


Formez 

**EUROPA
E MEZZOGIORNO**
CULTURA E SVILUPPO



55

| | | | |
|--------|-----|---|---|
| S.R.L. | PR. | M | + |
| C | E | | |

Lo spettacolo in Campania

di Fabiana Sciarelli*



127

La Campania ha sempre rappresentato nell'immaginario comune un enorme palcoscenico sul quale avviene di tutto, da grandi gesti d'amore ad omicidi efferati, dalla scrittura di indimenticabili musiche alla partecipazione ad interminabili balli.

La nostra Regione però non è fatta solo di criminalità e mandolino, ma anche di tante persone che lavorano e che coraggiosamente non si trasferiscono altrove, provando tutti i giorni a creare un futuro migliore.

Di tutto questo gli enti locali hanno preso coscienza, come hanno preso coscienza che per migliorare il livello sociale ed economico della popolazione si deve puntare sul turismo e sullo spettacolo, spesso interdipendenti. A dimostrazione di questo c'è il finanziamento per lo spettacolo stanziato dalla Regione Campania pari a 20 milioni di euro, ad esclusione dei finanziamenti diretti dati al Teatro Stabile ed al Teatro Lirico. L'aumento del finanziamento regionale effettuato nel 2006, in controtendenza rispetto alla situazione italiana delle Regioni e del Governo, è un chiaro segnale dell'interesse crescente della Regione nei confronti delle attività culturali, confermato ulteriormente dalla delega allo spettacolo tenuta direttamente dal Presidente Bassolino.

Tutti gli enti locali e la popolazione artistica che da sempre ferve nelle nostre città stanno creando un sistema culturale che potrà diventare nel futuro realmente la base dalla quale fare ripartire la nostra Regione.

Il presente lavoro ha l'obiettivo di riprodurre una fotografia il più possibile veritiera della situazione del settore delle attività culturali in Campania. Fotografia non semplice, trattata attraverso filtri e interpretazioni qualitative a causa della scarsità di informazioni statistiche territoriali riguardanti il settore.

Un problema che emerge immediatamente riguarda la quasi totale inesistenza e/o irreperibilità di dati statistici attinenti allo spettacolo. Innanzitutto se si consulta l'Annuario Statistico Campano, presente sul sito della Regione, si nota la quasi "obsolescenza" dei dati disponibili, ormai risalenti al 2002. Inoltre è evidente la sottovalutazione del settore rispetto ad altri maggiormente consolidati, come quelli industriali, commerciali o di interesse pubblico che presentano statistiche più accurate ed aggiornate.

* Docente di Discipline dello Spettacolo presso il corso di Scienze del Turismo ad Indirizzo Manageriale dell'Università Federico II di Napoli, nonché di Economia e Gestione delle Attività Culturali ed Ambientali presso il corso di Scienze del Turismo ad Indirizzo Manageriale dell'Università degli Studi di Perugia. Svolge attività di formazione, ricerca e consulenza nel campo del management dello spettacolo per enti pubblici e privati.



La principale mancanza che si rileva riguarda le informazioni circa l'offerta di spettacolo. Non si trovano, infatti, dati sulle sale teatrali o cinematografiche esistenti in Campania né aggregati né scissi in sale attive ed inattive. È facile osservare aprendo un giornale quali sono le sale attive, è impossibile capire quali sono quelle inattive e quindi il potenziale della Regione.

Dai dati reperiti si può rilevare che nella città di Napoli è presente una tendenza molto positiva per il teatro e meno per il cinema. Assistiamo, infatti, ad un aumento delle sale teatrali in parte a discapito di quelle cinematografiche. Tre sono i casi di cinema (Acacia, Amedeo e Delle Palme) che negli ultimi due anni si sono trasformati, o meglio ritrasformati, in teatri. In tutti e tre i casi¹ le metamorfosi sono state iniziative di imprenditori privati.

Stiamo assistendo, inoltre, all'avvio di un nuovo teatro pubblico, Teatro Trianon Viviani, di proprietà della Regione Campania e della Provincia di Napoli, inaugurato nell'ottobre 2006 come teatro del popolo, nonché alla nascita del Teatro Bolivar, la cui direzione artistica, prevista di Bob Wilson poi sostituito da Mario da Vinci, lo renderà il teatro della sceneggiata napoletana.

Negli ultimi anni, poi, abbiamo osservato la nascita e lo sviluppo del Teatro Stabile di Napoli, attraverso la rinascita del Teatro Mercadante.

Una tendenza inversa, come accennato, seguono le singole sale cinematografiche. Queste, infatti, oltre a chiudere per trasformarsi in teatri, chiudono spesso per trasformarsi in supermercati o locali commerciali in genere. Probabilmente la chiusura delle piccole sale è dettata dall'apertura delle multisala a Napoli e in provincia. È possibile affermare, quindi, sulla base di una semplice indagine qualitativa, che le sale cinematografiche non si sono ridotte, ma che si è modificata la loro composizione.

In Campania, inoltre, si assiste ad un fiorire di associazioni e stagioni musicali, ad un aumento ed un consolidamento di festival: non si possono dimenticare il Giffoni Film Festival, il Benevento Città Spettacolo, il festival di Ravello, nonché tutte le attività estive presenti sul territorio.

Insomma girando la Regione si comprende con facilità l'attenzione e la passione che i soggetti privati dedicano allo spettacolo come imprenditori e come spettatori ed il supporto che gli enti locali danno al settore, anche se né l'uno né l'altro sono sufficienti.

Sulla danza e sul balletto non esistono dati significativi.

Qualche dato esiste, invece, sulla domanda del teatro e del cinema.

Innanzitutto si osserva dai dati dell'Annuario Statistico regionale che il pubblico campano (con il suo 35%) ha una spesa per il teatro, in percentuale su tutta la spesa dedicata all'intrattenimento, superiore a quella italiana (32,5%) ed ancora di più a quella del mezzogiorno (34,9%). Lo stesso si verifica anche per il cinema, presentando una spesa pari a circa il 50% contro il 44,6% del pubblico italiano ed al 46% di quello meridionale.

Il numero di rappresentazioni teatrali in Campania è aumentato nel 2002 del 20,8% rispetto all'anno 2000, passando da 8.144 recite a 9.839. Questo aumento inco-

¹ Questi tre casi rappresentano nel panorama napoletano circa il 20% delle sale teatrali e quindi in percentuale un dato significativo.

raggiante ed interessante per la nostra Regione però risulta inferiore alla totalità nazionale che mostra un aumento di rappresentazioni per lo stesso periodo pari al 35,7%.

Analizzando con attenzione i pochi dati a nostra disposizione si vede che nella città di Napoli la spesa media della popolazione dedicata al teatro è superiore a quella del cinema¹.

Sul cinema troviamo qualche dato in più, sempre, però, relativo al 2002.

Si rileva che in Campania si vendono al massimo 1,9² biglietti per abitante, contro i 2 di media nazionale e 1,2 del meridione; nella città di Napoli ogni abitante ha acquistato nel 2002 in media solo 1,3 biglietti per il cinema³.

Anche la spesa per abitante rispetta le proporzioni su indicate. Infatti in Campania si raggiunge un massimo di 8,8 euro a Caserta, contro una spesa media per italiano pari a 11 euro ed a 6,30 euro per abitante del Mezzogiorno. Dai dati emerge, però, la probabilità di un prezzo medio maggiore in Italia rispetto alla Regione campana.

Teatro e Musica

Il teatro in Campania tende a divenire, o meglio a ritornare ad essere, un settore distintivo della Regione. La popolazione partecipa alle manifestazioni teatrali, le istituzioni private e pubbliche investono soldi nel settore sia in quanto eventi speciali che come stagioni permanenti.

Gli enti locali, per quanto si può dedurre osservando le politiche gestionali dei tre teatri pubblici ad oggi presenti sul territorio napoletano, intendono utilizzare il teatro come punto creatore e catalizzatore di cultura, ma anche come importante elemento di diffusione dell'arte e dell'istruzione che da esso deriva.

Il Teatro Mercadante, teatro stabile di Napoli, presenta stagioni di grande interesse a livello nazionale ed internazionale, produce opere che poi girano nei principali teatri italiani, fa seminari ed incontri per professionisti e non, ha, insomma, la chiara missione di essere il primo polo cittadino di cultura teatrale.

Il Teatro di San Carlo, Teatro lirico napoletano, sta attuando una politica di marketing specifica per un nuovo e fondamentale target di mercato costituito dai giovani⁴. Ha, ad esempio, definito prezzi *ad hoc*, serate dedicate alle scuole ed alle università, una campagna di comunicazione rivolta ai ragazzi, ecc.

Sul Teatro lirico però c'è molto da fare, soprattutto per il recupero della scuola di balletto e dello storico corpo di ballo. Oramai il Teatro di San Carlo produce un balletto all'anno che mette in scena solo all'interno del teatro stesso.

In ogni caso lo sforzo che sta compiendo il Teatro d'opera è volto alla produzio-

¹ Questo dato è certamente influenzato dal differente prezzo dei biglietti dei due prodotti.

² Dato più alto riscontrato nella provincia di Caserta.

³ Questo dato, a nostro parere, è influenzato dalla assoluta assenza dalle sale di una gran parte della popolazione o dalla frequentazione assidua di una piccola parte, che si appiattiscono in una media aritmetica.

⁴ Mercato egregiamente conquistato dal Teatro Mercadante.



ne e diffusione del melodramma come storica forma d'arte italiana, nonché mezzo di educazione della popolazione.

L'ultimo nato come teatro interamente pubblico ha, invece, finalità differenti. Il Teatro Trianòn Viviani che si trova nel difficile quartiere di Forcella, infatti, vuole essere un teatro volto alla valorizzazione della canzone napoletana antica e moderna, aperto a quella parte di popolazione che solitamente non frequenta le platee. Si chiama il teatro del popolo proprio perché vuole catalizzare attraverso la stagione presentata ed i numerosi laboratori gratuiti le energie presenti nel quartiere trasformandole in cultura e vivere civile. La direzione del teatro è stata affidata a Nino D'Angelo, il quale ha deciso di iniziare con una stagione culturalmente accessibile a tutti e con dei prezzi irrisori in modo da coinvolgere il maggior numero di persone. Il Trianòn Viviani intende, quindi, ritornare alle origini, diventando, attraverso il divertimento, una scuola per il popolo.

Le iniziative private, invece, sono state rivolte, ovviamente, al teatro più commerciale.

Concludendo, si può affermare che il teatro in Campania rappresenta soprattutto uno strumento di sviluppo sociale, come era il Teatro Greco nel V secolo a.C., anche se sempre più spesso viene utilizzato per iniziative di marketing territoriale – la Notte Bianca, vari festival dislocati sul territorio – come il Teatro del Principe nel Rinascimento.

Danza

Per quanto riguarda la danza la Campania è un po' indietro. Oltre al corpo di ballo storico del Teatro di San Carlo, che, come detto, versa in non poche difficoltà, non ci sono produzioni di grande rilievo.

Molto fervido, invece, è il tessuto della didattica che presenta solo nella provincia di Napoli circa 150 scuole di danza.

Ad oggi gli enti locali non hanno mostrato un grande interesse verso questo settore. Tutto ciò che viene fatto nella Regione è promosso e portato avanti da professionisti privati che dedicano il loro tempo ed il loro denaro alla crescita della danza in Campania.

Cinema

Il cinema, a differenza degli scopi sociali che troviamo nelle scelte riguardanti i teatri campani, è maggiormente orientato ad uno sviluppo turistico ed economico.

La Film Commission Regione Campania, costituita nel 2005 dall'Assessorato regionale al Turismo e Beni culturali, ha come primario obiettivo, infatti, la promozione dell'immagine turistica della Regione attraverso la fruizione e l'utilizzo delle risorse geografiche, ambientali, architettoniche e culturali da parte degli imprenditori cinematografici e televisivi. Per raggiungere questo obiettivo, direttamente

economico⁶ ed indirettamente turistico⁷, la FCRC gestisce una banca dati immagini ed informazioni sulle location utilizzate e non del territorio regionale, mantiene i contatti con le risorse specializzate disponibili *in loco*, nonché gestisce i rapporti con le *troupe* facilitando le relazioni con la Pubblica Amministrazione per l'ottenimento di permessi ed autorizzazioni a girare.

Nell'anno 2005 la Film Commission ha fornito consulenze a più di cinquanta produzioni italiane e straniere, reperito fondi per 900.000 euro in favore delle società di produzione, individuato centinaia di location, elaborato una banca dati di più di trecento tra professionisti e tecnici residenti sul territorio, nonché finanziato tre opere documentarie su differenti aspetti della Campania.

L'idea di creare un ente preposto ad attrarre produzioni cinematografiche sul territorio ha dato il via all'esplorazione di nuove strade per mostrare e raccontare con un linguaggio contemporaneo e facilmente accessibile le bellezze⁸ e le contraddizioni della nostra Regione.

Nel 2006 la Film Commission è divenuta società *in house providing* della Regione Campania. Quest'ultima nel giugno 2006 ha stanziato due milioni di euro per le coproduzioni. Tra il 2005 ed il 2006 l'impatto economico complessivo⁹ sul territorio delle attività legate alla produzione audiovisiva (film, fiction, documentari) è stato di oltre 17 milioni¹⁰ di euro di cui più di 3 milioni per personale locale.

È stato firmato l'accordo di programma attraverso il quale il Governo attribuisce alla Regione Campania i fondi Cipe. Undici milioni e 400mila euro per la realizzazione dei Campania Film Studios nella periferia di Napoli, sono un forte segno sulla direzione che si sta prendendo.



⁶ In quanto si occupa anche di promuovere le risorse umane tecniche, professionali ed artistiche presenti sul territorio.
⁷ Attraverso l'utilizzo di un nuovo strumento di marketing territoriale denominato cine-turismo.
⁸ Sia le icone della storia regionale che luoghi sconosciuti e spesso inesplorati anche dagli stessi abitanti.
⁹ Ossia l'impatto economico diretto (ad esempio, stipendi), indiretto (beni e servizi acquistati) e indotto (pernottamenti, ristorazione, ecc.).