide* che dai vincoli più o meno visibili che le piattaforme impongono.

La sfida allora nell'ambito degli studi sui pubblici delle *performing arts* sarà quella di riuscire a comprendere le dimensioni *onlife* (Floridi 2018) di tali esperienze, intercettando il coinvolgimento delle persone nei molteplici campi della cultura, tenendo conto degli spazi in cui si verificano tali esperienze artistiche perché questi offrono aspettative per l'esperienza, fornendo sia un ambiente fisico che sociale che modella i comportamenti e le dinamiche delle esperienze, adottando un approccio sempre più multidisciplinare (Reason *et al.* 2022), in cui conoscenze e metodologie possano essere confrontate, fertilizzandosi vicendevolmente, che aiuti a concepire l'esperienza delle arti performative come un processo di decodificazione socialmente strutturato, considerando la sua dimensione emotiva ed estetica e la specificità delle singolari esperienze inserite nel *mediascape* contemporaneo.

Bibliografia

- AA.VV (2012), *Lo spettacolo dal vivo nelle Marche. I soggetti, gli eventi, i numeri, la storia*, Il lavoro editoriale, Ancona.
- Abercrombie, N., Longhurst, B. J. (1998), *Audiences: A sociological theory of performance and imagination*, Sage, Newbury Park.
- Abrahams, M., Tuck, F. (2015), Understanding the impact of event cinema, an evidence review, *Trends Business Review for Arts Council and BFI*.
- ADESTE, *Audience Developer: Skills and Training in Europe*.
- AEA Consulting (2016), *From Live-to-Digital: Understanding the Impact of Digital Developments in Theatre on Audiences, Production and Distribution Report*, Arts Council England, UK Theatre and Society of London Theatre, London.
- Aebischer, P., Nicholas, R. (2020), *Digital Theatre Transformation: A Case Study and Digital Toolkit*, Creation Theatre, Oxford.
- Ahmed, B. (2011), 'Tweet Seats' Come To Theaters, But Can Patrons Plug In Without Tuning Out?, in: <https://www.npr.org/2011/12/12/143576328/tweet-seats-come-to-theaters-but-can-patrons-plug-in-without-tuning-out> (26.01.2021).
- AICCON (2022), *Per un bilancio sociale dello spettacolo dal vivo delle Marche. Report d'impatto*.
- Alessandrini, E. (2017), Il pubblico della Fondazione Teatro dell'Opera di Roma: dimensioni, dinamiche e caratteristiche, *Economia della Cultura*, n. 27(1), pp. 101-120.
- Ali-Haapala, A.S. (2016), *'Insider-other': spectator-dancer relationships fostered through open rehearsals* (Doctoral dissertation, Queensland University of Technology).
- Allegrini, G. (2021), *Prospettive di Analisi della Dimensione Culturale del Welfare di Comunità*, in Manzoli, G., Paltrinieri, R. (a cura di), *Welfare Culturale. La dimensione della cultura nei processi di Welfare di Comunità*, FrancoAngeli, Milano, 2021 (pp. 91-113).
- Allegrini, G. (2022), *Partecipazione e innovazione culturale a impatto sociale*, in Paltrinieri, R. (a cura di), *Il valore sociale della cultura*, FrancoAngeli, Milano (pp. 57-89).
- Alonzo, G., Ponte di Pino, O. (2022), *In giro per festival*, Altra Economia Soc. Coop., Milano.
- Amirou, R. (2000), *Imaginaire du tourisme culturel*, Puf, Paris.
- Andreasen, A.R., Belk, R.W. (1980), Predictors of attendance at the performing arts, in *Journal of Consumer Research*, vol. 7(2), pp. 112-120.
- Annunziata, F., Annunziata, C. (2020), Dove sono i bei momenti...? Opera production and aesthetics in the age of Covid-19, *SIEDAS Società Italiana Esperti di Diritto delle Arti e dello Spettacolo*, pp. 13-57.
- Appadurai, A. (2001), *Modernità in polvere*, Meltemi, Roma (ed. or. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis-London, 1996).

- Ardizzi, M., Calbi, M., Tavaglione, S., Umiltà, M. A., Gallese, V. (2020), Audience spontaneous entrainment during the collective enjoyment of live performances: physiological and behavioral measurements, *Scientific reports*, 10(1), pp. 1-12.
- Arenella, O., Segre, G. (2019), Il pubblico della musica classica: innovare l'offerta per ampliare il consumo dei giovani, *Quaderni IRCrES*, n. 2, pp. 3-18.
- Arnould, E. J., Thompson, C. J. (2005), Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research, *Journal of consumer research*, 31(4), pp. 868-882.
- Arts Council of England (2011), *Grants for the arts - audience development and marketing*.
- Auslander, P. (2008), *Liveness: Performance in a mediatized culture*, Routledge, New York; London.
- Auslander, P. (2012), Digital liveness: A historico-philosophical perspective. *PAJ: A journal of performance and art*, 34(3), pp. 3-11.
- Balme, C. B. (2014), *The theatrical public sphere*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Balzola, A., Monteverdi, A.M. (2004), *Le arti multimediali digitali: Storia, tecniche, linguaggi, etiche ed estetiche delle arti del nuovo millennio*, Garzanti, Milano.
- Balzola, A., Rosa, P. (2011), *L'arte fuori di sé: Un manifesto per l'età post-tecnologica*, Feltrinelli, Milano.
- Bakhshi, H., Mateos-Garcia, J., Throsby, D. (2010), *Beyond Live: Digital Innovation in the performing arts*, NESTA Making Innovation Flourish.
- Bakhshi, H., Humphries, D., Haq, S. (2020), *Digital Culture: Consumption in Lockdown*, Creative Industries, Policy & Evidence Centre lead NESTA.
- Banks, M. (2020), The work of culture and C-19, *European Journal of Cultural Studies*, no. 23(4), pp. 648-654.
- Bartoletti, R., Brilli, S., Gemini, L. (2018), Il lavoro dello spettatore dal vivo: capitale culturale ed esperienza: il caso del pubblico del Rossini Opera Festival, *Sociologia della comunicazione*, n. 56, pp. 43-64.
- Battistelli, F., Mariano, F., Pellegrino, A. (1997), *Il teatro nelle Marche: architettura, scenografia e spettacolo*, Nardini, Fiesole
- Belfiore, E. (2002), Art as a means of alleviating social exclusion: Does it really work? A critique of instrumental cultural policies and social impact studies in the UK, *International journal of cultural policy*, 8(1), pp. 91-106.
- Belfiore, E., Bennett, O. (2007), Rethinking the social impacts of the arts, *International journal of cultural policy*, 13(2), pp. 135-151.
- Belfiore, E., Bennett, O. (2008), *The social impact of the arts*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, New York.
- Benford, S., Giannachi, G. (2011), *Performing mixed reality*, MIT Press., Cambridge.
- Benjamin, W. (1966), *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino (ed. or. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, 1935).
- Bennett, S. (1997), *Theatre audiences*, Routledge, New York, London.
- Bentivegna, S., Artieri, G.B. (2019), *Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale*, Gius. Laterza & Figli, Roma.
- Berger, J. (1998), *Questione di sguardi. Sette inviti al vedere fra storia dell'arte e quotidianità*, Il saggiatore, Milano (ed. or. *Ways of seeing*, Penguin Books Ltd, London, 1972).
- Berman, S. (2008), Performing online: PR through Web gives arts and cultural institutions new power, *Public relations tactics*, 15(10), 21.

- Bertolini, M. (2008), *Il luogo dello spettatore fra distanza ed empatia in alcuni momenti dell'esperienza estetica contemporanea*, in Mazzocut-Mis, M. (a cura di), *Estetica della fruizione*, Lupetti, Milano 2008 (pp. 385-424).
- Bini, E., Patrizii, V. (2021), Contributi pubblici, qualità ed efficienza nei teatri italiani, *Economia della Cultura*, 32(2), pp. 239-256.
- Biondi, F., Donatini, E., Guccini, G. (2015), *Nobiltà e miseria presente e futuro delle residenze creative in Italia 2013, primo movimento*, L'Arboreto Edizioni, Mondaino (RN).
- Biondi, F., Donatini, E., Guccini, G. (2016), *Nobiltà e miseria, presente e futuro delle residenze creative in Italia 2014-2015, secondo movimento*, L'Arboreto Edizioni, Mondaino (RN).
- Bissell, L., Weir, L. (Eds.) (2022), *Performance in a Pandemic*, Taylor & Francis, Milton Park (England).
- Bishop, C. (2015), *Inferni artificiali, la politica della spettatorialità nell'arte partecipativa*, Luca Sossella Editore, Roma (ed. or. *Artificial hells: Participatory art and the politics of spectatorship*, Verso book, London, New York, 2012).
- Boccia Artieri, G. (2001), *Lo sguardo della Medusa e la virtualizzazione dell'immagine*, in Faccioli P. (a cura di), *In altre parole. Idee per una sociologia della comunicazione visuale*, FrancoAngeli, Milano, pp. 75-97
- Boccia Artieri, G., Antonioni, S., Gemini, L. (2004), *Comunicazione e luoghi del vissuto. Osservare un territorio al femminile*, FrancoAngeli, Milano.
- Boccia Artieri, G. (2012), *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society* (Vol. 1097), FrancoAngeli, Milano.
- Boccia Artieri, G. (2015), Mediatizzazione e Network Society: un programma di ricerca, *Sociologia della Comunicazione*, 50(2), pp. 62-69.
- Boccia Artieri, G., Gemini, L. (2019), Mass media and the web in the light of Luhmann's media system, *Current Sociology*, 67(4), pp. 563-578.
- Boccia Artieri G., Marinelli, A. (2019), *Introduzione all'edizione italiana. Per un'«economia politica» delle piattaforme*, in van Dijck J., Poell T., de Waal M., *Platform Society. Valori pubblici e società connessa*, Guerini Scientifica, Milano.
- Bollo, A. (2014), *50 sfumature di pubblico e la sfida dell'audience development. I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement*, FrancoAngeli, Milano.
- Bollo, A., Da Milano, C., Gariboldi, A., Torch, C. (2017), *Study on Audience Development-How to place audiences at the centre of cultural organisations*, Programma Europa Creativa de la Comisión Europea), Servicio de publicaciones de la Unión Europea, Luxemburgo.
- Bonet, L., Négrier, E. (2018), The participative turn in cultural policy: Paradigms, models, contexts, *Poetics*, 66, pp. 64-73.
- Bortoluzzi, G., Collodi, D., Crisci, F., Moretti, A. (2006), *Il comportamento del consumatore teatrale: indagine sul pubblico del 'Progetto Jan Fabre 05'*, V Congresso Internazionale "Marketing Trends", Università Ca' Foscari Venezia, 20-21 Gennaio 2006, pp. 1-31.
- Bourdieu, P. (1979), *La distinction*, Les Éditions de Minuit, Paris (trad. it. *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna, 1983).
- Bourge, M., (2020), The pandemic's immediate impact on performing arts in Australia", *Eye-to-eye Magazine*.
- Bourriaud, N. (2010), *Estetica Relazionale*, Postmedia Book, Milano (ed. or. *Esthétique relationnelle*, Les Presses du réel, Dijon, 1998).
- Brilli, S. (2020), *I pubblici del teatro online. Quello che sappiamo finora*, in <https://abracadamat.org/i-pubblici-del-teatro-online-quel-che-sappiamo-finora/> (05/12/2022).

- Brilli S., Giuliani F. (2020a), *Fra consumo digitale e ritorno negli spazi. Uno sguardo alle ricerche sui pubblici dello spettacolo durante la pandemia*, in <https://abracadamat.org/fra-consumo-digitale-e-ritorno-negli-spazi-uno-sguardo-alle-ricerche-sui-pubblici-dello-spettacolo-durante-la-pandemia/> (05/12/2022).
- Brilli S., Giuliani F. (2020b), *Uno spettatore alla volta. Le performance one-to-one fra intimità e personalizzazione di massa*, in <https://abracadamat.org/uno-spettatore-alla-volta-le-performance-one-to-one-fra-intimita-e-personalizzazione-di-massa/> (05/12/2022).
- Brilli, S., Gemini, L., Giuliani, F. (2021), *Il pubblico dello spettacolo nelle Marche: Report di ricerca sui pubblici dello spettacolo dal vivo nelle Marche*.
- Brilli, S., Gemini, L. (2022), Trailers as mediatized performances: Investigating the use of promotional videos among Italian contemporary theatre artists, *Journal of Italian Cinema & Media Studies*, 10(1), pp. 77-95.
- Brilli, S., Gemini, L., Giuliani, F. (2022), Theatre without theatres: investigating access barriers to mediatized theatre and digital liveness during the covid-19 pandemic, *Poetics*, 101750.
- Brook, O., O'Brien, D., Taylor, M. (2018), *Panic! Social class, taste and inequalities in the creative industries*, research funded by the Arts & Humanities Research Council.
- Brown, A. S., Novak, J. L. (2007), *Assessing the intrinsic impacts of a live performance*, CA: WolfBrown, San Francisco.
- Canclini, N. C. (1989), *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo, México (trad. it. *Culture ibride, Strategie per entrare e uscire dalla modernità*, Guerrini, Milano 2000).
- Carlini, C., Gallina, M., di Pino, O. P. (a cura di) (2017), *Reinventare i luoghi della cultura contemporanea: Nuovi spazi, nuove creatività, nuove professioni, nuovi pubblici*, FrancoAngeli, Milano.
- Carpentier N. (2011), *Media and Participation. A site of ideological-democratic struggle*, Intellect Books, Bristol, Chicago.
- Castelli, A. et al. (2020), *Caro spettatore, come stai?*.
- Chapple, F., Kattenbelt, C. (2007), *Intermediality in theatre and performance*, Rodopi, Amsterdam.
- Cicerchia, A. (2020), Settori culturali e creativi nell'Europa post-Covid-19. Effetti della crisi e raccomandazioni politiche, *Economia della Cultura*, 30(3-4), pp. 477-489.
- Cicerchia, A. (2022), Welfare culturale oltre la sperimentazione, *Economia & management: la rivista della Scuola di Direzione Aziendale dell'Università L. Bocconi*, (1), pp. 39-42.
- Comunian, R., England, L. (2020), Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy, *Cultural Trends*, no. 29(2), pp. 112-128.
- Conforti, L., Ercole E. (1999), Il pubblico di un teatro musicale: identità e comportamento. Il pubblico del Teatro Regio di Torino, *Quaderni di Ricerca Ires*, n. 91, IRES Piemonte, Istituto di Ricerche Economico-Sociali del Piemonte, Torino.
- Conner, L. (2013), *Audience engagement in the role of arts talk in the digital era*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, New York.
- Couldry, N., Hepp, A. (2017), *The mediated construction of reality*, Polity press, Cambridge.
- Creative Scotland (2020), *Covid 19: Public intentions on returning as audience member*, Eds. 56 Degree Insight.
- Cresswell, T. (2010), Towards a Politics of Mobility, *Environment and planning D: society and space*, vol. 28, n. 1, pp. 17-31.
- Cruciani, F., Falletti, C. (Eds.) (1986), *Civiltà teatrale nel XX secolo*, Il mulino, Bologna.
- Cruciani, F., Ruzza, L. (1992), *Lo spazio del teatro* (Vol. 368), Gius. Laterza & Figli Spa, Roma.

- Curti, S., De Rosa, S. (2020), *Dopo L'intervallo. Ricerca nazionale sul pubblico dello spettacolo dal vivo*, Indigo Ltd, Birmingham, e Il Rossetti, Trieste.
- Cusimano G. (a cura di) (2006), *Luoghi e turismo culturale*, Pàtron, Bologna.
- Daenekindt, S., Roose, H. (2017), Ways of preferring: Distinction through the 'what' and the 'how' of cultural consumption, *Journal of Consumer Culture*, vol. 17(1), pp. 25-45.
- De Biase, F. (a cura di) (2014), *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement*, FrancoAngeli, Milano.
- De Biase, F. (2017), *Cultura e partecipazione: Le professioni dell'audience*, FrancoAngeli, Milano.
- De Marinis, M. (1982), *Semiotica del teatro. L'analisi testuale dello spettacolo*, Bompiani, Milano.
- De Marinis, M. (1984), *L'esperienza dello spettatore: fondamenti per una semiotica della ricezione teatrale*, Centro internazionale di semiotica e di linguistica Università di Urbino.
- De Marinis, M., Altieri, L. (1985), Il lavoro dello spettatore nella produzione dell'evento teatrale, *Sociologia del lavoro*, n. 25, pp. 221-223.
- De Marinis, M. (1987), *Il nuovo teatro 1947-1970*, Bompiani, Milano.
- De Marinis, M. (1988), *Capire il teatro: lineamenti di una nuova teatrologia*, La Casa Usher, Firenze.
- De Marinis, M. (2000), *In cerca dell'attore. Un bilancio del Novecento teatrale*, Bulzoni, Roma.
- Da Milano, C., Gariboldi, A. (a cura di) (2019), *Audience Development: mettere i pubblici al centro delle organizzazioni culturali*, FrancoAngeli, Milano.
- De Biase, F. (a cura di) (2014), *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement*, FrancoAngeli, Milano.
- De Biase, F. (2017), *Cultura e partecipazione: Le professioni dell'audience*, FrancoAngeli, Milano.
- Del Gaudio, V. (2017), Modelli di serialità teatrale: Pratiche per un approccio mediologico al teatro a partire dai modelli seriali della Tragedia Endogonia della Societas Raffaello Sanzio e Ada. Una cronaca familiare di Fanny & Alexander, *Mediascapes journal*, no. 8, pp. 253-264.
- Del Gaudio, V. (2021), *Théatron: Verso Una Mediologia Del Teatro e Della Performance*, Meltemi, Milano.
- Dixon, S. (2007), *Digital performance: A history of new media in theater, dance, performance art, and installation*, MA: MIT Press, Cambridge.
- Donati, L. (2021), *Kepler-452: Teatro nel coprifuoco*, in <https://www.doppiozero.com/materiali/kepler-452-teatro-nel-coprifuoco> (26.01.2021).
- Edelman, K., Hurley, B., Gangopadhyay, N. (2020), Digital media trends survey, 14th edition, Eds. *Deloitte's Technology, Media & Telecommunications practice*.
- Elliott, A., Urry, J. (2010), *Mobile Lives*, Routledge, New York, London.
- Falletti, C., Sofia, G., Jacono, V. (Eds.), (2016), *Theatre and cognitive neuroscience*, Bloomsbury Publishing, London.
- Falk, M. e Katz-Gerro, T. (2016), Cultural Participation in Europe: Can We Identify Common Determinants?, *Journal of Cultural Economics*, 40 (2), pp. 127-162.
- Fanchi, M. (2014), *L'audience: storia e teorie*, Gius. Laterza & Figli Spa, Roma.
- Fancourt, D., Finn, S. (2019), *What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review*, World Health Organization, Regional Office for Europe.
- Federculture (2020), *Impresa Cultura. Dal tempo della cura a quello del rilancio*, Gangemi editore, Roma.
- Federculture (2022), *Impresa Culture. Lavoro e innovazione le strategie per crescere*, Gangemi editore, Roma.

- Fischer-Lichte, E., Gusman, T. (2014), *Estetica del performativo: una teoria del teatro e dell'arte*, Carocci Editore, Roma (ed. or. *Aesthetik des Performativen*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 2004).
- Floridi, L. (2018), Soft Ethics and the Governance of the Digital, in *Philosophy & Technology*, 31, pp. 1-8.
- Frieze, J. (2016), *Reframing immersive theatre: The politics and pragmatics of participatory performance*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, New York.
- Fondazione Fitzcarraldo (2005), *Indagine sul pubblico di Torino Settembre Musica 2004* (a cura di Bollo, A. et al.), Osservatorio Culturale del Piemonte, Torino.
- Fondazione Fitzcarraldo (2005), *Indagine sul pubblico dei festival dell'estate torinese: Chicobum Festival, Colonia Sonora, Traffic Torino Free Festival*, Osservatorio Culturale del Piemonte, Torino.
- Fondazione Fitzcarraldo (2008), *MiTo Settembre Musica: Indagine sul pubblico di MiTo*, Osservatorio Culturale del Piemonte, Torino.
- Fondazione Fitzcarraldo (2013), *Indagine sul pubblico del festival Drodeseira* (a cura di Pozzolo, L. et al.), Osservatorio Culturale del Piemonte, Torino.
- Fondazione Fitzcarraldo (2012), *Valutazione d'impatto di MiTo Settembre Musica*, Osservatorio Culturale del Piemonte, Torino.
- Fondazione Fitzcarraldo (2014), *Indagine sul pubblico del Torino Jazz Festival* (a cura di Bollo, A. et al.), Osservatorio Culturale del Piemonte, Torino.
- Francastel, P. (1987), *Guardare il teatro*, Bologna, Il Mulino.
- Franceschinelli, R. (a cura di) (2021), *Spazi del possibile: I nuovi luoghi della cultura e le opportunità della rigenerazione*, FrancoAngeli, Milano.
- Luchetti, L., Tota, A. L. (2018), Verso un museo partecipato: arti e tradizioni popolari a Roma, *Sociologia della comunicazione*, n. 56, pp. 18-42.
- Gallina, M. (2016), *Ri-organizzare teatro. Produzione, distribuzione, gestione*, FrancoAngeli, Milano.
- Gallup, K. (2020), *COVID-19 publikumsundersøgelse*, a cura di Applaus in collaborazione con Dansk Teater, Rambøll e Morris Hargreaves McIntyre.
- Garibaldi, R. (a cura di) (2013), *Il turismo culturale europeo. Prospettive verso il 2020*, FrancoAngeli, Milano.
- Garside, E. (2018), *The World's Turned Inside Out, and We Can Never Go Home Anymore": Punchdrunk's Site-Specific Theatre and Fan Interaction*, in Williams, R. (edited by), *Everybody Hurts: Transitions, Endings, and Resurrections in Fan Cultures*, University of Iowa Press, Iowa City (pp. 181-194).
- Gemini, L., Russo, G. (1997), *Il circo umano allo specchio. Un'indagine sullo spettatore del Ruvido sexy comic circus*, FrancoAngeli, Milano.
- Gemini, L. (2003), *L'incertezza creativa. I percorsi sociali e comunicativi delle performance artistiche*, FrancoAngeli, Milano.
- Gemini L. (2006), *L'immaginario turistico e le forme performative del consumo vocazionale*, in Di Nallo E., Paltrinieri R. (a cura di), *Cum Sumo. Prospettive di analisi del consumo nella società globale*, FrancoAngeli, Milano.
- Gemini L., Antonioni S., Mazzoli L. (2007), *Turisti per casa. Turismo, comunicazione del territorio e identità locali. Il "caso" Levanto*, FrancoAngeli, Milano.
- Gemini, L. (2008), *In viaggio. Immaginario, comunicazione e pratiche del turismo contemporaneo*, FrancoAngeli, Milano.

- Gemini, L. (2009), *Stati di creatività diffusa: i social network e la deriva evolutiva della comunicazione artistica*, in Mazzoli, L. (a cura di), *Network effect. Quando la rete diventa pop*, Codice edizioni, Torino (pp.113-136).
- Gemini, L. (2013), Performing art e industria culturale alla prova del pubblico. Il caso della danza contemporanea: un'analisi, *Comunicazioni Sociali*, n. 2, pp. 269-281.
- Gemini, L. (2016a), Liveness: le logiche mediali nella comunicazione dal vivo, *Sociologia della Comunicazione*, 51(1), pp. 43-63.
- Gemini, L. (2016b), Serialità teatrale. Osservazioni esplorative fra teatro e media, *Mediascapes journal*, (7), pp. 8-20.
- Gemini, L., Brilli, S. (2018), Il pubblico del teatro contemporaneo: fra auto-osservazione e processi di fruizione, *Comunicazioni sociali*, 2018, n. 3, pp. 448-462.
- Gemini, L., Bartoletti, R. and Brilli, S. (2018), Il Lavoro Dello Spettatore Dal Vivo: Capitale Culturale Ed Esperienza. Il Caso Del Pubblico Del Rossini Opera Festival, *Sociologia della comunicazione*, no. 56, pp. 43-64.
- Gemini, L. (2018), Post-Novecento e mediatizzazione. Appunti mediologici sulle arti performative, in Tafuri, C., Beronio, D. (a cura di) *Ivrea Cinquanta. Mezzo secolo di Nuovo Teatro in Italia 1967-2017* (pp. 216-223), Akropolis Libri, Genova.
- Gemini, L. (2020a), Antidoto liveness. La performance dal vivo durante il Covid-19, in *SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE*, 60/2020, pp 104-118.
- Gemini, L. (2020b), *Osservare la (digital) liveness: caratteristiche e pratiche della comunicazione dal vivo*, in <https://abracadamat.org/osservare-la-digital-liveness-caratteristiche-e-pratiche-della-comunicazione-dal-vivo/> (05/12/2022).
- Gemini, L. (2020c), *Hic et Nunc? La comunicazione teatrale live*, in «*La falena. Rivista di critica e cultura teatrale*», n. 1, autunno, pp. 43-46.
- Gemini, L., Brilli, S., Giuliani, F. (2020), Il dispositivo teatrale alla prova del Covid-19. Mediatizzazione, liveness e pubblici, *Mediascapes journal*, (15), pp. 44-58.
- Gemini, L., Brilli, L. (2020), On theatre mediatization: Exploring transmediality in Aldo Moro 54,” *International Journal of Performance Arts and Digital Media*, no. 16(2), pp. 150-167.
- Gemini, L. (2021a), *Immaginario e comunicazione: teorie a confronto*, in Romeo A., Centorrino M. (a cura di), *Sociologia della comunicazione Teorie, concetti, strumenti*, Mondadori Università.
- Gemini, L. (2021b), Le Arti della Politica. Culture platformization. Lo strano caso della Netflix italiana, *Comunicazione politica*, 22(1), pp. 137-141.
- Gemini, L., Brilli, S. (2021), Gradienti di liveness. Lo shaping socio-tecnico delle arti performative tra online e offline. Introduzione, *Connessioni remote. Artivismo_Teatro_Tecnologia*, 3(3).
- Gemini, L., Brilli, S. (2022), Live/Life Sharing. The Use of Social Media by Contemporary Theatre Companies in Italy, in *Theater (s) and Public Sphere in a Global and Digital Society*, Vol. 1, pp. 162-176.
- Gemini, L., Brilli, S., Giuliani, F, Boccia Artieri, G. (in corso di stampa), *The reinvention of theatre space during Covid-19. Analysis of the Italian Case*, in Krpič, T. (Eds.) *Theatre and Performance During the COVID-19 Pandemic*, Založba FDV, Ljubljana.
- Georgi, C. (2014), *Liveness on Stage: Intermedial Challenges in Contemporary British Theatre and Performance*, MA: De Gruyter, Berlin, Boston.
- Giannasca, E. (2019), *Il pubblico del festival TorinoDanza (2018). Teorie, rilevamento e prospettive di ricerca*, *Mimesis Journal. Scritture della performance*, n. 8, 2, pp. 135-155.
- Giuliani, F. (2021a), *Marche Palcoscenico Aperto. Il festival del teatro senza teatri: nuove sfide per il settore dello spettacolo dal vivo marchigiano*, in <https://abracadamat.org/marche->

- palcoscenico-aperto-il-festival-del-teatro-senza-teatri-nuove-sfide-per-il-settore-dello-spettacolo-dal-vivo-marchigiano/ (05/12/2022).
- Giuliani, F. (2021b), *Le arti performative marchigiane alla prova di MPA: nuovi formati digitali per nuove modalità di interazione da remoto*, in <https://abracadamat.org/le-arti-performative-marchigiane-alla-prova-di-mpa/> (05/12/2022).
- Giuliani, F. (2021c), *Marche Palcoscenico Aperto alla prova dei pubblici: per una ridefinizione della spettatorialità da remoto*, in <https://abracadamat.org/marche-palcoscenico-aperto-alla-prova-dei-pubblici-per-una-ridefinizione-della-spettatorialita-da-remoto/> (05/12/2022).
- Giuliani, F. (2021d), *Lo spettacolo dal vivo marchigiano nell'ambiente digitale: sfide e prospettive future*, in <https://abracadamat.org/lo-spettacolo-dal-vivo-marchigiano-nellambiente-digitale-sfide-e-prospettive-future/> (05/12/2022).
- Glaap, R. (2020), *Entgelt als Abschaltfaktor*, in https://www.nachtkritik.de/index.php?option=com_content&view=article&id=18024:theater-streams-nutzen-sie-das-angebot-eine-%20umfrage&catid=101&Itemid=84 (05/12/2022).
- Giacchè, P. (1991), *Lo spettatore partecipante. Contributi per un'antropologia del teatro*, Guerini e Associati, Milano.
- Gieseckam, G. (2007), *Staging the Screen: The Use of Film and Video in Theatre*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, New York.
- Goffman, E. (1990), *The Presentation of Self in Everyday Life*, Penguin, London [1959].
- Goldberg, R. (1979), *Performance: live art, 1909 to the present*, Harry N Abrams Incorporated, New York.
- Granata, P. (2015), *Ecologia dei media: Protagonisti, scuole, concetti chiave*, FrancoAngeli, Milano.
- Grande Rosales, M.Á.G., Sanchez Montes, M. J. (2016), Posibilidades de un teatro transmedia, *Artnodes: revista de arte, ciencia y tecnología*, 18, pp. 64-72.
- Griffiths, L., Walmsley, B. (2018), Considering the relationship between digitally mediated audience engagement and the dance-making process, in *digital echoes* (pp. 11-29), Palgrave Macmillan, Basingstoke, New York.
- Haber, B. (2019), The digital ephemeral turn: queer theory, privacy, and the temporality of risk, *Media, Culture & Society*, 41(8), pp. 1069-1087.
- Hadley, B. (2017), *Theatre, Social Media, and Meaning Making*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, New York.
- Heim, C. (2015), *Audience as performer: The changing role of theatre audiences in the twenty-first century*, Routledge, New York, London.
- Hjarvard, S. (2013), *The mediatization of culture and society*, Routledge, New York; London.
- Hylland, O. M. (2022), Tales of temporary disruption: Digital adaptations in the first 100 days of the cultural Covid lockdown, *Poetics*, 90, 101602.
- Holbrook, M.B., Hirschman, E.C. (1982), The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun, *Journal of consumer research*, 9(2), pp. 132-140.
- Imparato, F., Bertoli, M. (2020), *Fruizione culturale in un click? Come il pubblico ha reagito alle proposte di fruizione culturale durante il lockdown e quali prospettive future*, Creative Keys.
- Indagine Impresa Cultura Italia-Confcommercio, Swg (2020), *Covid: la cultura si sposta sul digitale*.
- Inglis, D., Hughson, J. (2017), *The sociology of art: Ways of seeing*, Palgrave, London.
- ISTAT (2022a), *Tempo libero e partecipazione culturale: tra vecchie e nuove pratiche*, Istituto Nazionale di Statistica, Roma.
- ISTAT (2022b), *Cultura e tempo libero*, in *Annuario Statistico Italiano 2022*, Istituto Nazionale di Statistica, Roma.

- Jansson, A. (2013), Mediatisation and social space: Reconstructing mediatisation for the transmedia age, *Communication Theory*, 23(3), pp. 279-296.
- Jenkins, H. (1992), *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, New York, London.
- Jenkins, H. (2007), *Cultura convergente*, Apogeo, Milano (ed. or. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University, 2006).
- Jeziński, M., Lorek-Jezińska, E. (2021), The response of Polish performance artists to cultural policies during the pandemic: liminality, precarity and resilience, *International Journal of Cultural Policy*, pp. 1-14.
- Johanson, K., Glow, H. (2022), Ethics in audience research: By the book or on the hop?., in *Routledge Companion to Audiences and the Performing Arts*, Taylor & Francis, Milton Park (England).
- Kawashima, N. (2000), *Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders: a study into audience development in policy and practice*, Centre for Cultural Policy Studies: University of Warwick, Coventry.
- Kawashima, N. (2006), Audience development and social inclusion in Britain: Tensions, contradictions and paradoxes in policy and their implications for cultural management, in *International journal of cultural policy*, 12(1), pp. 55-72.
- Kennedy, D. (2009), *The spectator and the spectacle: audiences in modernity and postmodernity* (p. 156), Cambridge University Press, Cambridge.
- Khlystova, O., Kalyuzhnova, Y., Belitski, M. (2022), The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda, *Journal of Business Research*, 139, pp. 1192-1210.
- Kim, S., Kim, H. (2009), Does cultural capital matter?: Cultural divide and quality of life, *Social indicators research*, 93(2), pp. 295-313.
- Krotz, F. (2007), The meta-process of mediatisation' as a conceptual frame, *Global media and communication*, 3(3), pp. 256-260.
- Kulesz, O. (2020). *Supporting culture in the digital age*, International federation of Arts Councils and Culture Agencies, Surry Hills.
- Landry, C., Greene, L., Matarasso, F., Bianchini, F. (1996), *The art of regeneration. Urban renewal through cultural activity*.
- Lavender, A. (2016), *Performance in the Twenty-First Century: Theatres of Engagement*, Routledge, New York, London.
- Liedke, H., Pietrzak-Franger, M. (2021), Viral Theatre: Preliminary Thoughts on the Impact of the COVID-19 Pandemic on Online Theatre, *Journal of Contemporary Drama in English*, 9(1), pp. 128-144.
- London, M. T. M. (2010), *Digital audiences: Engagement with arts and culture online*, MTM London.
- Lonergan, P. (2016), *Theatre and Social Media*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, New York.
- Manzoli, G., Paltrinieri, R. (Eds.), (2021), *Welfare culturale: La dimensione della cultura nei processi di Welfare di Comunità*, FrancoAngeli, Milano.
- Makno (1998), *Il teatro alla Scala e il suo pubblico. Immagine e mercato: i risultati di una ricerca*, Fondazione Milano per la Scala, Milano.
- Makno (1992), *Una ricerca sul pubblico del teatro di prosa in Italia*, Spettacolo a Milano Editore, Milano.
- Masura, N. (2020), *Digital Theatre*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, New York.

- Matarasso, F. (1997), Use or ornament. The social impact of participation in the arts, *Comedia*, 4(2), pp. 34-41.
- Matarasso, F. (2004), *L'état, c'est nous: arte, sussidi e stato nei regimi democratici*, Il Mulino, Bologna.
- Maturana, H.R., Varela, F.J. (1987), *L'albero della conoscenza*, Milano, Garzanti (ed. or. *El árbol del conocimiento*, Organización de Estados Americanos, OEA, 1984).
- McCarthy, K.F., Jinnett K. (2001), *A new framework for building participation in the arts* RAND Corporation, Santa Monica, in [https://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR1323/\(05/12/2022\)](https://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR1323/(05/12/2022)).
- McConachie, B. (2008), *Engaging audiences: A cognitive approach to spectating in the theatre*, Springer, Berlin.
- McIntyre, M.H. (2007), *Audience Knowledge Digest: Why People Visit Museums and Galleries, and What Can Be Done to Attract Them*, Morris Hargreaves, Manchester.
- Mirzoeff, N. (2015), *Come vedere il mondo. Un'introduzione alle immagini: dall'autoritratto al selfie, dalle mappe ai film (e altro ancora)*, Johan & Levi Editore, Cremona.
- Montaguti, F., Meneghello, S. (2018), *L'ascesa del turismo del paesaggio culturale*, XX Edizione Rapporto sul Turismo Italiano, Consiglio Nazionale delle Ricerche 2016-2017.
- Moralli, M. (2022), *Innovazione sociale e cultura: intersezioni e congiungimenti*, in Paltrinieri, R. (a cura di), *Il valore sociale della cultura*, FrancoAngeli, Milano, pp. 37-56.
- MSA-COVID19 e Studio Bottoni (2020), *Indagine su uno spettatore al di sopra di ogni contagio*, Roma, IRPPS: Istituto di Ricerche sulla Popolazione e le Politiche Sociali.
- Mundula L., Meco E. (2016), *Quali tematismi per un turismo destagionalizzato*, report SRM.
- National Endowment for the Arts (2021), *Tech as Art: Supporting Artists Who Use Technology as a Creative Medium*, Arts.Gov.
- Nawrot, J. (2019), Las tecnologías digitales en el teatro: "situation romos" de Rimini Protokoll, *Pasavento: Revista de Estudios Hispánicos*, 7(2), pp. 321-333.
- Négrier, E., Teillet, P. (2020), *Les trois chocs culturels du COVID-19*, PUG.
- Négrier, E., Dupin-Meynard, F. (2020), *Cultural Policies in Europe: A Participatory Turn?*, Éditions de l'Attribut, Toulouse.
- Nieborg, D.B., Poell, T. (2018), The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity, *New media & society*, no. 20.11, pp. 4275-4292.
- Novak-Leonard, J., Brown, L. (2011), *Beyond Attendance: A Multi-Modal Understanding of Arts Participation*, National Endowment of the Arts, Washington.
- Oddey, A., White, C. (2009), *Modes of spectating*, Intellect Books, Bristol, Chicago.
- Origet de Cluzeau, C. (1998), *Le Tourisme Culturel*, Puf, Paris.
- Ortolani, S. (2006), *Gli osservatori della cultura e dello spettacolo in Italia e in Europa: modelli, attività e relazioni con gli organismi ufficiali di statistica*, Osservatorio dello Spettacolo, Roma.
- Osservatorio Spettacolo Emilia-Romagna (2008), *Indagine sul pubblico effettivo e sul pubblico potenziale della danza, della lirica e del jazz*.
- Osservatorio Spettacolo Emilia-Romagna (2015), *Il pubblico della Lirica in Emilia-Romagna*.
- Osservatorio dello spettacolo-MiC (2022), *Relazione sull'utilizzazione del Fondo Unico per lo Spettacolo e sull'andamento complessivo dello Spettacolo – Anno 2021*.
- Padberg, K. (2021), New Forms of Communities? The Constitution and Performance of Audiences in Digital Theater during the COVID-19 Pandemic, *Pamiętnik teatralny*, 70(3), pp. 145-163.
- Paino, M., Renzulli, L. A. (2012), Digital dimension of cultural capital: The (in) visible advantages for students who exhibit computer skills. *Sociology of education*, 86(2), 124-138.

- Paltrinieri R., Parmiggiani P. (2016), Il pubblico della lirica: consumo di cultura o cultura di consumo?, *Sociologia della Comunicazione*, n. 51, pp. 29-42.
- Paltrinieri, R., Gemini, L. (a cura di) (2018), I pubblici dello spettacolo dal vivo e museale. Tra audience development, audience engagement e audience reception, *Sociologia della Comunicazione*, 56(2), pp. 9-17.
- Paltrinieri, R. (a cura di) (2022a), *Il valore della cultura*, FrancoAngeli, Milano.
- Paltrinieri, R. (2022b), *Il teatro all'Università. Riflessioni sulla costruzione di cittadinanza culturale*, in Riccioni, I. (a cura di), *Teatri e sfera pubblica nella società globalizzata e digitalizzata*, Guerini Scientifica, Milano, pp. 47-56.
- Panarese, P., Azzarita, V. (2021), Nuove pratiche, antichi divari? La partecipazione culturale online in Italia tra opportunità di coinvolgimento e rischi di esclusione, *Studi culturali*, 18(3), pp. 369-392.
- Pastore, C. (2020). *I concerti dopo il covid-19. Indagine sul mondo della musica live dopo la pandemia*, a cura di Rock.it, MI AMI.
- Peterson, R.A., Kern, R.M. (1996), Changing highbrow taste: From snob to omnivore, *American sociological review*, pp. 900-907.
- Phelan, P. (1996), *Unmarked: The politics of performance*, Routledge, New York, London.
- Pine II J.B., Gilmore J.H. (2000), *L'economia delle esperienze*, Etas, Milano (ed. or. *The experience economy: work is theatre & every business a stage*, Harvard Business Press, 1999).
- Pizzo, A. (2017), La drammaturgia della partecipazione nel mondo digitale, *Mimesis Journal [Online]*, vol. 6, n. 1.
- Poell, T., Nieborg, D.B., Duffy, B. E. (2022), *Piattaforme digitali e produzione culturale*, minimum fax, Roma (ed. or *Platforms and Cultural Production*, New Jersey, John Wiley & Sons, 2022).
- Ponte di Pino, O. (2023), *Oltre la pandemia: il tour in giro per festival*, in <https://www.ateatro.it/webzine/2023/01/04/oltre-la-pandemia-il-tour-in-giro-per-festival/> (8 gennaio 2023).
- Pope, J.H. (2019), *Shakespeare's Fans: Adapting the Bard in the Age of Media Fandom*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, New York.
- Pustianaz, M. (2015), Lo scandalo dello spettatore. Teatro e democrazia secondo Jacques Rancière, *Leussein-rivista di studi umanistici*, 8(3), pp. 1-11.
- Pustianaz, M. (2016), *Crepuscoli dello spettatore. Attività, inattività e lavoro dello spettatore nell'economia performativa*, in Laudando, M., *Reti performative. Letteratura, arte, teatro, nuovi media*, Tangram, Trento.
- Radbourne, J., Glow, H., Johanson, K. (2013), *The audience experience: A critical analysis of audiences in the performing arts*, Intellect Books, Bristol, Chicago.
- Radermecker, A.S V. (2021), Art and culture in the COVID-19 era: for a consumer-oriented approach, *SN Business & Economics*, 1(1), pp. 1-14.
- Raines, K. (2020), *National Audience Research - After the Interval & Act 2*, Indigo Ltd.
- Rancière, J. (2018), *Lo spettatore emancipato*, DeriveApprodi, Roma (ed. or. *Le spectateur émancipé*, La fabrique éditions, Paris, 2008).
- Reason, M. (2004), Theatre audiences and perceptions of 'liveness' in performance, *Participations: Journal of Audience and Reception Studies*, 1(2).
- Reason, M. (2015), Participations on Participation. Research the "active" theatre audience, *Participations: Journal of Audience and Reception Studies*, 12(1), pp. 271-280.
- Reason, M., Lindelof, A. M. (Eds.), (2016), *Experiencing Liveness in Contemporary Performance*, Routledge, New York, London.

- Reason, M., Conner, L., Johanson, K., Walmsley, B. (Eds.) (2022), *Routledge Companion to Audiences and the Performing Arts*, Routledge, New York, London.
- Reidy, B. K., Schutt, B., Abramson, D., Durski, A. (2016), *From Live-to-Digital: Understanding the Impact of Digital Developments in Theatre on Audiences, Production and Distribution*, AEA Consulting for Arts Council England, UK Theatre and Society of London Theatre, London.
- Riccioni, I. (a cura di) (2022), *Teatri e sfera pubblica nella società globalizzata e digitalizzata*, Guerini Scientifica, Milano.
- Righettini, M. S. (2006), *Il bilancio sociale della cultura nella Regione Marche: strategie, risorse e vincoli nelle politiche di settore*, Regione Marche - Osservatorio sulla cultura.
- Righettini, M. S. (2007), *Il bilancio sociale dello spettacolo dal vivo nelle Marche*, Regione Marche - Osservatorio sulla cultura.
- Roberge, J., Seyfert, R. (Eds.) (2016), *Algorithmic cultures: Essay on Meaning, Performance and New Technologies*, Routledge, London-New York.
- Rossi Ghiglione, A. (2017), Comunità in scena: il teatro sociale tra cultura e salute, *Economia della cultura*, 27(2), pp. 275-280.
- Russo, G. (2005), *I teatri della cultura. Percorsi esperienziali, pratiche di consumo*, FrancoAngeli, Milano.
- Sacchi, A. (2009), Spettatore modello e spettatore qualsiasi: per una politica dell'anonimato nel teatro di regia contemporaneo, *Biblioteca Teatrale*, pp. 87-103.
- Salter, C. (2010), *Entangled: Technology and the transformation of performance*, MA: MIT Press, Cambridge.
- Salvador, E., Navarrete, T., Srakar, A. (2021), *Cultural Industries and the Covid-19 Pandemic*, Routledge, New York, London.
- Sant, T. (2014), *Art, Performance, and Social Media*, in J. Hunsinger & T. Senft (Eds.) *The Social Media Handbook* (pp. 53-66), Routledge, New York, London.
- Schechner, R. (1984), *Teoria della performance 1970-1983*, ed. it. a cura di V. Valentini, Bulzoni, Roma.
- Schechner, R. (2019), *Introduzione ai Performance Studies*, ed. it. a cura di D. Tomasello, Cue Press, Imola (ed. or. *Performance Studies. An Introduction*, 3rd ed., Routledge, London, New York, 2013).
- Schino, M. (2018), Spettatore, spettatori, pubblico, *Mimesis Journal*, n.7, 2, pp. 123-144.
- Sciarelli, F., Tortorella, W. (2004), *Il pubblico del teatro in Italia*, Electa, Napoli.
- Scolari, C. (2014), Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital, *Anuario AC/E de cultura digital*, 1, pp. 71-81.
- Sedgman, K. (2022), *Fans and fandom in the performing arts*, in *Routledge Companion to Audiences and the Performing Arts* (pp. 190-202), Routledge, New York, London.
- Serino, M. (1994), *Un teatro e il suo pubblico. Una ricerca al «Carlo Gesualdo» di Avellino*, Kurumuny, Calimera.
- Serino, M. (2011), Spazio urbano e spazio teatrale nell'organizzazione dello spettacolo dal vivo, *Tafter Journal. Esperienze e strumenti per cultura e territorio*, (38).
- Serino, M. (2018), *Reti culturali in una prospettiva multidimensionale: Il campo teatrale in Campania*, FrancoAngeli, Milano.
- Sheller, M. (2018), Theorising Mobility Justice, *Tempo Social*, vol. 30, n. 2, pp. 17-34.
- Sheller, M., Urry, J. (2006), The New Mobilities Paradigm, *Environment and Planning A*, vol. 38, n. 2.
- Silberschatz, M. (2021), *Exploring Mars and other impossibilities*, in Bissell, L., Weir, L. (Eds.), *Performance in a Pandemic* (pp. 53-61), Routledge, New York, London.

- Sacco, P. L., Blessi, G. T., Nuccio, M. (2009), Cultural policies and local planning strategies: What is the role of culture in local sustainable development?, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 39(1), pp. 45-64.
- Simon, N., (2010), *The Participatory Museum*, self-published.
- Sofia, G. (2013), Lo studio della relazione attore-spettatore ei nuovi modelli cognitivi, *Antropologia e Teatro. Rivista di Studi*, (4).
- Somaini, A. (Ed.) (2005), *Il luogo dello spettatore: forme dello sguardo nella cultura delle immagini*, Vita e pensiero, Milano.
- Stebbins, R. A. (1996), Cultural tourism as serious leisure, *Annals of Tourism Research*, 23(4), pp. 948-950.
- Stigler, G., Becker, G. (1977), De gustibus non est disputandum, *Am Econ Rev*, 67, pp. 76-90.
- Sullivan, O., Katz-Gerro, T. (2007), The Omnivore Thesis Revisited: Voracious Cultural Consumers, *European Sociological Review*, 23 (2), pp. 123-137.
- Sullivan, E. (2020), Live to your living room: Streamed theatre, audience experience, and the Globe's A Midsummer Night's Dream, *Participations Journal of Audience & Reception Studies*, vol. 17, 1, pp. 92-119.
- Symbola, I. Q. (2021), *Io sono Cultura 2021 L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, Fondazione Symbola Unioncamere, Io sono Cultura Rapporto 2021.
- Taormina, A. (2006), Il teatro e i suoi pubblici, *Economia della Cultura*, vol. 16(2), pp. 171-178.
- Taormina, A. (2011), *Osservare la cultura: Nascita, ruolo e prospettive degli osservatori culturali in Italia*, FrancoAngeli, Milano.
- Taormina, A. (2021), Lo spettacolo dal vivo: scenari e prospettive a un anno dalla pandemia, *Antropologia e Teatro. Rivista di Studi*, (13), pp. 1-7.
- The Audience Agency (2020), *Digital Audience Survey*, The Audience Agency, London.
- The Audience Agency (2021), *Covid-19 Cultural Participation Monitor*, The Audience Agency, London.
- The Pattern Makers (2020), *COVID-19 Audience Outlook Monitor. Australia Snapshot Report: May 2020*.
- The Pattern Makers (2020), *COVID-19 Audience Outlook Monitor. Australia Snapshot Report: July 2020*.
- The Pattern Makers (2020), *COVID-19 Audience Outlook Monitor. Australia Snapshot Report: September 2020*.
- Thompson, J. B. (1995), *The media and modernity: A social theory of the media*, CA: Stanford University Press, Stanford.
- Torreggiani, A., Pfrommer, P. (2015), *Guide to Audience Development Planning*, The Audience Agency, London.
- Tota, A. L. (1997), *Etnografia dell'arte. Per una sociologia dei contesti artistici*, Logica University Press, Milano.
- Tota, A. L. (2002), *Sociologie dell'arte: dal museo tradizionale all'arte multimediale*, Carocci Editore, Roma.
- Trezzini, L. (1957), Un teatro senza pubblico, *Il Ponte*, n.8-9, pp. 1209-1222.
- Trezzini, L. (a cura di) (1997), *Rapporto sull'economia dello spettacolo dal vivo in Italia (1980-1990)*, Bulzoni, Roma.
- Tricarico, L., Daldanise, G., Jones, Z. M. (2020), Spazi Piattaforma: quando la cultura interseca l'innovazione sociale e lo sviluppo territoriale, *BDC. Bollettino Del Centro Calza Bini*, 20(1), pp. 139-165.

- Tsioulakis, I., Fitzgibbon, A. (2020), Performing artists in the age of COVID-19: A moment of urgent action and potential change, *Queen's Policy Engagement blog*.
- Tsitsou, L. (2021), *The impact of COVID-19 on freelance contemporary dance work: Precarity and the vulnerabilities of the dancing body*, in Bissell, L., Weir, L. (Eds.), *Performance in a Pandemic* (pp. 19–30), Routledge, New York, London.
- Tuck, F., Abrahams, M. (2015), Understanding the impact of event cinema: an evidence review, *Trends Business Review for Arts Council and BFI*.
- Turner, V. (1982), *Dal rito al teatro*, il Mulino, Bologna (ed. or. *From Ritual to Theatre. The Human Seriousness of Play*, Performing Arts Journal Publications, New York, 1982).
- Urry, J. (1995), *Lo sguardo del turista. Il tempo libero e il viaggio nelle società contemporanee*, Seam, Roma (ed. or. *Tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*, Sage Publications Ltd, London, 1990).
- Urry, J. (2000), *Sociology beyond Societies: mobilities for the twenty-first century*, Routledge, New York, London.
- Übersfeld, A. (1982), The Pleasure of the Spectator, *Modern Drama*, 25(1), pp. 127-139.
- Van Dijck, J., Poell, T., De Waal, M. (2019), *The Platform Society: valori pubblici e società connessa*, Guerini Scientifica, Milano (ed. or. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*, Oxford University Press, New York, 2018).
- Varela, F., Maturana H., Uribe, G. (1980), *Autopoiesi e cognizione. La realizzazione del vivente*, Marsilio Editore, Venezia (ed. or. *Autopoiesis: The organization of living systems*, D. Reidel Publishing Company, Dordrecht, 1974).
- Vitale, C. (2021), Rigenerare per valorizzare. La rigenerazione urbana “gentile” e la riduzione delle diseguaglianze, *Aedon*, (2), 0-0.
- Walmsley, B. (2011), Why people go to the theatre: a qualitative study of audience motivation, *Journal of Customer Behaviour*, 10(4), pp. 335-351.
- Walmsley, B. (2016), From Arts Marketing to Audience Enrichment: How Digital Engagement Can Deepen and Democratize Artistic Exchange with Audiences, *Poetics* 58, pp. 66-78.
- Walmsley, B. (2019), *Audience engagement in the performing arts: A critical analysis*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, New York.
- Walmsley, B., Gilmore, A., O'Brien, D., Torreggiani, A. (2022), *Culture in Crisis—Impacts of COVID-19 on the UK Cultural Sector and Where We Go from Here*, Centre for Cultural Value (CCV).
- Weezevent / IFOP (2020), *Les Français et la reprise des activités de divertissement*.
- White, G. (2013), *Audience Participation in Theatre: Aesthetics of the Invitation*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, New York.
- Wolf, S. (2007), Wicked Divas, Musical Theater, and Internet Girl Fans, *Camera Obscura* 22, 2, pp. 39-71.
- Zakaras, L., Lowell, J.F. (2008), *Cultivating demand for the arts. Arts learning, arts engagement, and state arts policy*, RAND Corporation, Santa Monica.
- Zolberg, V. L. (2015), A cultural sociology of the arts, *Current Sociology*, 63(6), 896-915.