

"Il Pubblico del Teatro in Italia". Tensione tra sapere ed ignoranza

di Fabiana Sciarelli
settembre 2004

Premessa

"Arte o Economia?" Questo interrogativo, oramai da diversi anni, riempie le pagine della letteratura italiana e straniera riguardante la gestione dell'impresa artistico culturale.

L'atavica diffidenza degli artisti verso gli economisti, da questi ultimi ricambiata, non ha portato grandi risultati per il teatro.

Nel tempo, fortunatamente, in alcuni il pensiero si è evoluto, riuscendo a comprendere che non è necessario abbinare l'arte all'economia, né tantomeno subordinare la prima alla seconda, ma è sufficiente assecondare i principi economici che sono alla base dell'impresa culturale. Ciò a dire che partendo dal presupposto che il prodotto artistico è misterioso, unico, intoccabile e sacro, si può aiutare lo sviluppo della produzione artistica con dei semplici principi gestionali creati *ad hoc* per ogni impresa culturale.

Karl Popper diceva: "La conoscenza non comincia con percezioni, osservazioni o con una raccolta di dati, ma inizia con problemi. Ciò significa che essa comincia con la tensione fra sapere ed ignoranza".

Su questi due principi fondamentali, ossia sull'idea che lo spettacolo teatrale è un vincolo gestionale e non una leva, quindi uno strumento, del marketing mix, e sull'individuazione dell'approccio scientifico come ausilio per la risoluzione di problemi, si fonda la ricerca "Il pubblico del Teatro in Italia" realizzata dalla Fondazione Rosselli per il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali.

Consapevole che tutte le asserzioni che può fare un ricercatore devono essere supportate da dati, perché quelle non fondate sulle analisi scientifiche restano opinioni, più o meno corrette, ma sempre assolutamente soggettive, il *modus operandi* di questo lavoro è stato fondato sull'emersione naturale, ma scientifica, della verità.

Il pubblico del teatro alcuni risultati

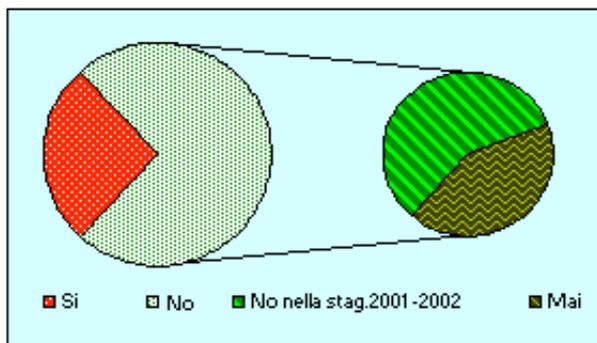
"Il Pubblico del Teatro in Italia", indagine statistica condotta su un campione significativo di 1100 individui, tende a mostrare non solo chi sono e come si sono comportati, si comportano e si comporteranno coloro che da anni investono il loro tempo nelle sale teatrali, ma altresì chi sono coloro che non assistono alle rappresentazioni teatrali e che potrebbero, con dovuti accorgimenti, menzionati nella parte conclusiva del lavoro, far parte del pubblico potenziale.

Questa ricerca si apre, nell'introduzione di chi scrive, con un brano di Gennaro Carillo, nel quale si pone in evidenza l'impossibilità o, per chi legge con acume, la difficoltà di comprendere i meccanismi che inducono l'individuo a divenire spettatore. Lo scopo della ricerca, infatti, non è riempire le sale, ma è semplicemente conoscere i molteplici profili dello spettatore e permettere agli operatori, pubblici e privati, di semplificarne l'accesso. Secondo questa ottica l'indagine sul pubblico conduce a importanti spunti di riflessione.

I risultati a cui la ricerca commissionata dal MIBAC ha condotto sono stati molteplici e tutti oggettivamente interessanti.

Innanzitutto si è giunti a comprendere la percentuale della popolazione (26,4%) che nella stagione 2000-2001 ha frequentato le sale teatrali italiane.

Fig.1 - Il consumo teatrale in Italia



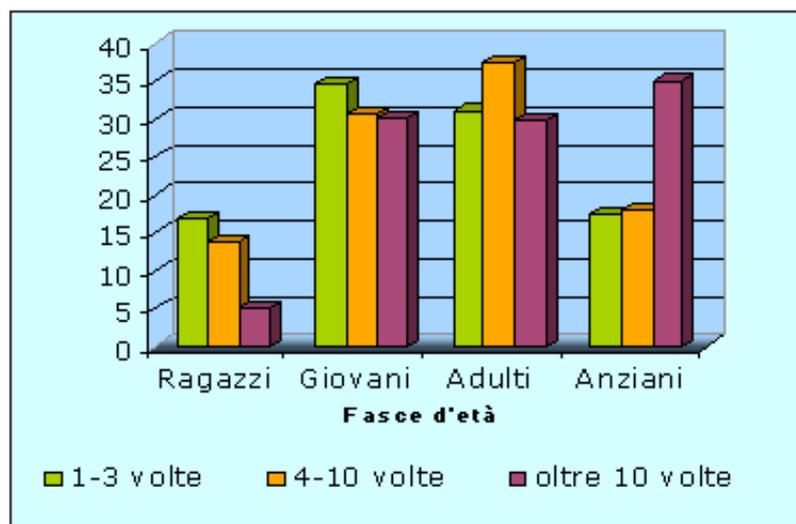
Fonte: Elaborazione Fondazione ROSSELLI

In valore assoluto, ossia non tenendo conto della numerosità della popolazione nazionale per età [1](#), i

maggiori fruitori degli spettacoli teatrali sono compresi tra i 26 ed i 60 anni.

I ragazzi, ossia gli individui compresi tra i 18 ed i 25 anni, rappresentano una percentuale modesta pari al 15% del pubblico complessivo nazionale, mentre gli anziani, ossia gli individui con oltre 60 anni, rappresentano il 19,2% del pubblico complessivo.

Fig.2 - La frequenza di consumo divisa per classi di età



Fonte: Elaborazione Fondazione ROSSELLI

Ma analizzando con attenzione i dati si rileva che: i ragazzi rappresentano la fascia d'età con la maggiore propensione al consumo, anche se prevalentemente saltuario; gli anziani hanno la minore propensione al consumo occasionale ma la maggiore al consumo assiduo, avendo comunque in percentuale la minore fruizione teatrale di classe d'età; il pubblico di oggi in valore assoluto resta un pubblico adulto-anziano abbastanza uguale a se stesso nel tempo, ma mostra un altissimo potenziale di ringiovanimento. Viene confermata la tendenza verso la proposta artistica che non affatica il pensiero. Difatti il genere preferito dagli italiani è la commedia leggera, che soddisfa il bisogno di svago del 41% della popolazione. Emerge che il 50% della popolazione italiana gradirebbe vedere gli spettacoli teatrali in spazi aperti, quali piazze, cortili e siti culturali. Inoltre lo spettatore teatrale medio risulta essere un buon consumatore di altre forme d'arte e d'intrattenimento, quali la musica ed il cinema.

1 In Italia la popolazione è composta di circa 5.648.000 individui compresi tra i 18 ed i 25 anni, 13.808.000 compresi tra i 26 ed i 40 anni, 14.998.000 compresi tra i 41 ed i 60 anni e 13.300 di oltre 60 anni (dati ISTAT 2001).

Diversi profili di utenza

Le indagini quantitative portano agevolmente alla definizione del pubblico medio del teatro, ma a nostro parere questo non è sufficiente per comprendere il teatro nel suo complesso. Non sembra scientificamente corretto assimilare un assiduo frequentatore di *musical* ad un estimatore del teatro di ricerca, ne' tantomeno sottovalutare quest'ultimo perché non numericamente rilevante.

A questo proposito, ossia per considerare tutte, o quasi, le facce del teatro è stata condotta un'attenta analisi fattoriale che ha portato all'individuazione di quattro differenti gruppi di individui che potrebbero rappresentare segmenti di pubblico potenziale se approcciati con dedicate politiche gestionali.

I PROFILI A CONFRONTO				
	"COSI' E' (SE VI PARE)"	"PENSACI GIACOMINO"	"VESTIRE GLI IGNUDI"	"UNO, NESSUNO, CENTOMILA"
SESSO	M (maggiore numerosità) F (maggiore frequenza d'acquisto)	M/F	M/F	M/F
ETA'	26-60	18-25	Oltre 61	26-oltre 60

	(maggiore frequenza)			
MODALITA' D'ACQUISTO	Saltuario (1-3 volte nell'ultima stagione teatrale)	Almeno una volta	Mai	Mai o in tempi remoti (lontani dall'ultima stagione teatrale)
ISTRUZIONE	Medio-alta (laurea e diploma)	Medio-alta (in particolar modo diploma)	Medio-bassa	Medio-bassa
OCCUPAZIONE	Occupati (maggiormente nel settore impiegatizio) Seguono i pensionati e gli studenti	Studenti Prima occupazione In cerca di occupazione	Inoccupati Casalinghe Ritirati dal lavoro	Occupati (operai, impiegati e artigiani)
MOTIVAZIONE D'ACQUISTO	Intrattenimento e svago	Svago Socialità	Motivi di non consumo: mancanza	Motivi di non consumo: mancanza di tempo, di

Il risultato di questa ricerca, concludendo, è dato dalla creazione di basi scientifiche in grado di supportare gli operatori a riportare in auge il teatro nelle vesti di teatro sociale, ampliando la fruizione teatrale a tutti quei segmenti segregati da tempo nell'oblio, ed a garantirne la sopravvivenza, perno del conflitto finanziario nazionale, non influenzandone, se non secondo uno schema di tutela artistica, la produzione. La ricerca "Il pubblico del teatro in Italia" è riuscita, attraverso percezioni, osservazioni e raccolta di dati, ad identificare i problemi avviando un percorso di conoscenza, con la consapevolezza che nel teatro resta alta la tensione tra sapere ed ignoranza.