

Osservatorio TEMPO - Report e prospettive di attivazione in nuovi contesti culturali ed educativi

Dr. Tancredi Gusman
Marie Skłodowska-Curie Research Fellow, Institut für
Theaterwissenschaft, Freie Universität Berlin, Deutschland

Introduzione

La formazione del pubblico teatrale giovanile è uno dei pilastri del progetto di cooperazione europeo “*SENSES – The Sensory Theatre*”. A questo scopo è stato attivato, dal gennaio 2016 presso l’Università di Milano, un Osservatorio per l’analisi dei consumi teatrali e culturali giovanili, l’Osservatorio TEMPO (Theatrical Enjoyment Measurement and Production Observation-centre). Il progetto, che si propone di elaborare nuove strategie di formazione del pubblico teatrale tra i 15 e i 24 anni, dopo l’esperienza “pilota” di Milano, verrà ripreso nei prossimi mesi a Galati e ad Avignone. Il calo della partecipazione culturale giovanile e, in particolare, il disinteresse mostrato verso il teatro la danza e l’opera in tutta Europa – registrati dallo Youth Report 2015 dell’Unione Europea – rendono questo lavoro quanto mai urgente e necessario. Dopo aver illustrato, nel primo report di lavoro al colloquio internazionale “Le Théâtre et les cinq sens” (Parigi, giugno 2016), le politiche e gli obiettivi dell’Osservatorio, presenterò nel report di oggi la metodologia e i primi risultati dell’indagine, e getterò le basi per l’elaborazione di *guidelines* finalizzate all’applicazione di questa esperienza a nuovi contesti formativi internazionali. Prima di entrare nel vivo, ringrazio una collaboratrice del progetto TEMPO che oggi non è qui con noi, Anna Chiara Introini (specializzata in marketing teatrale), che ha messo la sua preziosa expertise a servizio del progetto, affiancandomi per ciò che concerne l’analisi dei risultati (in particolar modo dei risultati quantitativi) della nostra indagine.

Osservatorio TEMPO: metodologia e risultati

La letteratura secondaria concorda nel sottolineare come il consumo culturale sia soggetto ad una dinamica di *learning by consuming* che conduce alla formazione del gusto (*acquired taste*) ed alla crescita di importanza, per il consumatore, di considerazioni che riguardano la qualità del prodotto culturale più che criteri legati alla modalità della fruizione – come ad esempio il prezzo del biglietto⁸². Se è vero, infatti, che il *costo* dei biglietti rappresenta una variabile

⁸² Gran parte dei contributi esistenti (cfr. ad es. Abbé- Decarroux, 1994; Colbert, 2000) sono concordi nel sottolineare l’importanza del gusto come fattore determinante nella scelta di un prodotto culturale. Secondo Throsby (1994, 3), l’esperienza rende le persone sempre meno sensibili al prezzo: “Il consumo relativo delle arti crescerà col passare del tempo non a causa di un cambiamento dei gusti del pubblico, ma perché il prezzo ombra delle arti cala quando l’esperienza, la comprensione e altre qualità umane di capitale importanza, spesso associate all’arte, vengono coltivate”.

importante per il consumo culturale e teatrale giovanile, è altrettanto vero – come conferma la nostra indagine – che i ragazzi si dichiarano disposti a spese molto ingenti per intraprendere attività culturali che essi ritengono particolarmente rilevanti – in particolare i concerti dei loro gruppi musicali preferiti. **Il punto critico** di questo “processo di accumulazione” per un neofita sta dunque **nella sua attivazione**, ovvero nel **superamento delle barriere di accesso al consumo**, soprattutto in giovane età: chi non ha familiarità con il teatro non ha l'opportunità di comprenderne le caratteristiche, le modalità di fruizione e il beneficio che da esso può trarre. **Il problema cui si deve far fronte è quindi come agevolare questo "primo contatto"**. L'idea che ci ha guidato nella progettazione delle attività dell'Osservatorio è che un **processo di formazione dello spettatore teatrale** debba perciò essere veicolato da un **confronto continuativo** con lo spettacolo dal vivo, sostenuto da **attività di esercizio della riflessione e del giudizio**, volte alla **comprensione** dei linguaggi della scena e alla **costruzione** di una **ricezione consapevole**. Con la nostra **indagine quantitativa e qualitativa** ci siamo proposti di **verificare** questa **ipotesi di lavoro**. Allo stesso tempo abbiamo ritenuto necessario non proporre un percorso **monodirezionale**. Una strategia di formazione di un nuovo pubblico teatrale, come già ampiamente discusso a Parigi, non deve essere rivolta unicamente **all'apprendimento** da parte dei **giovani** di esperienze e conoscenze legate allo spettacolo dal vivo. Altrettanto importante è recepire, da questo nuovo pubblico, stimoli, spunti, riflessioni, da mettere a disposizione dei **teatri** e degli **operatori culturali**, per permettere loro di **elaborare** (insieme all'Osservatorio) una **proposta teatrale** adeguata a questo pubblico, ai suoi linguaggi e alle sue esigenze. Nell'Osservatorio TEMPO convergono dunque questi due aspetti: **formazione del pubblico e rinnovamento dell'offerta teatrale**.

In questo primo anno di attività abbiamo lavorato con **quattro scuole di diverso indirizzo**, tutte nella regione Lombardia (**3 scuole** della città di **Milano** e **1 scuola** di **Como**). Nella prima fase abbiamo svolto un'**indagine quantitativa** attraverso un **questionario** articolato in 36 domande a risposta chiusa e organizzate in quattro sezioni: *consumi teatrali, consumi nel tempo libero, rapporto con il digitale e profilazione del campione*. L'obiettivo di questa indagine quantitativa è stato fornire una **fotografia del campo** di indagine. Il campionamento è stato “di comodo”(convenience sampling)⁸³: l'obiettivo dell'indagine non è stato raggiungere risultati statisticamente significativi e generalizzabili, ma registrare la condizione di partenza del contesto su cui siamo intervenuti. Il campione è stato di **circa 2209 rispondenti**, di cui il 96% – **2125** studenti tra i **15 e i 19 anni**, provenienti, praticamente nella loro totalità, dai **quattro istituti superiori** con cui

⁸³ La formazione di un campione di comodo prescinde completamente dalla selezione di un sottoinsieme di unità da una lista posta in corrispondenza con la popolazione obiettivo. In genere sono gli intervistatori, se previsti dal piano di rilevazione, a decidere arbitrariamente chi avvicinare tra quanti condividono una medesima condizione, come ad esempio il trovarsi contemporaneamente in un dato luogo, come nel nostro caso. Non è possibile considerare i risultati una generalizzazione della popolazione, né specificare una misura di attendibilità → **LIMITE: risultati non statisticamente significativi = non generalizzabili**.

abbiamo collaborato. Tra coloro che hanno risposto al questionario possiamo notare una prevalenza femminile (59%), un sostanziale equilibrio tra istituti tecnici e licei (52% circa vs 48% circa) e una buona conoscenza delle lingue straniere: il 44,5% dei rispondenti 15-19 dichiara di comprendere oralmente almeno tre lingue (per lo più inglese, 94%, poi francese, 49,8%, spagnolo, 44% e tedesco, 28,5%). Oggetto del nostro interesse sono state in particolare le **variabili** che influenzano “**consumo**” e “**non consumo**” di teatro e le motivazioni che portano a **frequentare** le **sale teatrali** in maniera **saltuaria**. La fotografia della situazione è stata sostanzialmente in linea con le nostre aspettative: il 51,4% del campione ha dichiarato di amare il teatro poco (35,9%) o per nulla (15,5%). Tra i generi proposti come preferiti, la prosa è stata fanalino di coda insieme all’opera (10,7%); mentre prevalgono i generi di intrattenimento (musical, 56%; cabaret, 32,6%). Il campione selezionato non adduce motivazioni particolari per giustificare il proprio non consumo, se non una generica mancanza di interesse (47,3%), una proposta che non rientra tra i generi teatrali preferiti (42,2%), il fatto di non essere informati sugli spettacoli in cartellone (38,4%) e l’idea che il teatro sia noioso (36,7%). Tra gli aspetti che potrebbero influenzare positivamente la partecipazione a spettacoli teatrali notiamo in particolare: a) Il divertimento; per il 53,8% il fatto che gli spettacoli siano divertenti è il principale criterio di scelta e b) Il prezzo – il 39% dei rispondenti dichiara di considerare accettabile un prezzo compreso tra i 10 e i 20 euro a spettacolo (in linea con la media dei costi milanesi) e i prezzi ridotti per i giovani sono un elemento di preferenza nella scelta degli spettacoli (46,2%, secondo solo al fatto che gli spettacoli debbano anche essere divertenti), la gratuità potrebbe essere un incentivo al consumo per il 65% dei rispondenti. Questi dati riflettono sostanzialmente quando detto poco fa, non essendo il campione composto da un pubblico teatrale abituale, o “formato”, il prezzo così come il divertimento hanno un’incidenza molto importante nelle loro scelte culturali. Un aspetto interessante attestato dall’indagine, e che ci ha invece sorpreso, è che *bravura degli attori* e *genere teatrale* sono fattori motivanti del consumo anche per coloro che non sono fruitori abituali di spettacolo dal vivo. Questi due fattori, infatti, hanno la massima importanza, rispettivamente, per il 37,8% e il 30,7% di coloro che vanno a teatro fino a tre volte l’anno. Questo rappresenta un dato importante (e incoraggiante) che ci permette di notare una diffusa capacità, anche se del tutto germinale, di individuare elementi specifici del prodotto teatrale (il lavoro attoriale e il tipo di contenuti proposti) come significativi nel processo di scelta e giudizio.

Un elemento di **grande rilievo**, a cui vorrei dedicare una particolare attenzione, è il ruolo fondamentale della **scuola** nel processo di **conoscenza del teatro** da parte del **giovane pubblico**. **1) Il consumo teatrale**, infatti, è **legato quasi esclusivamente all’obbligo scolastico** (68,9%). Ciò fa sì che si vada a teatro poco: max. 3 volte negli ultimi 12 mesi per il 63% del campione o, addirittura, mai nel 26,5% dei casi. Un aspetto che non migliora nemmeno se consideriamo solo quel 48,6% di rispondenti che sostiene di amare il teatro molto o abbastanza: solo il 19,8% di questi (quindi meno del 10% del totale del campione) negli ultimi mesi è andato a teatro più di tre volte. **2) Oltre ad essere il veicolo della frequentazione**

del teatro, gli istituti scolastici sono il luogo principale di **formazione teatrale**: la maggior parte di coloro che hanno frequentato un corso di recitazione (71,8%), lo ha fatto presso la propria scuola. L'interesse di quest'ultimo dato per il nostro lavoro è legato in particolare all'**influenza positiva** che l'aver intrapreso esperienze teatrali esercita sul **consumo teatrale**: tra coloro che ne hanno frequentato corsi di questo genere (34,3% del campione), la percentuale di chi dice di non amare il teatro scende al 10%. **3) La scuola, inoltre, è anche il principale media di informazione sull'offerta teatrale (51,6%)**, addirittura più di quanto non sia il web (34,6%).

Questo quadro indica dunque nella **scuola** la **leva cruciale** per procedere a quel superamento delle barriere al consumo, ovvero a quel processo di "accumulazione" e apprendimento che abbiamo indicato come fondamentale per la formazione dello spettatore. Nella **progettazione di formati di collaborazione** con la **scuola**, tuttavia, bisogna fare attenzione a un dato particolare (emerso con forza nel contesto dell'indagine qualitativa che illustrerò tra poco). Il consumo teatrale veicolato dalla scuola è percepito dalla maggioranza dei ragazzi come "**obbligo scolastico**" e di conseguenza viene vissuto passivamente. Inoltre **raramente** la proposta teatrale è **inserita in un percorso continuativo e strutturato** pensato per avvicinare i ragazzi in modo graduale e che sia in grado di affiancarli in questo processo di apprendimento. Per queste ragioni l'Osservatorio TEMPO ha individuato nella scuola il primo e fondamentale partner per la formazione del pubblico giovanile ma, al contempo, nella fase di progettazione dell'attività con i ragazzi, ha messo in atto strategie esplicitamente rivolte a disinnescare i rischi e le criticità appena accennati.

La seconda fase del nostro lavoro (*indagine qualitativa*), muovendo dalle considerazioni fin qui esposte, è stata perciò rivolta a stimolare i consumi culturali (e in particolare teatrali) dei ragazzi e promuovere una riflessione consapevole intorno a queste esperienze. Lo strumento scelto a questo fine è stato un **laboratorio "critico"** che ha coinvolto circa **120 ragazzi dei quattro istituti scolastici** che hanno partecipato al progetto. I 120 alunni, divisi in 25 gruppi di 3-4 persone, hanno svolto tra marzo e giugno 2016, sotto la supervisione di tutor universitari, 64 ore di attività culturali. Ciascun gruppo è stato invitato a **progettare autonomamente** un percorso spettatoriale composto da almeno **quattro attività culturali e di svago a scelta** (una delle quali doveva essere obbligatoriamente uno **spettacolo di prosa**). In questo modo i giovani sono stati chiamati a confrontarsi con l'offerta culturale in **modo attivo** scegliendo liberamente le attività da svolgere: unica consegna da rispettare è stata quella di preparare, attraverso forme e contenuti anch'essi scelti autonomamente dai ragazzi, dei **report** che descrivessero il loro percorso, dalla scelta, alla fruizione fino al giudizio sulle loro esperienze culturali. Questi report sono stati elaborati nel corso di workshop sotto la supervisione di tutor universitari e sono stati presentati, dai diversi gruppi di ragazzi, nel contesto di **un convegno di due giorni** (28 e 29 giugno) a cui hanno partecipato i rappresentanti di 3 importanti **teatri della città di Milano** (Piccolo Teatro, Teatro i, Atir Teatro Ringhiera) insieme al partner teatrale del progetto, ScenAperta Altomilanese teatri.

I ragazzi, in prevalenza, hanno scelto di raccontare le proprie esperienze attraverso **video e fotografie** – spesso diffuse attraverso canali web e social media come Instagram. Una piccola parte ha scelto invece una modalità di restituzione **testuale**, in alcuni casi inserita addirittura una cornice finzionale e teatralizzata - una scelta operata tuttavia quasi esclusivamente operata dagli studenti dei licei.

Nel complesso abbiamo rilevato un carattere molto **elementare** dei **giudizi** (bello/brutto, piaciuto/non è piaciuto) e una **scarsa capacità** di restituire attraverso un **argomentazione** ragionata le proprie preferenze e i propri **gusti** (difficoltà a spiegare *perché* qualcosa è piaciuto o non è piaciuto). Tra i risultati positivi che abbiamo potuto immediatamente constatare c'è un generale apprezzamento degli spettacoli teatrali a cui i ragazzi hanno partecipato. I giudizi positivi rimandano spesso alla bravura degli attori e alla dimensione visuale dello spettacolo, mentre le osservazioni negative riguardano principalmente la lunghezza eccessiva, la difficoltà di comprensione, la noia. Nelle riflessioni e nei report dei ragazzi sono emersi **due elementi di particolare rilievo** riguardo al **significato** e al **ruolo** che viene assegnato alle **esperienze culturali**. In primo luogo, nonostante la varietà delle attività culturali scelte dai gruppi, abbiamo potuto isolare alcuni **nuclei** che determinano in modo ricorrente le scelte culturali e teatrali dei ragazzi: nelle esperienze culturali i ragazzi cercano temi di forte **impegno civile** e attualità (ad. es. spettacoli teatrali che parlano della lotta alla mafia), **intrattenimento** (musical, grandi eventi), **riconoscimento identitario** e **partecipazione** ad una **comunità** di riferimento (concerti rap, street art, partite di calcio). Nel contesto specifico degli spettacoli dal vivo un generale apprezzamento è stato espresso, poi, per gli **spettacoli musicali**, in particolare per i **concerti** di musica **pop, rock e rap** ma non solo: anche in relazione al **consumo teatrale** la **musica** è apparsa come un veicolo importante di interesse e **avvicinamento dei ragazzi al teatro**. Diversi gruppi hanno ad esempio scelto e apprezzato l'Opera da tre soldi di Brecht (Piccolo teatro di Milano, regia di Damiano Michieletto). Un'eccezione è rappresentata, tuttavia, dall'Opera e dai concerti di musica classica che non sono state inserite in quasi nessuno dei propri percorsi spettatoriali dei gruppi. L'apprezzamento degli spettacoli musicali dal vivo appare legato in particolare alla capacità di eventi come i concerti: **1)** di stabilire una **comunicazione immediata** e garantire un alto **impatto emozionale**; **2)** di favorire una **situazione sociale e comunitaria** **3)** di veicolare (ad esempio nel contesto di concerti rap) **processi di riconoscimento** e una riflessione su **temi** fortemente **identitari**.

L'impatto di questo **laboratorio "critico"** sulla partecipazione dei ragazzi alle attività culturale e sulla loro formazione di strumenti di comprensione e riflessione verrà verificata nel secondo anno dell'Osservatorio attraverso strumenti quantitativi e qualitativi. Questi ultimi sono in via di definizione insieme ai nostri partner teatrali e al comune di Milano. Al momento, stiamo lavorando in particolare su diverse ipotesi, ancora non definitive, di approfondimento del percorso di formazione spettatoriale iniziato con il laboratorio critico. In particolare: **1)** partecipazione di una parte dei 120 ragazzi a percorsi spettatoriali che riguardino esclusivamente il teatro, la danza e l'opera- da scegliere questa volta tra un numero limitato di "pacchetti" definiti insieme ai nostri teatri partner a

partire dai risultati del primo anno 2) partecipazione di una parte dei 120 ragazzi alle fasi di produzione di uno spettacolo teatrale con un ruolo di “reporter” interno. 3) Inoltre prevediamo la ripetizione del percorso del primo anno con l’allargamento a nuovi studenti e scuole e con l’introduzione di nuove strumenti di formazione teatrale. Alcuni elementi, in ogni caso, offrono già un’indicazione positiva sui risultati del nostro lavoro: tra il **10 % e il 15 %** dei ragazzi **ha espresso** in modo del tutto autonomo **la volontà di proseguire** in un percorso di formazione dedicato **esclusivamente al teatro**. Alcuni insegnanti, inoltre, ci hanno segnalato un rilevante impatto del lavoro in termini crescita e consapevolezza dei ragazzi che hanno partecipato.

L’attivazione dell’Osservatorio TEMPO in nuovi contesti formativi

Il **primo momento** fondamentale per l’attivazione dell’Osservatorio è la creazione di un rapporto con gli **istituti di istruzione superiore** del territorio di riferimento, **ritenuti gli intermediari fondamentali** per un progetto di formazione a lungo termine. Per costruire una rete capillare di interlocutori è fondamentale coinvolgere sin dalla fase progettuale quelle strutture di orientamento allo studio e alla professione che fungono da intermediari tra scuola superiore e università – nel nostro caso il COSP di Milano - Centro per l’Orientamento allo Studio e alle Professioni dell’Università di Milano. La stretta collaborazione con il COSP ci ha consentito di **individuare gli strumenti legislativi e normativi** più adatti al coinvolgimento del maggior numero possibile di scuole. L’obiettivo, infatti, deve essere quello di **integrare** le attività dell’Osservatorio TEMPO nell’attività scolastica dei ragazzi, in modo tale da garantire una progettazione continuativa e duratura. Lo strumento fondamentale di cui ci siamo serviti nel contesto italiano è stata l’**alternanza scuola-lavoro**, una modalità di collegamento della scuola con il lavoro prevista dalla legislazione italiana e che prevede che gli studenti affrontino **periodi di apprendimento in situazione lavorativa** presso enti pubblici, privati ed imprese di vario genere. Grazie a questo strumento siamo stati in grado di creare un osservatorio che risponda a un’**esigenza delle scuole**, trovandoci a lavora in questo senso in uno scenario estremamente positivo. Uno degli elementi cruciali nel lavoro preliminare trasferimento dell’Osservatorio TEMPO a Galati ed Avignone, sarà dunque una ricerca degli strumenti legislativi e organizzativi che permettono un impiego di ore continuativo e ampio e che sia, per quanto possibile, come nel caso dell’alternanza scuola-lavoro, armonizzabile con gli impegni scolastici.

Una strategia di formazione del pubblico teatrale giovanile, tuttavia, come già accennato, deve essere rivolta anche a mettere a disposizione dei **teatri** e degli **operatori culturali** strumenti e conoscenze che permettano loro di conoscere questo pubblico ed elaborare (insieme all’Osservatorio) una proposta teatrale e culturale adeguata. Il lavoro, inoltre, proponendosi come importanti ricadute sulla formazione sociale e culturale della nuova generazione, deve avere come interlocutore fondamentale le **istituzioni cittadine**, per puntare ad attività di formazione continua potenzialmente aperte a tutti gli istituti superiori e la popolazione scolastica di un determinato territorio. A partire da queste

considerazioni il **secondo momento fondamentale nella costruzione dell'Osservatorio** è stabilire un **tavolo di lavoro permanente** che coinvolga in una progettazione continuativa **i tre assi fondamentali** su cui si regge il modello di formazione inclusivo e partecipativo proposto: **istituzioni scolastiche, teatri ed istituzioni cittadine**.

L'esperienza di questo primo anno ci ha permesso di individuare punti forti del progetto e possibili criticità che possono intervenire nella sua attivazione in nuovi contesti formativi. In particolare, riguardo alla prossima apertura dell'Osservatorio a Galati ed Avignone, è possibile mettere in evidenza alcuni passaggi preliminari rivolti a minimizzare rischi e difficoltà, facendo tesoro dell'esperienza milanese. In primo luogo, come già sottolineato, è vitale **l'individuazione** di **strumenti** legislativi o di modalità collaborazione che permettano **l'integrazione** delle attività **TEMPO nell'attività didattica**. In secondo luogo può rivelarsi particolarmente importante **programmare** la **somministrazione** del **questionario** con alcuni mesi di anticipo rispetto all'inizio delle attività del laboratorio critico, per permettere di elaborare un percorso di attività e incontri adeguato al contesto come definito dai risultati del questionario. Per verificare comprensibilità, completezza ed adeguatezza del questionario è opportuno, inoltre, sottoporre preliminarmente il questionario ad un gruppo ristretto interno al campione (nel nostro caso circa 100 ragazzi delle scuole) per un *pre-test*, raccogliendo in questo modo, attraverso i risultati e le osservazione dei ragazzi, indicazioni importanti su eventuali modifiche da apportare. E' **opportuno** poi affidare la **somministrazione** del **questionario** alle stesse **scuole** che collaborano al progetto, per raggiungere tutta la loro popolazione scolastica. Nel nostro caso abbiamo formato preliminarmente a questo scopo i ragazzi che hanno partecipato al laboratorio critico. Essi hanno anche fornito **supporto** ai propri compagni nella compilazione del questionario (compilazione assistita). Nel caso in cui il gruppo che partecipa al laboratorio dovesse risultare (come nel caso milanese) molto povero di esperienze spettatoriali (teatro, opera e danza) e scarsamente capace di argomentare i propri giudizi, gusti e scelte, sarebbe opportuno, migliorando in questo aspetto l'esperienza milanese, fornire una **formazione preliminare** specificamente rivolta alla **preparazione dei report**. Attraverso un supporto nella fase iniziale (esercitazioni durante i workshop) i ragazzi possono apprendere alcuni strumenti critici da applicare alle attività culturali che andranno a svolgere. Un ultimo elemento infine, di grande importanza, sarà **programmare** (a partire dall'inverno 2016/2017) **incontri periodici tra i tre Osservatori (Milano, Avignone e Galati)**, per promuovere lo scambio di esperienze, far circolare i risultati raggiunti e programmare eventuali attività congiunte. La costruzione di una rete **transnazionale** di esperienze, può infatti stimolare processi di scambio e conoscenza tra i diversi contesti formativi e teatrali, che si rivela cruciale per la progettazione di un nuove strategie transnazionali di formazione del pubblico.