

**The Activation of the Observatory TEMPO:
For a new Policy of Spectatorship (Report on 13th June 2016)**

Tancredi Gusman

The observatory TEMPO (Theatrical Enjoyment Measurement and Production Observation-Centre) was founded in January 2016 at the University of Milan, in the context of the European project “Senses: the Sensory Theatre – New Transnational Strategies for Theatre Audience Building”. It aims at developing new strategies to bring young people closer to theatre, through both the education of young spectators and the production of plays that can attract their interest. The Observatory aims therefore at giving back to theatre a political and social function that is essential for it.

**L'attivazione dell'Osservatorio TEMPO:
Per una nuova politica dello spettatore
(Report di lavoro al 13 giugno 2016)**

di Tancredi Gusman

Il progetto *Senses: the Sensory Theatre – New Transnational Strategies for Theatre Audience Building*, co-finanziato dal programma dell'Unione Europea "Europa Creativa", mira a elaborare strategie di sviluppo del pubblico teatrale attraverso un lavoro di ricerca declinato sui piani differenti della creazione scenico-drammaturgica e della fruizione spettatoriale. *Senses* è il risultato di una cooperazione tra partner universitari e teatrali italiani, francesi e rumeni¹ e unisce un'azione produttiva transnazionale – la messinscena di tre drammaturgie rivolte a potenziare la percezione sensoriale del pubblico e intensificare la sua consapevolezza critica dell'esperienza *live* – alla sperimentazione di un modello di *audience building* rivolto ai giovani tra i 15 e i 24 anni. "Audience building" designa qui un intervento diretto non solo a facilitare l'accesso al teatro attraverso l'acquisizione di conoscenze specifiche ma anche a permettere a chi produce spettacoli dal vivo di entrare in relazione con i linguaggi, gli interessi e le esigenze di questo pubblico. A questo scopo è stato attivato nel gennaio 2016 presso l'Università degli Studi di Milano l'Osservatorio TEMPO (*Theatrical Enjoyment Measurement and Production Observation-Centre*), progetto pilota che verrà esteso alle città di Avignone e Galati a partire da ottobre 2016 e che consentirà l'elaborazione di linee guida finalizzate a una sua applicazione a nuovi contesti culturali e formativi. Per introdurre il lavoro dell'Osservatorio TEMPO è importante richiamare brevemente alcuni dei pilastri su cui si fondano le politiche

¹ Università degli Studi di Milano, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, Universitatea „Dunărea de Jos“ din Galați, Scenaperta Altomilanese Teatri, Teatrul Muzical Nae Leonard Galati.

dell'Unione Europea per la promozione della cultura e della creatività – cornice istituzionale in cui opera *Senses*.

Il regolamento (UE) n. 1295/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio, con cui è stato istituito, l'11 dicembre 2013, il programma Europa Creativa (2014-2020) mette in rilievo il ruolo primario svolto dalla cultura e dalla creatività nello sviluppo di una società democratica, tollerante e aperta all'innovazione². Nel testo viene in particolare rimarcato il contributo dei settori culturali e creativi alla lotta contro tutte le forme di discriminazione e per il rispetto della diversità culturale e linguistica³; viene sottolineata la doppia natura, economica e culturale, delle attività, dei beni e dei servizi culturali e la loro ricaduta sull'innovazione e sull'inclusione sociale⁴; si ricorda come i settori culturali e creativi siano capaci, indirettamente, di generare crescita e lavoro e di contribuire al processo di adeguamento ai cambiamenti della società⁵. Non stupisce, date queste premesse, che il Regolamento affermi la necessità di un impegno specifico da parte dell'Unione nel campo dello sviluppo del pubblico (*audience development*) con particolare riferimento ai giovani⁶. In perfetta sintonia con le idee su cui poggia “Europa Creativa”, lo Youth Report 2015, relazione dell'Unione Europea dedicata alla situazione dei giovani in Europa e alle politiche ad essa indirizzate nel biennio 2013-2015, ribadisce il ruolo centrale dell'arte e della cultura nello sviluppo personale e sociale dei giovani, in particolare nella formazione della capacità di apprendimento, così come della comprensione e del rispetto per le diversità culturali. Il documento riprende, in proposito, alcune parole del celebre violinista e direttore d'orchestra Yehudi Menuhin, citate dalla comunicazione della Commissione Europea *European Agenda for Culture in a Globalising World*:

² Cfr. Regolamento (UE) n. 1295/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio dell'11 dicembre 2013 che istituisce il programma Europa creativa (2014-2020) e che abroga le decisioni n. 1718/2006/CE, n. 1855/2006/CE e n. 1041/2009/CE, in *Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea*, 20.12.2013 (IT).

³ Ivi, L. 347/221, (4).

⁴ Ivi, L. 347/221-222, (5) e L. 347/223, (20).

⁵ Ivi, L. 347/222, (7).

⁶ Ivi, L. 347/223, (16).

«It is art that can structure the personalities of young people with a view to open their minds, to instil the respect of others and the desire of peace»⁷.

L'accesso alla cultura, in particolare dei cittadini più giovani, assume quindi, all'interno delle politiche comunitarie, un valore strategico per lo sviluppo di un'Europa aperta, tollerante e in grado di proiettarsi verso le sfide, anche economiche, del presente e del futuro. Il richiamo al significato sociale e politico dell'arte – laddove politico deve essere inteso nel senso della partecipazione attiva dei singoli alla vita di una comunità – si trova in profonda coincidenza con un'importante e ampia tradizione teatrale europea che considera la *scena* un organo di riflessione civile e morale e fonda su questa funzione la necessità di un intervento pubblico nella sua gestione e nel sostegno economico ad essa. Il lavoro dell'Osservatorio TEMPO, nel proporsi di costruire un modello di sviluppo del pubblico teatrale giovanile, si inserisce solidamente nel solco di questa tradizione e dei suoi obiettivi, agendo all'interno della cornice e delle priorità indicate dalla Commissione attraverso il programma Europa Creativa. *Costruire* un pubblico giovanile significa quindi, in primo luogo, fornire a ragazzi e ragazze tra i 15 e i 24 anni strumenti che permettano loro di avvicinarsi al teatro e fare di esso un luogo di riflessione, elaborazione e confronto. La scelta di concentrare sui sensi e sulla sensorialità l'azione produttiva di *Senses* e la sua ricerca drammaturgico-scenica nasce proprio dall'esigenza di rendere la comunicazione teatrale più immediata ed efficace, favorendo l'abbattimento delle barriere di accesso al consumo. Allo stesso tempo, *costruire* un pubblico giovanile significa anche tentare di riformare il teatro, aprire spazi di collaborazione che consentano ai giovani di diventare a tutti gli effetti interlocutori delle istituzioni e degli artisti.

La cornice storica in cui l'Osservatorio TEMPO ha iniziato a operare è particolarmente critica. Riprendiamo un momento lo Youth Report 2015, la relazione dell'Unione Europea citata poco sopra. Se da una parte, come abbiamo visto, viene sottolineata l'importanza della cultura e della

⁷ Yehudi Menuhin in: Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on a European Agenda for Culture in a Globalizing World {SEC(2007) 570}, p. 8. Cit. da: EU Youth Report 2015, Publications Office of the European Union 2016, p. 127.

creatività nella formazione e nello sviluppo sociale dei giovani, dall'altra il Report fotografa, attraverso i risultati di due sondaggi Eurobarometro, un declino della loro partecipazione alle attività culturali tra il 2011 e il 2014. La sofferenza maggiore viene rilevata proprio nel nostro settore di azione: la frequentazione giovanile di teatro, danza e opera risulterebbe calata addirittura del 14% nel triennio preso in considerazione⁸. Un altro elemento fornito dallo Youth Report 2015 ci permette di mettere a fuoco più precisamente questo dato. Se, per quanto riguarda il cinema e i concerti, il calo viene riferito a questioni di natura prevalentemente economica (il costo del biglietto), per quanto concerne il teatro il fattore decisivo appare essere una sostanziale mancanza di interesse e di tempo⁹. Ci troviamo dunque di fronte ad un quadro preoccupante: da una parte riconosciamo al teatro, in quanto luogo in cui una collettività si riunisce e si confronta intorno a questioni che la riguardano, una funzione fondamentale nella maturazione sociale e civile delle nuove generazioni. Dall'altra, rileviamo come proprio le giovani generazioni si mostrino, oggi, particolarmente indifferenti nei confronti di quest'arte. Il teatro è un luogo cui gli spettatori in età scolare accedono quasi esclusivamente attraverso la mediazione delle scuole e degli insegnanti, non dunque mossi da un proprio desiderio e da una propria iniziativa, come confermano anche i primi e parziali risultati del questionario somministrato dall'Osservatorio TEMPO a tutti gli iscritti degli istituti di istruzione secondaria superiore che hanno aderito al progetto (Istituto Tecnico Statale "Artemisia Gentileschi", Milano; Istituto d'Istruzione Superiore "Vilfredo Federico Pareto", Milano; Istituto d'Istruzione Superiore "Luigi Galvani", Milano; Istituto Tecnico Industriale di Setificio "Paolo Carcano", Como).

L'analisi di questa situazione è fondamentale per la definizione del nostro programma di *audience building*. Il rischio cui ci troviamo di fronte, infatti, è che il teatro finisca per abdicare alla sua funzione pubblica e diventare sempre più marginale, proprio dove esso appare più necessario. Obiettivo dell'Osservatorio TEMPO è costruire modelli di sviluppo e

⁸ EU Youth Report 2015, Publications Office of the European Union 2016, p. 261.

⁹ Ivi, pp. 262-263.

formazione del pubblico che puntino a far riacquisire al teatro rilevanza e significato per la vita delle giovani generazioni. Il lavoro dell'Osservatorio si è concentrato, in questa fase pilota, sulla fascia critica dei giovani tra i 15 e i 19 anni. Nell'elaborazione delle strategie di intervento abbiamo cercato di evitare due opposti pericoli: a) pensare di orientare la proposta teatrale sulla base dei gusti e del consumo culturale attuale dei giovani, senza intervenire in profondità nei processi in cui essi si determinano; b) intendere l'*audience building* come rivolta unicamente alla promozione di prodotti artistici già definiti nella forma e nei contenuti, non sottoponendo, quindi, la stessa produzione creativa a un processo di ripensamento e ridefinizione. Restituire centralità al teatro nella vita dei giovani significa, infatti, strutturare un percorso di dialogo tra futuri potenziali spettatori, artisti, operatori e organizzatori che aspiri alla costruzione di un linguaggio condiviso. Per sostenere operativamente una progettualità di questo genere è stato attivato un tavolo permanente che comprende le scuole superiori della città di Milano e della regione Lombardia in precedenza citate, i teatri partner di *Senses* (Piccolo Teatro di Milano; ScenAperta Altomilanese Teatri, Teatro Atir Ringhiera, Teatro Elfo Puccini, Teatro i) e le istituzioni politiche della città di Milano. Lo scopo di questa piattaforma è guidare in modo stabile processi di formazione spettatoriale attraverso l'elaborazione di attività che rispondano alle esigenze e alle caratteristiche del pubblico giovanile. La prima fase di lavoro dell'Osservatorio, ancora in corso, è dedicata a un'indagine quantitativa e qualitativa del campo di azione e alla sperimentazione di un primo livello di formazione con un gruppo ristretto di alunni provenienti dalle scuole aderenti al progetto. Spunti e idee emerse nel corso di questo lavoro, saranno messi a disposizione dei teatri partner che ne potranno trarre indicazioni utili in vista della preparazione di proposte innovative mirate a questo pubblico. Sulla base delle esperienze e dei risultati raccolti verranno ideate attività di formazione di secondo livello che inizieranno con l'anno scolastico 2016/2017 e che potranno comprendere, tra le altre cose, la partecipazione dei giovani alla produzione e alla comunicazione di spettacoli dal vivo e a formati di discussione post-spettacolo. Uno dei nuclei di queste attività sarà il festival *Senses*, che avrà

luogo a Milano nel maggio del 2017 e in cui saranno rappresentati i tre spettacoli prodotti. Questo festival offrirà anche l'occasione per valutare l'impatto delle strategie di creazione scenico-drammaturgica elaborate sul versante artistico da *Senses*.

Nella prima fase di indagine e intervento, che si concluderà a breve, l'Osservatorio TEMPO si è servito di due strumenti principali: in primo luogo un questionario di trentasei domande chiuse (e quattro domande filtro), somministrato, come già accennato, a tutti gli alunni delle scuole aderenti al progetto e che, fino ad oggi, ha raccolto oltre 2000 risposte¹⁰. Scopo del questionario è presentare una fotografia precisa dei consumi e degli interessi culturali della popolazione scolastica che costituisce il campo di azione dell'Osservatorio. Il questionario è ancora in corso e non è quindi possibile proporre un'analisi completa dei suoi esiti, ma i primi dati parziali possono fornire già alcune indicazioni preziose. Il trend europeo delineato in precedenza viene sostanzialmente confermato. L'interesse verso gli eventi teatrali è molto ridotto (poco più del 2% è andato a teatro più di 6 volte nello scorso anno – domanda 4); tra le arti performative i giovani mostrano una scarsa predilizione per il teatro di prosa e per l'opera, mentre inseriscono tra i generi preferiti il musical, la danza e il cabaret (domanda 2); la capacità di offrire spettacoli di intrattenimento è considerato dal numero maggiore di rispondenti come il fattore che rende più attrattivo un teatro rispetto ad un altro (domanda 8).

Il secondo strumento di cui si è servito l'Osservatorio TEMPO è un laboratorio *critico* a cui hanno partecipato circa 125 alunni delle scuole coinvolte. Questo laboratorio rappresenta un mezzo di indagine qualitativo e, allo stesso tempo, il vero e proprio nucleo del primo livello di formazione spettatoriale. Il suo scopo è promuovere: a) una scelta autonoma di contenuti e attività culturali da parte dei giovani potenziali spettatori e b) una loro riflessione consapevole sui propri gusti, desideri e bisogni culturali. Il laboratorio mira, inoltre, a ottenere dai giovani *insight* utili al rinnovamento dei linguaggi teatrali. I 125 alunni, divisi in gruppi di 3-4 persone, hanno svolto tra marzo e giugno 2016, sotto la supervisione di tutor

¹⁰ Per consultare il questionario completo si veda <http://sensesproject.eu/tempo.php>

universitari, 64 ore di attività. Ciascun gruppo è stato invitato a progettare, con ampia autonomia, un percorso di quattro tappe composto dalla visione di spettacoli teatrali e musicali, dalla visita a musei e luoghi d'arte, ma anche da momenti di svago e ricreazione come giocare a videogiochi, fare sport o assistere a partite di calcio. I tutor universitari hanno supportato e accompagnato i gruppi nelle loro ricerche e nel loro processo di selezione, riservandosi il controllo dell'adempimento dell'unico requisito richiesto: la visione di almeno uno spettacolo teatrale. Uno dei maggiori ostacoli all'accesso al consumo teatrale si è rivelato essere la difficoltà nel reperimento delle informazioni e nell'individuazione di proposte adeguate ai propri interessi. Numerosi alunni hanno lamentato, tra le altre cose, la scarsa presenza del teatro negli spazi pubblicitari cittadini (manifesti, cartelloni etc.) e una scarsa visibilità del teatro nei canali di comunicazione web da loro più usati.

A ciascun gruppo è stato dato il compito di documentare tutti i momenti del proprio percorso, dalla scelta alla fruizione, fino alla riflessione successiva. Sulla base di questa documentazione è stato chiesto loro di produrre dei report multimediali scegliendo i media considerati più appropriati. L'indagine dell'Osservatorio si è rivolta, così, anche alle modalità di comunicazione delle esperienze culturali da parte dei giovani. Gli strumenti utilizzati sono stati molteplici, dal racconto in forma di diario alla narrazione per immagini attraverso la creazione di *accounts* Instagram. Abbiamo potuto rilevare una netta preferenza verso forme di restituzione visuale (video e fotografiche), spesso integrate da inserti testuali o completate da interventi performativi, come la lettura e l'accompagnamento musicale *live*. Durante la fase di preparazione dei report i giovani hanno partecipato una serie di incontri in cui sono stati chiamati a raccontare le proprie esperienze e a confrontarsi con i membri degli altri gruppi, favorendo così un processo di scambio tra giovani di indirizzo scolastico e, spesso, di estrazione sociale differente.

I report, che sono ancora in corso di elaborazione, offriranno una narrazione del viaggio dei 125 alunni attraverso l'offerta e l'esperienza della cultura e del tempo libero a Milano e rappresenteranno per loro

un'importante occasione di riflessione intorno al proprio consumo culturale. La prima fase di attività dell'Osservatorio si concluderà tra circa due settimane, il 28 e il 29 giugno 2016, con una conferenza presso l'Università degli Studi di Milano a cui prenderanno parte, insieme ai giovani partecipanti al laboratorio, diversi esponenti dei teatri e del mondo formativo e istituzionale milanese. In questa occasione ciascun gruppo presenterà il proprio report e sarà chiamato a discuterlo con gli operatori e gli altri soggetti presenti. L'avvio di questo dialogo tra istituzioni, teatri, scuole e giovani, insieme all'analisi dei risultati dell'Osservatorio, fornirà la base per la progettazione delle attività di secondo livello. Il percorso laboratoriale intrapreso e la preparazione dei *report* costituiscono, dunque, il primo nucleo di una strategia di attivazione del consumo culturale e teatrale giovanile e il primo passo nella direzione di un programma di *audience building* inteso come messa a punto di strumenti in grado di rendere il teatro e la sua produzione realmente partecipate dai giovani e dai loro linguaggi. La seconda fase di lavoro dell'Osservatorio di Milano, la cui ideazione inizierà a breve, riguarderà sia una parte di coloro che hanno affrontato il primo livello e che proseguiranno con il secondo livello di formazione, sia nuovi alunni che frequenteranno i laboratori del primo livello, eventualmente rivisti e corretti sulla base degli elementi raccolti nel corso di questi mesi iniziali.

Con il suo intervento l'Osservatorio TEMPO ha inteso promuovere politiche di *audience building* basate sull'inclusione del pubblico giovanile e dei suoi bisogni nella definizione delle proposte artistico-culturali del teatro. Attraverso il coinvolgimento delle istituzioni locali di governo, delle scuole e dei teatri, l'Osservatorio ha messo a punto una piattaforma in grado di sostenere in modo stabile e continuativo l'azione di formazione e sviluppo del pubblico giovanile iniziata quest'anno e, potenzialmente, di estenderla a tutta la popolazione scolastica della città di Milano e delle altre città della regione Lombardia. Lo scopo finale di questo lavoro sarà costruire un modello di sviluppo del pubblico applicabile a un contesto transnazionale europeo e in grado di donare nuovamente al teatro rilevanza e significato

per la vita dei giovani, restituendogli quella funzione sociale e civile su cui si fondano le politiche europee di sostegno alla cultura.