



Arti Performative

Un caleidoscopio unico
di esperienze

Nel 2015 le Arti Performative hanno superato i 4,7 miliardi di euro e i 170 mila occupati, segnando per entrambi una crescita di almeno il 5% rispetto al 2014, in netta controtendenza rispetto al triennio 2012-14. Il settore non è stato soltanto in grado di invertire decisamente la rotta, ma anche di superare in termini assoluti il valore economico registrato nel 2012.

Parte importante di questo recupero è dovuta all'aumento della contribuzione pubblica e privata, cresciuta di circa 100 milioni fra il 2014 e il 2015, che ancora rappresenta quasi il 40% del valore totale. Vistoso è anche l'aumento dei ricavi da concerti, passati da meno di 300 milioni di euro nel 2012 a oltre 420 nel 2015 (+45% nel quadriennio). Le altre voci di ricavo si mantengono sostanzialmente stabili, ad eccezione di una modesta contrazione di sale da ballo e discoteche sul medio termine (ma in ripresa rispetto al 2014); queste ultime continuano a rappresentare il 35% circa del

totale del settore.

Si tratta di un settore variegato, intorno al quale ruotano numerose tipologie di esecuzioni dal vivo, quali le rappresentazioni teatrali, gli spettacoli lirici, la rivista e le commedie musicali, il balletto, gli spettacoli con burattini e marionette, i circhi, gli spettacoli viaggianti e gli spettacoli di arte varia. Tra questi il teatro la fa da padrone con quasi la metà dei ricavi, seguito dalla lirica con circa un quarto.

Dal punto di vista dell'impiego, gli occupati arrivano a 172 mila unità. Al di là della crescita relativa

all'anno passato, il settore sconta ancora la pesante contrazione del recente periodo, che fa segnare un -4,6% nel quadriennio 2012-15. Nello stesso periodo, i cali più importanti vanno ascritti alle professioni "nucleo" del comparto: autori e artisti diminuiscono del 14%, professionisti di supporto (es. scenografi, truccatori) del 12%. Positiva invece la variazione degli occupati nell'insegnamento, sebbene a fronte di un lieve calo dei rispettivi ricavi (-2% per scuole di teatro, conservatori ecc.).

Valori economici

Valore economico 2015

4,7 Mld €



Variazione 2012-2015

+0,2%



Variazione 2014-2015

+5,4%



Variazione diretta 2014-2015

+5,4%



Valori del settore per categoria - Valore economico (Mln€)

	2012	2013	2014	2015	Δ % 2012 - 15
Ricavi da teatro	214	208	206	214	0,0%
Ricavi da spettacoli lirici	103	105	105	106	2,2%
Ricavi da altri spettacoli (circhi, burattini, ecc.)	129	119	128	128	-0,2%
Ricavi da sale da ballo, discoteche, ecc.	1.759	1.644	1.595	1.653	-6,0%
Ricavi da concerti	292	360	346	424	45,0%
Altri ricavi (scuole di teatro, conservatori, ecc.)	378	370	374	371	-2,0%
Contributi pubblici e privati	1.816	1.730	1.709	1.807	-0,5%
Totale diretti	4.692	4.536	4.463	4.703	0,2%
Totale	4.692	4.536	4.463	4.703	0,2%

Occupati

Occupati 2015

172.400



Variazione 2012-2015

-4,6%



Variazione 2014-2015

+5,0%



Variazione diretta 2014-2015

+5,0%



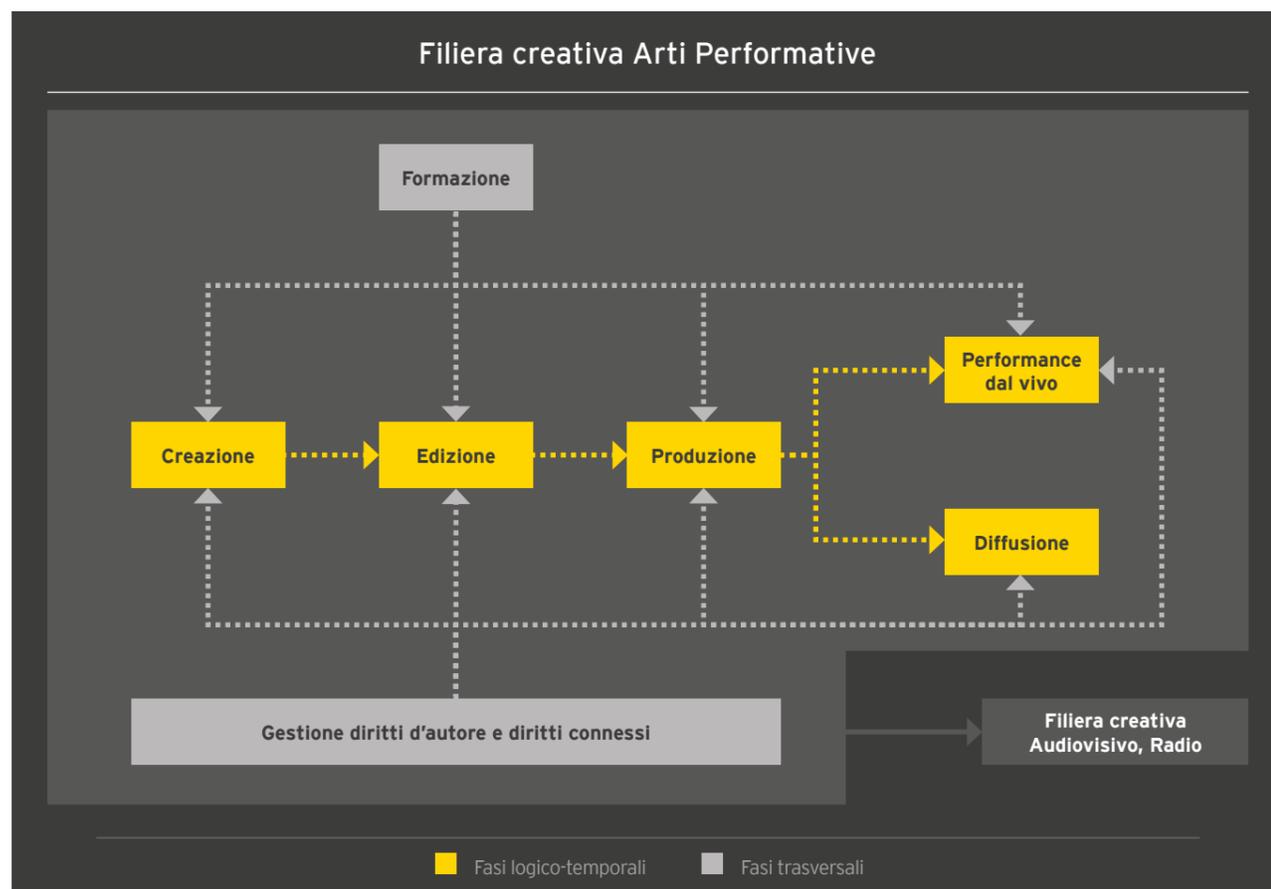
Occupati di settore per categoria - (migliaia)

	2012	2013	2014	2015	Δ % 2012 - 15
Occupati in rappresentazioni artistiche (es:autori e performers)	27,3	24,7	23,5	23,5	-14,0%
Occupati in attività di supporto (es: scenografi, truccatori)	6,0	5,4	5,3	5,3	-11,5%
Occupati in attività di gestione delle strutture artistiche	3,7	3,6	3,7	3,7	-2,3%
Occupati nell'insegnamento delle arti performative	8,5	8,9	9,0	9,1	7,0%
Occupati in attività concertistica	117,3	110,5	107,6	115,8	-1,3%
Occupati in discoteche, sale da ballo, ecc.	17,8	17,1	15,0	15,1	-15,6%
Totale diretti	180,6	170,3	164,1	172,4	-4,6%
Totale	180,6	170,3	164,1	172,4	-4,6%

Una vista olistica della filiera creativa delle Arti Performative.

Il settore delle Arti Performative è caratterizzato da una pluralità di artisti ed attività con caratteristiche spesso molto differenti tra loro, dalla cui azione sinergica ha origine l'arte performativa.

Volendo rappresentare con un alto livello di astrazione le principali fasi che, secondo una logica temporale, si susseguono nella filiera delle Arti Performative si propone la seguente figura.



Data la grande varietà di forme espressive, occorre precisare che sono rappresentate le fasi principali: a seconda della tipologia di attività considerata, alcune potrebbero non essere presenti o essere rappresentate in maniera lievemente diversa. A titolo esemplificativo, potremmo rappresentare la fase di edizione per le attività teatrali, di prosa o di lirica, ma non per le attività circensi.

A monte della filiera troviamo **la creazione**, si tratta della fase di "ideazione" vera e propria dell'opera all'interno della quale può nascere per esempio un copione, una coreografia, una composizione musicale, a seconda della tipologia di opera performativa che si intende realizzare.

Numerose opere poi prima di arrivare alla produzione attraversano la fase di **edizione**; è il caso, per esempio, dei copioni teatrali o dei libretti dell'opera lirica.

All'interno della fase di **produzione** ha luogo la definizione del budget e la messa a disposizione di tutti i mezzi fisici necessari alla realizzazione dell'opera; inoltre si stabilisce la strategia promozionale per comunicare la disponibilità di un nuovo spettacolo. Molte altre sono le attività da adempiere all'interno di

questa fase; se ne ricordano alcune quali la scelta del cast, la predisposizione di scenografie, la scelta dei costumi, la gestione di tutti gli aspetti tecnici necessari alla realizzazione dell'opera, le attività di supporto e direttive.

La fase di **performance dal vivo** rappresenta il momento di realizzazione dell'opera, la stessa prevede una fase preliminare, gestita generalmente dal direttore artistico teatrale e dal suo staff, e la fase di performance vera e propria. Le precedenti figure si occupano della selezione degli spettacoli per il teatro e della programmazione della stagione teatrale, a loro spetta infatti la definizione di date e orari delle rappresentazioni e quindi del calendario che deve essere stabilito con un certo anticipo (di solito la programmazione degli spettacoli è almeno semestrale) per permettere gli acquisti degli abbonamenti da parte del pubblico. I risultati in termini di abbonati danno valore al ruolo del direttore artistico, infatti non sono altro che la conseguenza delle scelte artistiche dello stesso e della sua capacità di offrire un pacchetto interessante e accattivante al pubblico che decide di acquistarlo anche con largo anticipo. Al direttore artistico spetta anche la definizione dei prezzi di biglietti e abbonamenti e la creazione del budget della stagione teatrale che, al giorno d'oggi, soprattutto per i teatri medio-piccoli è il risultato di un'alchimia di scelte tra spettacoli di "grandi nomi" (generalmente molto dispendiosi) ed di esordienti di talento spesso con richieste di ingaggio ben più contenute.

La fase di performance vera e propria prevede invece tutte le attività relative alla rappresentazione dell'opera stessa: la messa in scena di uno spettacolo teatrale, l'esecuzione di un concerto, di un balletto o di uno spettacolo circense.

Funzionali alla buona riuscita della performance, sono poi tutte le attività inerenti la gestione tecnica dello spettacolo, oltre che le attività legate alla struttura teatrale dove avviene la messa in scena dell'opera.

Per quanto riguarda le prime, si fa riferimento ad attività quali la progettazione delle luci, e quindi la scelta di quali e quanti strumenti illuminotecnici utilizzare in funzione delle caratteristiche dello spettacolo, o ad attività relative all'applicazione delle tecnologie audio utilizzate durante la rappresentazione. Alla stessa categoria appartengono anche le attività di montaggio e smontaggio dell'apparato scenografico.

Per quanto riguarda le attività tecniche di gestione della struttura teatrale si intendono invece gli interventi di manutenzione ordinaria necessari per il mantenimento dello stabile, la manutenzione e pulizia del complesso dopo lo svolgimento di ogni spettacolo, l'apertura, chiusura e sorveglianza della struttura, oltre che la gestione del servizio di biglietteria e di sala. Quest'ultima tipologia di attività riguarda nello specifico il controllo sulle operazioni di montaggio, smontaggio ed effettuazione dello spettacolo affinché le stesse si svolgano correttamente e senza danni per l'edificio.

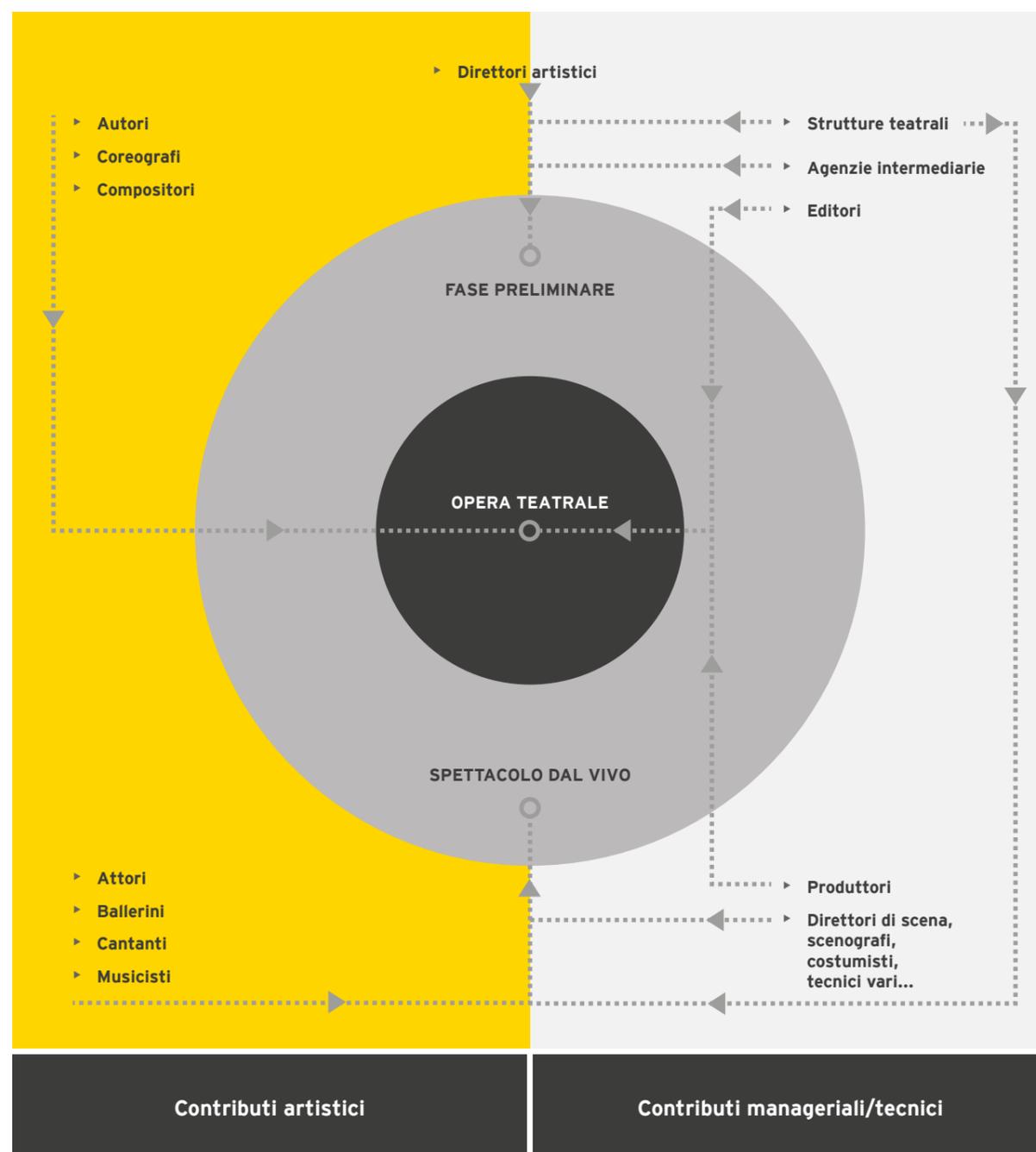
La fase di **diffusione** riguarda la trasmissione live o in differita attraverso diversi canali (es. TV, web, radio) di uno spettacolo che può svolgersi indifferentemente in un luogo chiuso come il teatro o all'aperto. Da un po' di anni ha successo, per esempio, la diffusione in diretta della Prima della Scala di Milano in vari cinema. Questa come altre iniziative (es. la trasmissione "Prima della Prima" della RAI) rappresentano un importante canale di promozione delle arti performative, perché portano la conoscenza della lirica e del balletto sui media e contribuiscono ad avvicinare ai teatri fasce di pubblico nuove.

Il settore delle Arti Performative prevede una fase **formativa**, trasversale alle altre fasi, e alla quale è affidata la formazione dei soggetti presenti nella filiera. I percorsi formativi nell'ambito del teatro, del circo, della danza, della musica presentano, da un lato, insegnamenti quali corsi di recitazione, di canto, di scrittura, di ballo, di regia che vedono coinvolte le figure più creative e protagoniste della performance, dall'altro insegnamenti diretti al personale più tecnico ma comunque indispensabile per la messa in atto dell'opera; si tratta in questo caso di corsi di sartoria teatrale, di trucco ma anche di insegnamenti di materie economiche per la preparazione di quelle figure che si occupano della parte gestionale o promozionale dell'opera.

Infine, all'interno della filiera delle Arti Performative, ricoprono una certa importanza tutte le attività relative alla raccolta e gestione dei diritti d'autore e dei diritti connessi; a seguito della realizzazione e trasmissione dello spettacolo si ha infatti l'utilizzo e la pubblica diffusione di opere creative che necessitano di essere tutelate. Autori, editori, attori e interpreti per la tutela dei propri diritti generalmente affidano un mandato di rappresentanza ad apposite società.

Attori e interazioni nella filiera creativa delle Arti Performative.

I soggetti che operano nelle varie fasi della filiera delle Arti Performative sono numerosi e con professionalità molto differenti, coinvolgendo profili artistici, tecnici e manageriali.



Nella fase di creazione, le figure principali sono diverse anche in relazione alla tipologia di opera esaminata: possiamo trovare **l'autore**, impegnato nella creazione del testo/copione che dovrà essere rappresentato, il **coreografo**, che concepisce la coreografia o ancora il **compositore**, che si occupa della scrittura e composizione di brani musicali.

Come detto in precedenza alcune tipologie di contenuti (es. di prosa, teatrali) sono sottoposte all'attenzione dell'**editore** che ne cura la definizione e i dettagli.

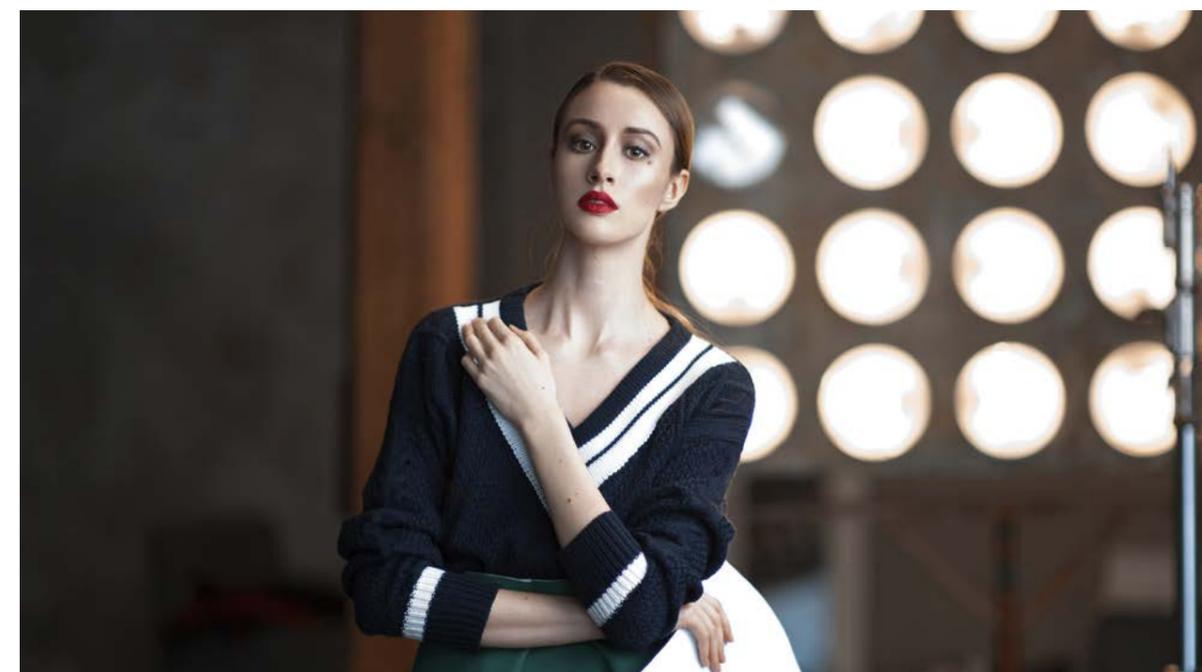
Una delle figure principali della fase di produzione, e più in generale dell'intera filiera di settore, è sicuramente quella del **produttore**, allo stesso infatti sono affidati una molteplicità di compiti e di attività. Generalmente si occupa degli aspetti finanziari a supporto della realizzazione dell'opera creativa tra cui la definizione del budget, e della definizione della strategia di marketing selezionando coloro che prima dell'inizio dell'evento cureranno la promozione dello stesso. Sempre in questa fase un ruolo di rilievo è ricoperto da altre figure tra cui troviamo i **direttori di scena** e gli **scenografi**, dedicati agli allestimenti delle rappresentazioni e i **costumisti**, ideatori e creatori degli abiti di scena.

Per quanto riguarda la fase di performance un ruolo chiave è ricoperto sicuramente dalle **strutture teatrali** nelle quali ha luogo la maggioranza delle rappresentazioni dal vivo. I teatri infatti sono

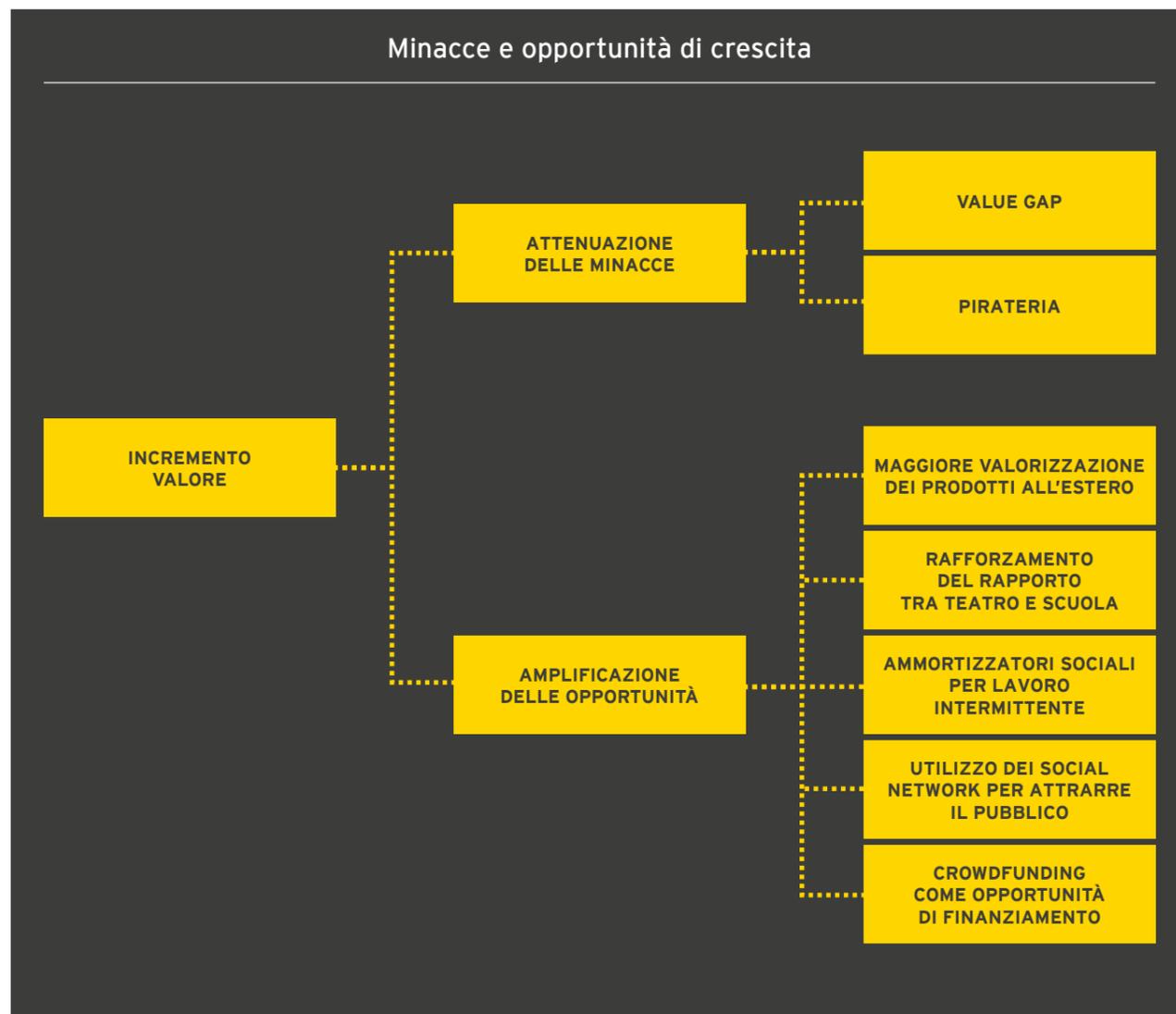
un mezzo di supporto importantissimo per gli spettacoli, in quanto gli stessi vivono di repliche ed è proprio la distribuzione dei teatri sul territorio che permette la creazione di una rete in grado di consentire allo spettacolo di muoversi da un posto a un altro e di generare le repliche di cui ha bisogno per sopravvivere. Da mettere in evidenza è quindi anche il ruolo dei teatri più piccoli di provincia i quali risultano al pari di quelli di dimensioni maggiori (concentrati nelle città) importantissimi per il sostegno della forma teatrale, è infatti il "gioco di squadra" tra grande e piccolo teatro a permettere la creazione di quella rete di cui gli spettacoli non possono fare a meno.

Anche le **agenzie intermedie** sono soggetti rilevanti del settore, queste si occupano del rapporto tra compagnie e direttori artistici, favorendo dunque l'incontro tra domanda e offerta di teatro. Le loro competenze spesso si rivelano molto utili perché non tutte le rappresentazioni possono svolgersi in tutti i teatri (es. la dimensione di un palco può essere incompatibile con una scenografia), talvolta è necessario quindi che qualcuno guidi e orienti le scelte delle compagnie/direttori artistici.

Infine **attori, ballerini, cantanti, musicisti** (spesso organizzati in gruppi come compagnie ed orchestre) sono le altre figure chiave della fase di performance, sono soggetti essenziali attorno ai quali si costruisce l'intera rappresentazione.



Verso una maggiore valorizzazione.



Le arti performative rappresentano un importante patrimonio creativo e culturale che vale la pena valorizzare al meglio: numerose sono le opportunità che il comparto può ancora sfruttare per crescere. Questo settore è minacciato dalla pirateria e dal fenomeno del value gap. In particolare, le fasi maggiormente esposte a tali minacce sono a valle della filiera creativa delle Arti Performative: una performance dal vivo piuttosto che uno spettacolo trasmesso possono essere ripresi e caricati sul web, generando le premesse per un riconoscimento economico in parte o del tutto iniquo alla filiera creativa.

Per aumentare il valore del settore, da un lato occorre porre un freno alle minacce sopra citate, dall'altro vale la pena individuare delle leve capaci di ampliare il mercato della cultura e della creatività. Garantire una maggiore visibilità dei prodotti e degli artisti italiani all'estero, avvicinare maggiormente il pubblico attraverso l'educazione all'arte e alla cultura a partire dalla scuola o attraverso i nuovi canali promozionali (es. social network), impiegare fonti di finanziamento alternative per le produzioni (es. crowdfunding), sono solo alcuni esempi delle numerose azioni che possono essere intraprese a vantaggio del comparto.

Un percorso internazionale.

Un primo punto di svolta potrebbe essere rappresentato da una maggiore valorizzazione dei nostri prodotti all'estero. Gli attori chiave in questo senso potrebbero essere gli Istituti Culturali, gli stessi infatti oltre a far conoscere il patrimonio storico-culturale del nostro Paese potrebbero offrire un vero servizio "promozionale" ai nostri artisti, teatri, festival, e metterli in contatto anche con i referenti esteri del settore.

Se si decide di intraprendere questo percorso dunque è necessario favorire la mobilità di opere e artisti italiani nel contesto nazionale e soprattutto internazionale, sostenendo e promuovendo iniziative e progetti tesi a far crescere e consolidare la collaborazione tra artisti sia italiani che stranieri.

La partecipazione alla coproduzione di eventi stranieri di una certa rilevanza potrebbe per esempio rappresentare un'occasione per garantire, anche attraverso interventi di marketing e comunicazione mirati, visibilità all'estero a prodotti e artisti italiani.

L'esportazione risulta più agevole per alcune tipologie di arti performative quali gli spettacoli lirici ed i concerti musicali, mentre potrebbe rivelarsi più difficile da attuare in altri casi in cui la lingua può essere d'ostacolo, come per il teatro. Anche in contesti come quello teatrale però è possibile intraprendere la strada dell'internazionalizzazione rivolgendosi per esempio alle comunità di italiani all'estero e agli italo-fili.

L'italiano è la quarta lingua studiata al mondo e, secondo alcune stime²² basate su cittadinanza e discendenza, è parlato come prima o seconda lingua da 250 milioni di persone nel mondo.

Il conseguimento di un maggiore rilievo dell'intero settore a livello internazionale, insieme ad altre azioni migliorative, potrebbe apportare importanti benefici al mercato interno, in termini di maggiore prestigio e riconoscibilità. Così se il nostro Paese riuscisse a valorizzare maggiormente le Arti Performative potrebbe ad esempio arrivare a prezzi medi dei biglietti molto maggiori, vicini a quelli della patria di Broadway, gli Stati Uniti. Se così fosse, a parità di ingressi, il settore arriverebbe a raddoppiare il proprio valore economico.



22 - Comunicato stampa Ministero degli Esteri, 2014.

Il teatro e la scuola.

Un tema di sicuro impatto per incrementare il valore potenziale del settore è l'istituzionalizzazione del rapporto tra il teatro ed il mondo della scuola.

Fino ad oggi i contatti tra le due sfere non sono mancati, ma il Teatro per la Scuola ha sempre rappresentato più che altro un'offerta extracurricolare, caratterizzata da iniziative sparse senza un coordinamento sistematico e quindi senza una garanzia che le buone pratiche si possano diffondere in tutto il mondo scolastico.

Con la legge 13 luglio 2015, n. 107, la così detta "Buona Scuola" si assiste invece ad un cambio di metodo e per la prima volta nel panorama della legislazione scolastica il legislatore ha introdotto una norma di rango primario afferente le attività didattiche comunque connesse al Teatro, che si eleva quindi a scelta didattica complementare. Si introduce così "la promozione, la diffusione, la valorizzazione della produzione teatrale attraverso l'accesso, nelle varie espressioni amatoriali e professionali, alla formazione artistica, consistente nell'acquisizione di conoscenze e nel contestuale esercizio di pratiche connesse alle forme teatrali, mediante il potenziamento della formazione nel settore delle arti nel curriculum delle scuole di ogni ordine e grado, compresa la prima infanzia, nonché la realizzazione di un sistema formativo della professionalità degli educatori e dei docenti in possesso di specifiche abilitazioni.²³"

La strategia pianificata dal MIUR in conseguenza a tale dettato legislativo è quella di portare, dal punto di vista didattico, il Teatro a Scuola e viceversa; successivamente intende elaborare metodologie per raccogliere e diffondere le best practice al fine di regolare in modo armonico ed omogeneo le attività finalizzate alla promozione del teatro nei contesti scolastici.

Dal punto di vista pratico si incentiva l'educazione degli studenti, ferma restando l'autonomia dei docenti di operare la scelta di come e quando educare all'arte o con l'arte, a essere sia fruitori che soggetti attivi (es. autori, attori, registi) di spettacoli teatrali e coreutici. Affinché sia garantita la professionalità delle iniziative è prevista l'attivazione da parte di singole scuole (o reti di scuole) di accordi e collaborazione anche con soggetti terzi accreditati dal MIUR e dal MIBACT che metteranno a disposizione le loro differenti competenze in materia

di attività teatrale e di corsi di aggiornamento per i docenti.

Per la raccolta e diffusione delle best practice si intende istituire una piattaforma multimediale dedicata all'interazione tra Scuola e Teatro ed in particolare che consenta di:

- ▶ garantire strumenti didattici, supporti multimediali in tema teatrale e coreutico;
- ▶ riportare i riferimenti utili di tutti gli operatori teatrali disponibili nel territorio di competenza delle singole scuole;
- ▶ collezionare e rendere visibili le esperienze e le buone pratiche attivate dalle istituzioni scolastiche;
- ▶ offrire una vetrina di tutte le opportunità destinate ai giovani teatranti: stage, tirocini, festival di teatro per ragazzi, rubriche su spettacoli consigliati, ecc.

Tra le iniziative del MIUR sul tema non mancano delle risorse economiche messe a disposizione:

- ▶ bando "Promozione del teatro in classe anno scolastico 2015/2016" con una dotazione di 2 milioni di euro;
- ▶ patrocinio di una politica²⁴ di agevolazioni destinate agli studenti per l'accesso agli spettacoli teatrali.

Se la strategia pianificata dal Miur sarà pubblicizzata, condivisa e fatta propria dal mondo della Scuola e del Teatro, sicuramente ne beneficerà sia il sistema educativo sia il settore teatrale che godrà di un pubblico più consapevole, ampio e ragionevolmente più propenso a riconoscere il valore degli spettacoli.



teatrali, musicali e di danza, ampliando l'offerta già in essere con integrazioni che prevedano nuove forme modalità di partecipazione e un incremento di sconti sui biglietti".

23 - Dal documento MIUR "Indicazioni strategiche per l'utilizzo didattico delle attività teatrali a.s. 2016/2017".

24 - Protocollo d'intesa siglato il 4 febbraio 2016 tra il MIUR e il MIBACT che tra le azioni programmatiche di cui all'art. 2 al punto 4 prevede: "favorire e agevolare gli studenti delle Scuole secondarie di II° grado in possesso di "La Carta dello Studente - lo Studio" della fruizione di opere cinematografiche e



Alcune esigenze normative.

Un ulteriore spazio d'azione in cui chiamare in causa le istituzioni è quello della legislazione sul mondo dei lavoratori dello spettacolo. In particolare ad oggi è fortemente sentita l'esigenza di un intervento normativo organico sul mondo dello spettacolo dal vivo per ridurre le inconsistenze risultanti da una stratificazione normativa che in generale affligge il settore in quanto ne ignora le specificità soprattutto in tema di natura stagionale ed intermittente dell'occupazione. Da un lato si è assistito infatti ad obblighi di assunzione incoerenti con gli equilibri su cui si reggono i datori di lavoro e dall'altro occorre introdurre ammortizzatori sociali innovativi per i lavoratori intermittenti sullo stile ad esempio di quanto fatto in Francia. Le specificità del mondo dello spettacolo d'altro lato erano ben riconosciute dall'ENPALS (ente pensionistico dello spettacolo ora assorbito dall'INPS), che per esempio in tema pensionistico aveva istituito un criterio per cui le giornate contributive annue minime per il sorgere del diritto alle prestazioni previdenziali è pari a 120 giorni per le figure artistiche o tecniche, direttamente connesse con la produzione e la realizzazione di spettacoli e che hanno un impiego a tempo determinato, rispetto ai 312 di chi ha un ruolo amministrativo impiegatizio ed è assunto a tempo indeterminato. Data questa esperienza (nata diversi anni fa e che ha fatto scuola anche per altri Paesi) è auspicabile che l'attenzione specifica al mondo dello spettacolo sia posta anche sul tema dell'occupazione.

I social network per il teatro.

Il teatro, ad eccezione di alcune forme più innovative come può essere considerato per esempio il musical, troppo spesso viene percepito come qualcosa di "antico" e soffre di un eccessivo distacco dalla realtà moderna. Oltre al già citato sforzo di far superare tale pregiudizio soprattutto tra le giovani generazioni favorendo l'incontro in ambito scolastico, è necessario che il teatro torni ad essere un bisogno sociale e culturale primario di tutta la società. Per fare ciò è necessario che la promozione del teatro divenga immediata, efficace e condivisa attraverso per esempio i social media ed i social network.

Per riprendere l'esempio dei musical, lo spettacolo Romeo & Giulietta. Ama e cambia il mondo, ha fatto il tutto esaurito in tutti i teatri d'Italia oltre che per la reinterpretazione Pop più appetibile per un pubblico giovane, anche grazie all'utilizzo corretto e strategico dei social network. Con quasi 320mila fan su Facebook, lo staff dello spettacolo ha una vastissima community da gestire, con cui interagisce rapidamente su domande e curiosità e a cui offre contenuti speciali, come foto e video del backstage.

Generalizzando il caso si può immaginare di proporre format di comunicazione moderni come lo Storytelling su social network,²⁵ permettendo a coloro che operano nel mondo dello spettacolo (es. attori, registi) di raccontare e condividere le loro esperienze prima dopo e durante la performance.

Il rationale di queste iniziative è la presa di coscienza che viviamo in una società in cui è cambiato il ritmo di fruizione delle informazioni, non abbiamo più un'attenzione specifica sulle cose e riuscire a catturare l'interesse è sempre più difficile. I social network possono aiutare il teatro a far conoscere le storie, i personaggi e a trasformare gli spettacoli in eventi mediali. Permettono inoltre di dare centralità

all'audience e all'interazione, offrendo così ai propri spettatori un prodotto teatrale innovativo conforme alle aspettative del pubblico 2.0.

In questo nuovo contesto, lo spettatore non ha più il ruolo di semplice ricevente del messaggio, ma si relaziona in maniera più complessa, diventando un protagonista attivo dell'evento teatrale. Il pubblico 2.0, sempre più giovane e socialmente variegato, sfrutta a pieno le potenzialità informative, interattive e comunicative di Internet e ha la possibilità di condividere commenti, spunti di riflessione, suggerimenti ed impressioni con esperti, appassionati e protagonisti dell'evento, scrivendo e pubblicando post sulla rete.

In sintesi si può concludere che curando una presenza nel mondo digitale il settore del teatro può amplificare l'azione promozionale e semplificare la comprensione attirando il pubblico. Ovviamente quanto detto per il teatro può applicarsi in buona misura per le altre forme di spettacolo dal vivo quali il balletto e la lirica.

Oltre alla promozione il settore, entrando nel mondo della rete, può prefiggersi ulteriori obiettivi, infatti altri fenomeni che il digitale ha innescato possono essere sfruttati a vantaggio del mondo del teatro. Il crowdfunding (abilitato da piattaforme digitali che fanno incontrare domanda ed offerta di finanziamenti) può essere impiegato come forma di finanziamento dal basso per le produzioni. Ad esempio il Teatro Martinitt di Milano ha lanciato la campagna "Adotta una commedia" che coniuga 2 obiettivi, ovvero finanziare la pubblicità degli spettacoli e far conoscere il progetto Commedie Teatrali Italiane.

Le piattaforme di crowdfunding quindi sfruttano il potenziale della viralità del web e dei social network e sono potenzialmente utili non solo per raccogliere fondi ma anche per far conoscere l'iniziativa e creare consenso intorno ad essa.

25 - Un'analogia ante litteram di uno storytelling di un'opera teatrale è il docu-film del 1996 "Riccardo III - Un uomo, un re" scritto, diretto ed interpretato da Al Pacino in cui viene ripreso un reportage sul lavoro che sta dietro alla realizzazione di un adattamento del Riccardo III di Shakespeare.