

TEATRUL MASCA 2018

CAIETELE MASCA

#6 PUBLICUL
DE TEATRU



CAIETELE MASCA #6 / Martie 2018

Editor: **Cristina Modreanu**

Concept grafic și tehnoredactare: **Maria Draghici**

Proiect editorial inițiat de: **Anca Florea**

ISSN 2559 - 1320

TEATRUL MASCA 2018

CAIETELE MASCA

#6 PUBLICUL
DE TEATRU



Arhiva Masca ■ Doamna cu câpețul / foto: Dădă Cristinel, 2017

CAIETELE MASCA
TEMA #6: PUBLICUL DE TEATRU
cuprins

EDITO: Cristina Modreanu p.8
TEATRU, BISERICĂ ȘI MALL
SAU CUM STĂM CU PUBLICUL DE TEATRU

TEATRUL ȘI CETATEA: Mihai Mălaimare p.12
PUBLICUL, COMPONENTA ESENȚIALĂ A ECUAȚIEI TEATRULUI

STUDIU: Dan Jurcan p.26
PROFIL SOCIOLOGIC AL PUBLICULUI DE TEATRU

ATUNCI & ACUM: Octavian Neamțu p.32
SOCIOLOGIA PUBLICULUI DE TEATRU

ANCHETĂ: Cristina Enescu p.42
DIRECTORII DE TEATRE DESPRE PUBLIC

PUBLICUL VĂZUT DIN CULISE p.75
MIHAELA MICHAILOV, ALEX CĂLIN, RUCSANDRA POP

CONTEXT: Cristinel Dădăl p.86
PUBLICUL TEATRULUI DE STRADĂ

CONTEXT: Cristina Enescu p.92
PUBLICUL DE TEATRU ÎN EUROPA ȘI AMERICA

INTERVIU: Ilinca Urmuzache p.100
PERSONALUL DE SALĂ DESPRE PUBLIC

FOCUS: Ioana Sileanu p.105
EFECTE ALE TEATRULUI POLITIC ASUPRA PUBLICULUI

TESTIMONIAL p.111
DECLARAȚII PUBLIC





EDITO
Cristina Modreanu*TEATRU, BISERICĂ ȘI MALL SAU
CUM STĂM CU PUBLICUL DE TEATRU*

De câte ori am timp, îmi place să întârzii după spectacolul de teatru la care am asistat și să ascult ce vorbesc oamenii în timp ce ies din sală sau își recuperează hainele la garderobă. Sunt momentele cele mai importante de *feedback* autentic, necontrafăcut, prima impresie – sau mai degrabă prima verbalizare a sumei impresiilor pe care le-a avut un spectator. Am înțeles în timp, în urma acestui sondaj ultra-empiric, că dacă spectatorii vorbesc despre orice altceva decât despre ceea ce au văzut pe scenă, ceea ce se întâmplă, din păcate, foarte des – întrebându-se unde au lăsat mașina sau discutând ce vor face în continuare - acesta e un semn că e vorba despre un spectacol care nu a lăsat nici o urmă în ei. În cele mai grave cazuri, abia așteaptă să scape din clădire, să uite că au pierdut acolo timp prețios, chiar dacă nu ar recunoaște-o deschis, din jenă. Dacă, dimpotrivă, majoritatea celor care ies din sală fie vorbesc în continuare despre ce au văzut, fie tac, sau par căzuți pe gânduri și deloc vorbăreți, e un semn bun, înseamnă că încă se mai gândesc la ceea ce au văzut, iar aceasta e cea mai prețioasă urmare pe care o poate avea un spectacol de teatru. Bineînțeles că reacțiile sunt foarte diverse, iar eu am dat aici exemplele extreme, dar esența rămâne aceeași: cel mai autentic studiu pe care îl poate face cineva este acesta, eficient precum luarea pulsului unei persoane.

Nu vreau să minimalizez importanța sondajelor profesionale, care pot ajuta enorm la clarificarea multor aspecte legate de obișnuințele de consum ale celor care merg la teatru. Dimpotrivă, cred

că trebuie să existe mai multe asemenea sondaje, mult mai detaliate decât sunt acum, și nu în ultimul rând, ba poate chiar în primul, mai bine făcute – dat fiind că unele se centrează numai pe publicul captiv al unor teatre, când de fapt aceste teatre au nevoie să înțeleagă cum ar putea atrage un public nou, fără de care viitorul lor e pus sub semnul întrebării. E nevoie nu numai de un sondaj pe an – nici asta nu se întâmplă sistematic – sau de un barometru cultural, altfel foarte util, în care teatrul e doar unul dintre domeniile cercetate. Este nevoie de cercetarea atentă, sistematică și continuă, prin instrumente diferite, inclusiv cele empirice, a publicului de teatru, ceea ce este primul pas, absolut necesar, înspre ceea ce alții studiază deja de multă vreme, și anume *audience development* – dezvoltarea publicului. Consultarea sistematică a publicului nu se face, cum cred unii, ca să construiești repertoriul conform dorințelor lui, ci pentru a găsi instrumentele necesare pentru a-l convinge să vadă ceea ce îi oferi, pentru a crea strategii menite să contracareze concurența neiertătoare a tot ceea ce ”fură” potențialii spectatori de teatru. Nu în ultimul rând, se face pentru a afla și ceea ce-l deranjează în legătură cu experiența mersului la teatru, mai exact lipsa unei cafenele sau a unui loc în care să-ți întâlnești prietenii sau familia înaintea intrării în sală, lipsa locurilor de parcare sau a rampelor pentru persoane cu dizabilități, ca să nu mai vorbim despre lipsa unei oferte cât de modeste de spectacole accesibilizate pentru hipoacuzici sau pentru nevăzători, așa cum se întâmplă în lumea civilizată.

Se vor ridica cu siguranță voci ”înțelepte” care vor remarca faptul că dezvoltarea audienței e poate doar un ”trend”, că ”știm noi cine ne este publicul, nu e cazul să ne învețe alții” – și tot felul de alte asemenea clișee generate fie de ignoranță, fie de lene. Pentru că, să o recunoaștem, dincolo de orice, dezvoltarea publicului înseamnă multă muncă. O atenție constantă pentru spectatori, o permanentă consultare a acestora – nu pentru a construi repertoriul pe care și-l doresc ei, ci pentru a fi la curent cu aspirațiile lor – o recalibrare și diversificare a instrumentelor de lucru în funcție de concluziile trase în urma acestor analize: toate acestea prespun efort, bătaie de cap, altfel spus MUNCĂ.

De la începutul anului, am asistat la două spectacole la finalul cărora reacțiile spectatorilor au fost radical total diferite. Primul dintre ele era o producție cu buget enorm a unui teatru de stat și a durat 3 ore și jumătate – o durată foarte plină, cu mari desfășurări de forțe, multe elemente de decor, muzică, costume, o distribuție amplă. Cel de al doilea, o producție a unui teatru independent, avea numai doi actori în distribuție și a durat o oră și jumătate, decorul constând în două scaune, o masă, o bancă, două ghivece cu flori și un radio vechi. Am aplicat ”tehnica” sondajului meu empiric după ambele spectacole: după primul ABSOLUT NIMENI nu a menționat nimic, nici de bine, nici de rău despre ceea ce se petrecuse în ultimele 3 ore și jumătate pe scenă; după cel de al doilea, lumea a rămas în hol să vorbească despre spectacol, iar cei doi actori și regizorul au fost felicități călduros, cu emoție reală, de mai mulți spectatori. Când am ajuns în stradă, am trecut la un moment dat pe lângă doi domni care se opriseră din mers ca să-și argumenteze aprins părerile despre spectacol (în care era vorba chiar despre trecerea bărbatului spre vârsta a treia). Sunt convinsă că temele acestuia au rămas multă vreme în mintea celor care au văzut mica producție privată, dar nu sunt la fel de convinsă că spectatorii super-producției din bani publici au fost la fel de câștigați. Nu le menționez titlurile fiindcă nu are rost: cei din interiorul unui spectacol știu prea bine dacă acesta are sau nu ecou la public, din semnalele pe care le primesc și din reacția de moment a spectatorilor.

Dar să vorbim despre acest paradox înseamnă să facem deja un pas prea mare înainte, respectiv să analizăm calitatea actului teatral, într-o țară în care, conform ultimului barometru cultural realizat în 2017, cea mai des menționată și frecventată instituție de cultură este biserica, iar 70% din respondenți nu au mers NICIODATĂ la teatru în ultimele 12 luni¹.

Și dacă tot am ajuns aici, pot să citez câteva impresii și după un al treilea spectacol, venit în turneu din provincie și jucat într-un spațiu independent unde teatrul se numără printre alte activități mai mult sau mai puțin culturale: așadar, ”impresii” după spectacol (culese la cald, așteptând taxi-ul), de la un public predominant corporatist:

1 Conform barometru cultural 2017, publicat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală, 2017

1. "eu n-am nici o părere, că n-am cu ce să compar, n-am mai fost nici-odată la teatru" (tânără, aparent educată, 25-30 de ani – nimeni în jur nu pare mirat de ce spune)/ 2. "oare de ce n-am mai fost eu la teatru? cred că au trecut vreo cinci ani de ultima dată" (tânără, aparent educată, aprox 30-35 de ani)/ 3. "mie mi s-a părut ciudat, nu mă așteptam să vorbească și în maghiară, ce rost avea? dar oricum actrița trecea destul de repede de la o limbă la alta" (tânără, aparent educată, 25-30 de ani). Și gata - toată lumea cu ochii în telefon. Recunosc că m-am întrebat acut cine sunt acești oameni și de ce știm atât de puține lucruri despre lumea paralelă în care trăiesc ei, potențiali spectatori de teatru, care se intersectează numai întâmplător cu această artă?

Mă mai întreb (și am și întrebat special pentru acest număr, așa cum veți vedea din Ancheta jurnalistică realizată de Cristina Enescu) dacă directorii de teatre de la noi – care se întrec în a raporta tot mai mulți spectatori și noi producții - se gândesc măcar un minut pe zi la trista realitate descrisă de comentariile spectatorilor – sau de absența totală a acestor comentarii, semn al indifferenței spectatorilor lor?

Și tocmai pentru că ar trebui să ne intereseze pe toți cei din teatru felul în care ne raportăm la public – altfel, ce sens ar mai avea tot ce facem? - am pus laolaltă în acest număr special puncte de vedere extrem de diferite, venind dinspre specialiștii în studii sociologice de ieri și de azi, de la artiști, de la directorii de teatre, cei care ar trebui să fie cei responsabili cu viziunea acestor instituții, inclusiv relația cu spectatorii, de la personalul administrativ, și de la publicul obișnuit. E o fotografie mișcată a "marelui necunoscut" care e spectatorul de teatru, dar e totuși un pas asumat înspre căutarea și descifrarea profilului lui.



TEATRUL ȘI CETATEA
Mihai Mălaimare

*PUBLICUL, COMPONENTA ESENȚIALĂ A
ECUAȚIEI TEATRULUI*

Încă din prima zi de Institut am aflat de la profesorii mei că judecătorul suprem al muncii mele de actor este PUBLICUL, el și nu-mai el, că publicul nu poate fi judecat de către mine, că trebuie să mă supun necondiționat sancțiunii sale. Atunci am luat aceste informații drept lege și nu mi-am mai pus întrebări, mai ales că, după 1973, anul în care am absolvit și m-am regăsit înrolat în "oastea" Teatrului Național, confruntarea cu publicul acestui teatru extraordinar a fost una benefică mie, una în interiorul căreia am descoperit în el un partener cald, înțelegător cu mine, încurajându-mă, susținându-mă și plasându-mă în rândul celor care îi furnizau încredere, rezistență, acces la cultură și la adevăruri pe care nu era în stare nimeni, în afara mea, actorul să le susțină în gura mare. Da, atunci PUBLICUL era ceva care făcea parte din chiar structura teatrului însuși, era într-adevăr un partener, era o componentă clară a ecuației care definește acest fenomen senzațional care este TEATRUL. Ce-i drept, atunci TEATRUL avea un țel!

Au trecut ceva ani și, fără să-mi schimb în totalitate părerea despre PUBLIC și rolul său în TEATRU, trebuie totuși să nuanțez, pentru că în această ecuație nu numai el, ci și eu m-am schimbat, lumea de afară este alta, trăim într-un secol diferit fundamental de cel de dinainte și teatrul însuși se află într-o schimbare profundă, chiar dacă nu pare că-și dă pe deplin seama de acest lucru.

Așadar, pentru mine ca om de teatru, ca om de *teatru special*, un teatru cu un discurs non verbal și axat mai ales pe spectacole *outdoor*, PUBLIC nu înseamnă doar oamenii care intră în sălile de spectacol. Aceștia sunt o parte și nu cea mai semnificativă a ceea ce înseamnă, de fapt, public. Aceștia sunt într-un număr relativ scăzut, cel puțin

asa spun statisticile, iar tendințele de creștere sunt nesemnificative în acest moment. Estimările vorbesc despre un număr situat între 80.000 - 100.000 de oameni în București, care merg suficient de des la teatru pentru a umple sălile din centru (de stat sau private) și a nu umple de griji pe managerii acestora și nici pe gânditorii de teatru, autotransformați mai degrabă în spectatori de lux decât în observatori atenți ai evoluției unui fenomen. Ce înseamnă asta? Cam 5% din populația unei capitale altminteri cu veleități europene, lucru absolut îngrijorător, cel puțin îngrijorător dacă nu cumva dramatic, așa spune eu. După 26 de ani de slujbă la Național, în numele unui PUBLIC care știa de ce vine la teatru, care se pregătea pentru întâlnirea cu teatrul, eu am ales o altă cale și, ca o consecință firească, mă adresez de atunci unui ALT PUBLIC, unul care nu merge pur și simplu la teatru din motive diferite, unul care chiar detestă teatrul și orice activitate culturală (a declarat-o fără echivoc în sondajele de care vorbeam mai sus) și în sfârșit, unul care chiar dacă ar vrea nu poate să meargă la teatru. Iar acest public al meu înseamnă restul populației Capitalei, adică aproape 2 milioane de oameni. Acesta este un PUBLIC despre care trebuie vorbit pentru că atunci când ajungi să-l cunoști îți dai seama că ai găsit poate fără să vrei răspunsul la obsedanta întrebare *“de ce m-am făcut actor”*.

Anii de după '89 au adus schimbări majore în viața noastră a tuturor românilor, schimbări care au determinat și o altă viziune asupra rolului culturii, au definit un alt orizont de așteptare culturală și au configurat o altă relație a noastră, a fiecăruia în parte cu actul cultural. Și așa spune cu certitudine că aceste schimbări nu sunt neapărat în bine, ba, din păcate, deloc în bine. Societatea românească a evoluat, este adevărat, dar foarte greu și nu a evitat mlaștinile marginalizării, ale violenței de toate felurile, ale pierderii busolei și ale subculturii, cu efecte devastatoare asupra psihicului oamenilor și evident asupra a ceea ce aveam mai de preț până nu de mult, asupra simțului comunitar, cel care era răspunzător cu tradițiile noastre, cu bunul simț, cu obstinția personală de a trudi prin școli pentru a te număra printre elitele culturale, cu respectul față de muncă, față de valoare și cu nevoia instinctivă de a te adăpa constant dintr-un izvor cultural sănătos și adevărat. Rația de libertate clamată în anii de început s-a consumat aproape instantaneu și societatea românească a evoluat haotic, sălbatic, cu efecte extrem de

periculoase asupra ei însăși și asupra fiecăruia dintre noi în parte.

Aceasta este radiografia acestei *clipe istorice* în care trăim și ea ne prefigurează o structurare imprevizibilă și de necrezut acum 30 de ani a ceea ce numim PUBLIC de teatru.

Pe de altă parte trebuie să spun că și în cazul **publicului nostru** (al Teatrului) schimbările au fost continue și din nou mă văd obligat să constat că sunt mai degrabă îngrijorătoare.

Dar să o luăm pe rând.

Primii zece ani ai Teatrului vorbesc despre un PUBLIC în căutarea căruia ne-am lansat aproape imediat și pe care l-am descoperit în spații dintre cele mai diferite.

Erau și cei mai frumoși ani ai istoriei noastre, căci decideam noi când doream să jucăm, ne urcam în mașină, găseam un loc care ne convenea, descărcam și jucam. Am jucat mai ales în cartiere, în spații absolut neconvenționale, parcuri, scuaruri, colțișoare de iarbă sau de beton între blocuri. Publicul era, evident compus din oamenii care trăiau în acele spații sau care aflau de îndată că aveam să jucăm acolo, căci foloseam la acea dată un sistem sonor pus pe mașina cu care umblam prin cartierul respectiv și anunțam spectacolul, iar lumea venea după noi, era curioasă, era doritoare, ne saluta, simțea că facem un act civic important, ne îmbrățișa, ne mulțumea, rămânea multe minute să se uite după mașina noastră atunci când plecam și probabil încă mult timp să discute despre ceea ce văzuseră fără să se aștepte, fără să fie preveniți. Am povestit toate aceste incredibile lucruri în cartea mea **Maidane cu teatru**, iar amintirea acelor povești, a acelor colosale întâmplări dăinuie încă în fiecare dintre actorii și tehnicienii care au participat, care au trăit acei ani ieșiți din comun. Acolo s-au pus bazele brandului care acum este MASCA în teatrul românesc dar și ale PUBLICULUI cu totul special cu care noi ne întâlnim în fiecare stagiune, fie că este în sală sau afară. Decorul obișnuit al spectacolelor noastre îl constituiau blocurile cartierelor marginase, iar scena era aproape invariabil iarba lăsată în paragină a maidanelor murdare și neîngrijite care se găseau cu miile. Probabil că am fi putut juca într-un cartier câteva sute de spec-

tacole și tot nu am fi acoperit toate suprafețele pe care ni le punea la dispoziție cu atâta “generozitate”. Era un PUBLIC cald, primitiv, respectuos, generos, în multe privințe foarte asemănător cu publicul meu de la Național doar că era îmbrăcat prost, în maieuri și halate de casă, încălțat cu șlapi, ținând la subsuoară cutia de table, pentru că îl surprinseserăm în toiul unei partide, cu bigudiuri generoase pe cap, foarte mulți copii, la fel de mulți bătrâni și un număr suficient de persoane între două vârste, un public eterogen, cățărât prin copaci, agățat de balcoane, suit pe mașini și garaje, așezat confortabil de-a dreptul pe iarbă sau stând în picioare, înghesuindu-se unii într-alții pentru a vedea mai bine, refăcând pentru scurtă vreme o comunitate care începuse deja să-și piardă atributele.

Era foarte posibil ca unii dintre spectatorii noștri de atunci să fi făcut cunoștință unii cu alții cu ocazia spectacolului nostru și este posibil să fi continuat să se salute și după aceea. Nu-mi aduc aminte să fi avut conflicte cu cineva, nu am fost opriți de poliție sau de gardieni, nici nu prea erau pe vremea aceea, este adevărat, nu ne-am confruntat cu violențe sau atitudini jignitoare. Aș zice chiar din contră și au fost câteva situații în care a trebuit să intervenim noi, actorii, pentru ca un spectator necivilizat să nu fie linșat. Undeva înspre stația de metrou Aurel Vlaicu un tânăr a aruncat înspre noi cu un pet și abia l-am scăpat din mâinile oamenilor, iar prin Berceni, cred, a venit val vârtel un tip dintr-un bloc, deranjat, spunea, din somn de zgomotul făcut de spectacol, i-am dat microfonul să spună tuturor ce-l doare și a fost scuipat și înjurat cum nici nu ar fi bănuț în visurile sale cele mai negre. În rest, era un public de o generozitate ieșită din comun, un public care încă mai știa să se bucure, un public care urmărea cu atenție teribilă acțiunea din interiorul spectacolului, singura care îi oferea certitudinea că are cu adevărat ocazia, poate râvnită, de a fi spectator de teatru. Era un public care venea din perioada în care respectul față de artiști era literă de lege.

Eram relativ tineri și noi și teatrul nostru și nu puteam vorbi încă de fani dar condiția era îndeplinită, spectacolele noastre răspundeau unei nevoi interioare de altceva, unei dorințe de schimbare și atunci când am avut nevoie de sprijinul fanilor ei s-au arătat. Mă refer la momentul octombrie 1992 când am făcut grevă în fața Guvernului





pentru sediu. Atunci a fost prima oară când am văzut aceleași figuri la mai multe dintre reprezentațiile noastre și câteva seri la rând am fost gratulați cu ciorbe calde servite în farfurii elegante, cu linguri de argint și pe o față de masă de olandă întinsă pe un practicabil de lemn, la lumina unor lumânări puse într-un sfeșnic de argint aduse de un domn pe care nu l-am mai văzut de atunci împreună cu fetița sa. Aș adăuga la mențiunile despre publicul nostru în acei ani pe spectatorii evenimentelor mari, organizate cu diverse ocazii de către municipalitate, publicul colosal de la Challenge Day, sute de mii de oameni care au stat pe străzile Bucureștiului, au aplaudat și au dansat cu o bucurie incredibilă în priviri. Ne luptam pentru supremație cu Budapesta, capitală orgolioasă și arogantă, iar scorul obținut de noi a fost demolator și la el a participat și Teatrul Masca. Am urcat pe scena de la Fântâni la prânz și am ajuns acasă pe la 7 dimineața a doua zi cu sufletul plin de o bucurie ieșită din comun. Ce s-a întâmplat cu noi, de ce nu am profitat de minunea aceea atât de evidentă, unde sunt energiile declanșate atunci, cine le-a distrus, cine a profitat de ele batjocorindu-le și aruncându-le în derizoriu? Eu cred că știu răspunsul dar nu este treaba mea să-l comunic. Știu doar că ne îmbrățișam, că plângeam de fericire, că eram parcă mai fericiți decât la Revoluție. Este posibil ca atunci să se fi hotărât soarta viitoare a României, nu se putea permite unui popor atât de mândru să-și scrie muzica după care să joace, nu era admisibil să fie lăsat să zdrobească Budapesta fie și în joacă, nu putea fi lăsat să stea la masa celor puternici, puternic fiind. Este doar o impresie, nu am pretenția că am descoperit sau că dețin secretul, fie el și al lui Polichinelle, dar un PUBLIC atât de exuberant, atât de mândru și de fericit nu am mai întâlnit de atunci sau nu în număr atât de impresionant.

Ar mai trebui să vorbesc aici despre publicul ocazionat de turnee, fie ele în țară sau străinătate, în fiecare dintre ipostaze aflate în număr impresionant, generos peste poate, iubitor, aproape mitic. La Centrala atomică de la Cernavodă jucăm *Clownii* în fața unui public format din muncitori, tehnicieni, funcționari și ingineri care s-au comportat ca niște copii. Într-un orașel din Cehoslovacia jucăm o combinație dintre *Clownii* și *Medievale* în fața unui public care habar nu avea că se născuse atunci stilul Masca pentru spectacolele de stradă, la Cairo facem furori cu trei spectacole jucate de câte două ori în fața unui pu-

blic care îl avea în frunte de fiecare dată pe ministrul Culturii din Egipt și mai toată lumea culturală de calitate și care avea să hui due minute în șir decizia Festivalului, în fapt a Guvernului lor de a acorda Ungariei toate premiile din acel an, în Franța jucăm doi ani la rând câte o lună spectacole în fața unui public compus din copii și părinți, cam câte 5000 de fiecare dată și, în sfârșit, la Expoziția Mondială de la Hanovra facem deliciul sutelor de mii de vizitatori care se bat să prindă un loc la reprezentațiile Masca din Pavilionul României.

Copiii care ne-au fost spectatori în acei ani sunt acum oameni maturi, unii au copii la rândul lor, ne mai întâlnim și vorbim despre acele vremuri. Nu aș putea spune că la rândul lor au devenit spectatori câștigați pentru cauza culturii, vremurile care au urmat primilor zece ani au fost cumplite și șansa reală ca în preocupările oamenilor cultura să câștige teren a scăzut dramatic, așa cum din păcate o arată cam toate studiile sociologice care, cel puțin în acest domeniu, sunt într-un consens teribil.

Concluziile periplului nostru în primii zece ani ar fi că au fost incredibili, au definit profilul unui teatru cu totul altfel și au dat dimensiunea unui PUBLIC care a dovedit că ar fi meritat atenția tuturor celor care s-au perindat pe la frâiele acestei țări, un public care ar fi putut fi câștigat pentru teatru, pentru cultură, pentru un viitor pe care această țară l-ar fi meritat. Dar acest public a fost pierdut. Teatrul cu ziduri nu a înțeles nimic, artiștii români m-au înjurat în acei ani că joc “acolo unde scui pă ăia”, adică pe stradă (dar am fost răzbunat zece ani mai târziu când au descoperit și ei apa caldă a bucuriei de a juca în aer liber, și Doamne, cât de tare și de fără jenă s-au grăbit chiar să-și aroge descoperirea, chiar mă mir că nu s-au dus la OSIM să o omologheze), teatrul românesc nu a înțeles ce potențial formidabil reprezenta această mulțime aproape ghețoizată în cartierele dormitor, politicienii sunt singurii care “și-au făcut treaba” distrugând de-a valma tot ce trebuia salvat, noi am rămas singuri vorbind în pustiu, nu singuri de fapt, ci unui public din ce în ce mai chinuit și el de furtunile de nisip ale istoriei.

După 2000 lucrurile par a se mișca în domeniul siguranței populației, parcurile cunosc în sfârșit apariția gardienilor publici, există o

preocupare crescândă față de amenajarea spațiilor verzi ale Capitalei, dispar maidanele dintre blocuri, dar nimeni nu gândește în perspectivă, parcurile devin spații închise, nu mai putem juca decât dacă obținem aprobări cu semnături multiple, ceea ce se câștigă într-o parte se pierde în cealaltă, se ajunge la cazul hilar al parcului Moghioroș din Drumul Taberei construit din bani europeni și în care nu se poate juca pentru că nu se poate intra, acest lucru fiind stipulat în contractul cu finanțatorul, UE.

Urmează alți zece ani cu termenii oarecum schimbați, unii în rău, alții, din fericire cu potențial de optimism, moderat dar optimism. Ne mutăm aproape exclusiv în parcuri, chiar dacă pentru asta trebuie să depunem eforturi majore în sensul obținerii multiplelor și absurdelor aprobări, să ne supunem unor regulamente stupide care solicită trupele noastre inutile eforturi. Strada a pierdut din atractivitate, lumea se adună în parcuri din cauză că acestea arată totuși din ce în ce mai bine și, extrem de important, asigură un înalt grad de siguranță pentru toată lumea, în contextul în care infracționalitatea are un grad crescut de afirmare. Din acest motiv ne-am concentrat și noi pe parcurile bucureștene, atât în ceea ce privește spectacolele obișnuite, din cadrul stagiunii ordinare, cât și spectacolele din cadrul Festivalului Internațional de Statui Vivante pe care îl organizăm de opt ani cu un succes în creștere continuă. Jucăm vreo opt ani la Metrou într-un proiect **al nostru** de care sunt extrem de mândru, ORAȘUL DE SUB ORAȘ și unde descoperim un public absolut colosal.

Fac o paranteză ca să explic un pic acest *al nostru* scris mai apăsat. Așadar Teatrul Masca prin Anca Florea are o idee de geniu, să joace la metrou. O traducem în faptă, construim spectacole special pentru acest spațiu, dezvoltăm un program întreg în care invităm sute de artiști să vină sub stindardul acestei idei, aceștia vin și adunăm zeci de mii de spectatori. Metrorexul nu face nimic, ne dă doar aprobarea să jucăm și să ne racordăm la rețeaua lor electrică, nu ne pune la dispoziție nici măcar o cameră pentru actori, noi ne-am schimbat în toți acești ani într-un hol de closet folosit de angajați. După opt ani ne retragem și brusc sumedenie de artiști și ONG-uri descoperă “splendoarea jocului în subteran” și NIMENI dar absolut NIMENI nu amintește că Masca a inițiat acest proiect. Nu să ne laude, nu să vorbească mai mult decât să semnaleze că Masca a fost acolo la început. Este doar o chestiune de BUN SIMȚ.



Dar să revenim la tema articolului, PUBLICUL!

Ei bine, publicul acestui deceniu nu mai este același, a pierdut aerul acela de suavă naivitate, a pierdut zâmbetul larg și generos, a câștigat însă în pricepere și s-a divizat clar, la rândul său în două părți, inegale din fericire, una, încă ne semnificativă numeric, care refuză în mod clar orice contact cu actul de cultură, cealaltă interesată dar, repet, având parcă în priviri o tristețe de care nu se mai poate debarasa. Copiii rămân aceiași, păstrează aceeași bucurie la întâlnirea cu actorii și cred că aici trebuie lucrat cel mai serios, ei fiind sursa unei posibile viitoare regenerări. Pare un public mai aplicat, mai informat, internetul și libertatea de circulație își spun cuvântul. Mulțimea de festivaluri apărute în România, existența unui proiect outdoor la fiecare festival de teatru asigură acestui segment de PUBLIC hrana necesară, dar aceste evenimente nu pot fi luate în considerație, ele sunt punctuale, nu generează urmări predictibile. Aș încadra aici chiar și festivalurile sau manifestările organizate de ARCUB sau CREAT, organisme ale Primăriei Capitalei, dar trebuie totuși semnalat faptul că manifestările lor, beneficiind de o mediatizare puternică se bucură de prezența unui public foarte numeros.

PUBLICUL acestor ani nu se mai bucură atât de copilărește la secțiunea de paraspectacol (momentele în care actorii se pregătesc în cortul special amenajat), dar dorește, parcă încercând să recupereze să se fotografieze cu actorii după reprezentație, să discute cu ei, să-și manifeste recunoștința și aprecierea pentru că descoperă în spectacolele noastre lucruri pe care le-a văzut și în străinătate, dovada evidentă a libertății de circulație și ține să menționeze că ale noastre sunt mai bune, mai calde, mai adevărate. Este mândria unor oameni care devin pe zi ce trece tot mai cunoscători.

Am mai întâlnit situații de atitudine oarecum agresivă, dar au fost absolut izolate și fără vreo semnificație anume, dar trebuie să semnaliez că, spre deosebire de perioada anterioară, publicul nu a mai reacționat violent la adresa acestor atitudini, pare oarecum blazat, obișnuit cu violența de toate felurile pe care o regăsește peste tot și mai ales în media, o tolerează dacă nu se produce asupra propriei sale persoane dar devine extrem de violent dacă acest lucru i se întâmplă și lui. Violența

se regăsește peste tot și, dacă în primii zece ani jucam în stradă singuri, acum nu mai plecăm spre locul în care avem de jucat fără să anunțăm Poliția sau Jandarmeria. Este un aspect semnificativ, aș zice.

Ca să concluzionăm, publicul spectacolelor în aer liber este unul special, foarte puțin constrâns de convenții precum este cel al spectacolelor de interior, este mai direct, mai impresionabil, adesea mult mai călduros și mai generos. A evoluat și el odată cu întreaga societate, ceea ce îl face acum mai indiferent la violență, parcă mai în-singurat, iar însingurarea (depeizarea cum este numită în studiile de specialitate) este similară somnului rațiunii, născând monștri.

Spectacolele *outdoor* beneficiază și de prezența unor spectatori care merg regulat la teatru și asta îi face parcă mai înțelegători față de fenomenul teatral căruia îi sunt fideli, în orice caz descoperă în spectacolul în aer liber valențe pe care nu le regăsește în cele din sală, iar atunci când emoția acestora atinge totuși cotele tensiunii la care s-a regăsit în stradă sau în parc știe să o aprecieze cum se cuvine, căci în fond teatrul nu este neapărat de stradă sau de interior, chiar dacă diferențele sunt cât se poate de vizibile, ci mai degrabă bun sau prost.

Putem vorbi și despre un public fidel spectacolelor **noastre** de stradă, un public care ne urmărește, ne caută și care comentează întâi cu noi apoi prin intermediul mijloacelor de socializare, plăcându-i să se facă remarcat prin opțiunea lui.

În ceea ce ne privește trebuie să vorbim și despre un segment de public pentru spectacolele noastre de interior. Este un public fidelizat sau în curs de fidelizare pentru că este compus din oameni care au văzut sau văd spectacolele noastre de câteva ori, sau care, de îndată ce au văzut la noi pentru prima oară un spectacol se înscriu imediat pentru a-și cumpăra bilete la celelalte descoperind clar că emoția resimțită la aceste spectacole nonverbale este cu mult mai puternică decât orice stare creată de vreun spectacol văzut în alte săli, lucru care pe noi nu ne miră pentru că vine în consens cu programul nostru estetic. Noi știm asta și o tot spunem cui are timp să asculte și mai ales să înțeleagă! Publicul nostru de interior tinde să devină unul de club, oamenii ajung să se cunoască între ei, iar atmosfera dinainte și de după spectacol este ab-

solut încântătoare. Voi sunteți din altă lume, obișnuiesc să spună adesea și noi zâmbim căci, la urma urmelor asta am vrut și cam asta este!

Așadar, Masca smulge și fidelizează o parte din publicul celorlalte teatre (sorry!) prin spectacolele sale nonverbale din sală și domină copios la capitolul public de exterior, ajungând ca, după aproape 30 de ani de existență să poată vorbi despre un PUBLIC PROPRIU care are tendința de creștere în ambele secțiuni, de sală și de exterior.

Am început prin a aminti lecția de devoțiune față de public pe care mi-au servit-o profesorii mei la început de carieră și care astăzi trebuie oarecum amendată în sensul că, în ceea ce mă privește cel puțin, după aproape 50 de ani de carieră, relația s-a schimbat. Nu eu am nevoie de el ci el, PUBLICUL are **acum** nevoie de mine. Este posibil ca profesorii mei, oameni în vârstă atunci să nu-mi fi dat decât prima parte a ecuației, aceea de care era nevoie pentru ca să-mi pot construi o carieră, aceea care vorbea despre supunerea mea necondiționată față de mărirea sa PUBLICUL, știind că atunci când voi ajunge la vârsta lor voi descoperi singur ceea ce am descoperit eu acum și tocmai v-am comunicat și vouă.

Misiunea unui artist este **astăzi** din ce în ce mai apostolică și dacă acest lucru nu ridică probleme grave unui actor cu experiență, face în schimb destul de complicată viața unui actor tânăr, trăitor împătimit pentru teatru. Cum însă tinerețea nu este prea dedicată întrebărilor fundamentale, experiența actorilor tineri urmează oarecum căile pe care le-am bătut și noi atunci când credeam că totul este permis și totul este posibil. Doar că între PUBLICUL pe care l-am avut noi, l-am avut eu și cel pe care îl au ei **acum** este o mare diferență, așa cum diferite au fost condițiile în care am trăit și am creat eu și cele care astăzi lor le aduc poate provocarea, în timp ce mie îmi oferă mai degrabă o duioasă dezamăgire.





Concert de promenadă, 1996

STUDIU
Dan Jurcan*PUBLICUL DE TEATRU.
UN PROFIL SOCIOLOGIC.*

Îmi aduc aminte că în anii comunismului sălile de teatru erau pline. Televiziunea nu prea îți oferea mare lucru și oricum cele 2 ore de program erau propagandă pură, așa că lumea prefera cel mai adesea să citească sau să meargă la teatru sau la cinematograful. Teatrul era foarte viu atunci și pentru că era chiar o formă de rezistență față de limbajul de lemn sau față de realitatea definită mult prea ideologic. Orice aluzie la *leadership* era interpretată ca un act de curaj, o opoziție subtilă față de regim. La adăpostul întinericului, din fotoliul de spectator, publicul savura cu plăcere aceste mici gesturi de dizidență simbolică ascunse printre replicile actorilor. Mesajul artistic era completat cu nuanțe politice pentru că societății de atunci îi lipsea exact opoziția față de un regim totalitar discreționar.

Dar anii au trecut și libertatea a adus și în teatru ceea ce era de așteptat într-o lume capitalistă: concurența. Teatrul a devenit pentru public doar una dintre multiplele forme de petrecere a timpului liber. Au apărut mall-uri, cinematografe noi și zeci și sute de canale de televiziune. Oferta de carte s-a lărgit și ea semnificativ. În fața acestei noi realități, teatrul s-a trezit pe o piață în care publicul este aproape vânat să devină consumator. Și sigur că ne putem întreba în ce măsură această logică de piață mai are legătura cu cultura, cu statutul de spectator al publicului, privit ca receptor al actului artistic, capabil să reconstruiască semnificații pe un orizont de așteptare și să creeze emoția estetică. Viciază sau nu piața concurențială procesul de semnificare în relația dintre creatorul obiectului artistic și cel care îl receptează? Sunt interogații multiple dar din punct de vedere sociologic ne interesează mai mult să definim profilul consumatorului de teatru. Altfel spus,

ce fel de public răspunde la oferta de teatru actuală și cum anume o receptează? Studiul privind satisfacția consumatorilor de teatru din municipiul București, derulat de către Institutul Român de Evaluare și Strategie (IRES)¹ în perioada 2016-2017 ne oferă un astfel de răspuns privind publicul de teatru din capitală.

Cât de preferat mai este teatrul ?

Teatrul se încadrează în același model de oferte de petrecere a timpului liber (vizite la muzee, spectacole stradale sau de divertisment, concerte de muzică) care sunt frecventate anual sau, cel mult, de câteva ori pe an. O treime dintre bucureșteni afirmă că nu merg niciodată la teatru, cinema, spectacole sau concerte, iar o altă treime afirmă că merge la teatru cel mult o dată pe an sau mai rar. Teatrul este mult mai puțin atractiv în comparație cu alte oferte de petrecere a timpului liber. Vizitele la mall sau cinema sunt preferate de către bucureșteni cu cea mai mare frecvență, peste 64% din respondenți frecventând mall-urile săptămânal sau cel puțin lunar. Preferința pentru teatru este așadar semnificativ mai mică.

Frecvența consumului de teatru ne arată și multă inconstanță în ceea ce privește comportamentul publicului față de teatru. Astfel, 32% dintre respondenți afirmă că au fost la teatru în urmă cu câteva luni, 15% au fost în urmă cu cel puțin un an, iar peste 45% au fost la teatru acum câțiva ani sau niciodată. De fapt, publicul activ de teatru este situat undeva între 4-8% din populația capitalei și este, de regulă, peste 35 de ani, cu studii superioare și cu venituri cel puțin medii.

De ce nu (mai) merg bucureștenii la teatru?

Principala barieră invocată de către cei reticenți la consumul de teatru este lipsa timpului (46%), urmată fiind de prețul biletelor (14%), lipsa de interes (9%) sau lipsa de informații despre spectacole (11%).

Cum se informează bucureștenii despre teatru?

Calea tradițională de informare (afișajul stradal) rămâne ca fiind cea mai importantă (71%). Internetul joacă și el un rol semnificativ, peste 65% din respondenți menționând această sursă de informare, în

¹ Sondaj telefonic derulat în 2016, 2017, pe 1200 de subiecți din municipiul București, pe un eșantion reprezentativ 18+, eroare tolerată +/-2.7% la un nivel de încredere de 95%, prin metoda CATI (computer assisted telephone interview).

timp ce televiziunea este menționată de numai 37% din respondenți, iar ziarele sau revistele culturale de numai 17%. Semnificativă este aici comunicarea în doi pași, prietenii (70%) și familia (62%) jucând un rol determinant în informare și cel mai probabil și în luarea deciziei de a merge la teatru. Acest mecanism de informare și persuasiune privind teatrul ne arată că dimensiunea identitar-simbolică a consumului de cultură rămâne destul de puternică și în cazul publicului de teatru.

Cum selectează publicul o piesă de teatru?

Calitatea spectacolelor de teatru este percepută ca fiind foarte ridicată; aproximativ o treime din respondenți au o părere foarte bună despre spectacole, iar aproximativ jumătate cred că spectacolele derulate în teatrele din București sunt bune, ceea ce ne indică asocierea cu o emoție pozitivă și implicit un indice ridicat de satisfacție în raport cu propriile așteptări. Cele mai importante aspecte luate în calcul de către bucureșteni atunci când aleg să meargă la un spectacol de teatru sunt: actorii 59%, recomandările prietenilor 13% și titlul piesei 12%. Notorietatea actorilor pare să fie determinantă în luarea deciziei de a merge la o piesă de teatru, în timp ce renumele teatrului, regizorul sau recomandările specialiștilor sunt cele care contează cel mai puțin în luarea deciziei de viziona sau nu o piesă de teatru.

Prea puțini bucureșteni la teatru. Ce e de făcut?

Promovarea mai bună a spectacolelor, piesele consacrate, dar și piesele noi sunt cele care ar putea aduce, în cea mai mare măsură, publicul în sălile de teatru. De asemenea, posibilitatea de a achiziționa bilete on-line și spațiul de desfășurarea a spectacolelor în aer liber sau în proximitatea zonei de locuit sunt alți factori determinanți ai creșterii frecvenței teatrelor. Într-o măsură ceva mai mică, dar semnificativă, prețul билетelor și derularea spectacolelor în spații neconvenționale (cafenele, baruri, expoziții) sunt aspectele care mai contează atunci când vine vorba de a frecventa mai des teatrul.

În sala de spectacole sau ...neconvențional?

Bucureștenii sunt preponderent conservatori. Preferă spectacolele derulate în sala de teatru (85%). Aproximativ jumătate dintre intervieuați menționează că spectacolele derulate în parcuri le plac

mult și foarte mult, iar 44% ar prefera spectacolele stradale și într-o măsură mai mică (35%) în cafenele sau restaurante.

Unde mergem?

După criteriul notorietății asistate, cele mai cunoscute sunt Teatrul Național I.L. Caragiale (49%) și Teatrul Nottara (33%). Urmează Teatrul Bulandra (22%), Teatrul Mic (20%) și Teatrul de Revistă "Constantin Tănase" (18%) care ocupă poziția secundă. Teatrul Masca (13%), alături de Teatrul Odeon (13%), Teatrul de Comedie (13%) și Țândărică (12%) sunt pe poziția următoare în topul notorietății, cu o recunoscutibilitate destul de ridicată, specifică brandurilor culturale consacrate.

Notorietatea ghidează publicul! Notorietatea teatrului este semnificativă din perspectiva deciziei de a merge la teatru, deși este evident că notorietatea actorilor este asociată și cu notorietatea instituțiilor de teatru. Astfel, din totalul respondenților care au fost în ultimul an la teatru, jumătate au fost la Teatrul Național I.L. Caragiale. Teatrele care se află pe poziția următoare înregistrează ponderi relativ egale: Teatrul de revistă Constantin Tănase (7%), Teatrul Nottara (6%) Teatrul de Comedie (5%) Teatrul Bulandra (5%). Teatrul Masca (3%) se află în grupa următoare alături de: Teatrul Țândărică (4%) Teatrul Odeon (3%) Teatrul Mic (2%).

Ce preferă publicul?

Tipul de spectacol preferat este cel în care actorii se exprimă atât prin gesturi, cât și prin cuvinte. Ca gen de spectacol, comedia ocupă locul de frunte (76%), fiind urmată de tragicomedie (17%). Teatrul absurd sau tragedia sunt genurile mai puțin agreate de către publicul larg.

Teatrul stradal este preferat de către bucureșteni, peste jumătate din respondenți (61%) afirmând că susțin această formă de exprimare artistică. Cu toate acestea, locul preferat pentru vizionarea spectacolelor de teatru rămâne cel convențional (67%) ar alege să vizioneze un spectacol în sala de teatru). Totuși, există disponibilitate de a consuma teatru în locuri neconvenționale (parc, stradă, metrou, spații alternative) pentru 29% din respondenți.

Teatrul MASCA. Un studiu de caz.

Teatrul Masca își caută destinul pe o piață în care pantomima este relativ puțin preferată de către publicul larg. Ieșirea în spații neconvenționale a sporit notorietatea și interesul pentru spectacolele acestui teatru. Majoritatea celor care au vizionat spectacolele Teatrului Masca au fost în sala de teatru (55%), iar aproximativ o treime (34%) le-au vizionat spectacolele în parc sau pe stradă. Reprezentațiile Teatrului Masca sunt corelate cu o emoție pozitivă, majoritatea celor care au vizionat spectacolele au o părere bună (54%) și foarte bună (42%) despre calitatea acestora. Mihai Mălaimare este actorul asociat cu brandul Masca și rămâne un brand recognoscibil pentru (87%) dintre respondenți. Faptul că Teatrul Masca se definește ca un TEATRU ALTFEL, un teatru ale cărui spectacolele se desfășoară în proporția cea mai mare în aer liber (pe stradă, în cartiere, în parcuri, la metrou etc.) este considerat ca o idee bună (43%) și foarte bună (51%) pentru a ajunge la public.

În loc de concluzii...

Teatrul nu este una dintre formele preferate de consum ale publicului larg. Televiziunea, filmele sau mall-ul câștigă în bătălia pentru consumatori. Teatrul are însă publicul său, cu un nucleu dur mult mai restrâns, dar și cu un public ocazional. El preferă un repertoriu variat și nu agreează specializarea pe anumite genuri.

Există un deficit de informare privind oferta de teatru, dar mult mai important decât informarea este procesul de identificare socială asociat consumului de teatru. Aici prietenii și familia joacă un rol determinant. Cu toate acestea, o mai bună promovare ar putea spori semnificativ numărul spectatorilor de teatru. Decizia de a merge la teatru este determinată în special de notorietatea actorilor și abia apoi de numele piesei sau notorietatea teatrului. Între numele actorilor și brandul teatrului există o relație de interdependență.

Probabil că teatrul nu trebuie să intre neapărat în logica de piață pentru a încerca să fure din publicurile altor forme de consum. Teatrul nu se poate substitui mall-ului, unde hedonismul actului de cumpărare are propria lui logică. Dar ar putea ajunge în spații neconvenționale, la potențialii consumatori, pentru că dacă publicul nu ajunge la teatru,

poate teatrul să ajungă la public. Ar fi ca un fel de întoarcere la începuturi. Poate că o orientare spre o perspectivă de piață ar atrage mai mulți spectatori, dar orice masificare ar aduce probabil cu sine și o scădere a calității. Ori publicul de teatru este un public de nișă, mai educat și cu venituri apropiate de medie, relativ conservator și diferențiat față de consumatorul larg al celorlalte forme de *loisir*. Un public mai degrabă elitist, decât unul de larg consum.

Gardienii, 2010 ■ Arhiva MASCA



ATUNCI & ACUM
Octavian Neamțu

*SOCIOLOGIA PUBLICULUI
DE TEATRU*

Încă nu dispunem de studii și nici de cercetări al căror obiect să fie spectatorii, publicul spectacolelor de teatru. Știm, în general, că de un sfert de veac încoace, teatrele sunt frecventate de un public nou, care în 1948 număra, numai pentru teatrele dramatice, cu 75.8% mai mulți spectatori decât întruneau toate genurile de teatru din 1938. Firește, numărul sporit de spectatori din 1948, la care s-au adăugat alții încă mai numeroși în anii următori, au fost primiți de un număr sporit de teatre dramatice, care au oferit publicului lor din 1968, format din 4.303.000 persoane nu mai puțin de 12.889 reprezentații, față de numai 2.828 reprezentații, la toate genurile de teatre existente, în 1938. Datele acestea, oferite nouă de anuarul statistic pe 1969 al Republicii Socialiste România, sunt foarte valoroase, dar câtuși de puțin suficiente ca să ne permită cunoașterea publicului care frecventează azi teatrele dramatice din România Socialistă.

Fără nici o pedanterie, și fără nici o exagerare, cunoașterea spectatorilor presupune stabilirea măcar a unui minim de indicatori, care să-i diferențieze pe sexe și vârste, pe ocupații, după pregătirea școlară, după genurile preferate... Dar o lucrare, cât de cât completă, pretinde neapărat și determinarea cât mai apropiată a motivațiilor, a reacțiilor, și nu numai la nivelul țării, ci și pe localități.

Simpla enunțare a unor asemenea deziderate de investigație conține și justificarea lor. Patru milioane trei sute de mii de spectatori nu pot fi în nici un caz tratați toți la fel, nici în privința exigențelor, nici în aceea a preferințelor lor față de teatru, și nici în privința intențiilor teatrului și a teatrelor dramatice față de ei.

Este aproape sigur, că în conducerea artistică, dar și în conducerea administrativă, a teatrelor există persoane în măsură să dea informații destul de precise în legătură cu spectatorii care le frecventează. Dar, de



A murit moartea, mări!, 1992

Arhiva MASCA

obicei, asemenea informații se referă în primul rând la preferințele, nu prea greu de identificat, ale publicului, fapt important, dar nu primordial, dacă ne preocupă cunoașterea spectatorului în vederea unei politici a teatrelor. Lipsa unor cercetări în această direcție nu oglindește o lipsă de interes față de publicul teatrelor. Dimpotrivă, toate datele de care dispunem ilustrează o grijă continuă, un efort susținut de a pune la dispoziția spectatorilor unități tot mai multe, cu o dotare tehnică și artistică tot mai ridicată, dovadă faptul, că în numai zece ani, din 1938 și până în 1948, numărul teatrelor și instituțiilor muzicale se ridică de la 18 în 1938 la 50 în 1948 și se urcă în următorii douăzeci de ani la 129, câte numărăm la finele anului 1968, dintre care 43 sunt teatre dramatice. Interesul pentru creșterile cantitative caracterizează această a doua jumătate a veacului nostru, împingând, adeseori spre fundul scenei atenția de acordat calității spectatorului.

În realitate, însă, cunoașterea spectatorului constituie un element fundamental în progresul artistic și în general cultural al unei națiuni. De fapt, lucrurile nici nu trebuie argumentate, și o dată declarate ne surprindem vinovați de nesocotirea lor.

La începutul secolului trecut, scriind despre Germania, și ocupându-se de arta dramatică, doamna de Staël, atrăgea atenția că spre a obține un succes de răsunet pe scenă, este necesar să fi studiat publicul căruia ne adresăm, precum și motivele de toate felurile pe care se întemeiază opinia sa. Recomandarea doamnei de Staël se adresa autorilor dramatici, dar ea este tot atât de valabilă și pentru cei care administrează teatrele. Nici R. W. Emerson nu omite să stabilească importanța publicului în evoluția literaturii engleze, despre care scrie pe la mijlocul secolului al XIX-lea, tot așa cum aproape un secol mai târziu, Alfred Fouillée explică trăsăturile literaturii franceze prin trăsăturile publicului francez. Nici Nicolae Filimon nu a socotit de prisos să includă în cronicile sale dramatice observații judicioase cu privire la spectatori, și la reacțiile provocate de spectacolele ce li se ofereau. Iar Mihail Eminescu se ocupă, pe larg, de importanța publicului în progresul dramaturgic, subliniind interdependența reală și necesară între autorii care, înțelegând spiritul națiunii lor, „să ridice prin și cu acest spirit pe public la înălțimea nivelului lor propriu”. ”În orice caz – stăruie Eminescu – autorul trebuie să scrie pentru publicul ce-l are; deși nu zic, și încă cu tot dinadinsul nu voi

să zic, ca el să se coboare până la publicul lui... ”. Explorarea scrisorilor lui Ghica și Alecsandri, a scrierilor lui Negruzzi, a periodicelor din secolul al XIX-lea, ar dezvălui numeroase aspecte sugestive privind rolul spectatorilor în evoluția teatrului dramatic din România. Pompiliu Eliade consideră justificată includerea activității lui Fourreaux printre factorii care au influențat spiritualitatea României în secolul trecut...

Publiciștii noștri de la începutul secolului XX, mai puțin înclinați spre statistici globale, au acordat atenție publicului, diferențiindu-l, de la cel care caută – cum spunea Ilarie Chendi - „umorul grotesc în teatrele de vară”, până la „domnul care admiră”... și până la „publicul cel mare”, pe care-l considera „singura noastră mângâiere, poporul nostru, care din fire este înzestrat cu destul bun simț, pentru a nu îngădui să i se falsifice gustul...”

Sunt foarte convins că și azi observarea metodică a spectatorilor va îmbogăți considerabil ceea ce știm despre cei peste 4.000.000 de spectatori ai teatrelor dramatice din România. Acum un deceniu și jumătate, pe vremea aceluia stenic „n-aveți un bilet în plus”, mă învecinam în sălile de teatru, seară de seară, nu numai cu tinerii muncitori și muncitoare, ci și cu academicieni, medici, scriitori, studenți, cunoscuți mie. Pe atunci, tinerii din fabrici abia trecuseră de douăzeci de ani și, frumoși ei, și frumos îmbrăcați, urmăreau atent repertoriul teatral al acelor ani... Azi, ei se apropie de 40 de ani, academicienii de atunci au și ei un deceniu și jumătate mai mult, studenții sunt de mult ingineri, profesori... Mă întreb, câți din ei au rămas credincioși teatrului?... Știu prea bine că în acești ani situația lor materială s-a îmbunătățit, și că preocuparea pentru o toaletă elegantă nu s-a pierdut... Dar, nu cumva, pentru motive care ar merita să fie stabilite, între timp ei au părăsit teatrul, și au devenit robii televizorului?

Asemenea cercetări se fac în lume, și nu numai pentru interese comerciale, ci și pentru orientarea politicii culturale. Încă din deceniul al 6-lea, sesiunile unor foruri de specialitate ca Centrul de studii filozofice și tehnice ale teatrului, din Paris, întemeiat în 1948, includeau în programul lor nu mai puțin de cinci comunicări al căror obiect era spectatorul, publicul, problemă prezentă, de altfel, și în aproape toate celelalte comunicări ale sesiunii. Problema spectatorului de teatru, problema publicu-





lui teatrelor poate forma o preocupare a sociologiei artei, a sociologiei teatrului, a sociologiei grupurilor sociale. Situarea problemei la una sau alta din aceste sociologii diversificate n-ar trebui să frâneze însă cercetarea sociologică, adică multilaterală, directă a spectatorului, a publicului.

Preluarea unor rezultate din cercetări efectuate în alte culturi nu ar fi eficientă. Nu ar folosi nimănui să ne trudem, în fel și chip, să ajustăm pe noi, indicatorii stabilității pentru „omul unidimensional” al lui Marcuse, sau pentru cel al societății industriale configurate de Raymond Aaron. Eficiența unei cercetări sociologice directe începe să se manifeste tocmai în precizarea caracterelor proprii unei anumite societăți, situată în timp și loc. Și nu avem deloc motive să fim decepționați dacă croiul „en-vogue” al omului unidimensional sau al celui contestatar nu ni se potrivește. Preocupați, în primul rând, de dezvoltarea economică nu ne-am luat decât în prea mică măsură timp să conturăm în studii profilul spiritual din acești ani, al omului societății române contemporane. Cine își va acorda însă acest răgaz va putea trasa profilul inedit al unui om, în același timp, realist și înaripat de vise, receptiv la nou, și receptiv chiar și la tot ce este „la modă”, pe care o acceptă însă cu un ușor zâmbet sceptic, ca omul care face o concesie unui biet lucru trecător, un om integrat încă din prima tinerețe în mediul său, sigur de viitor, și conștient că poate contribui maximal la desăvârșirea lui...

Punctez aceste linii cu gândul la oamenii pe care-i întâlnesc în orașele și satele prin care mă poartă îndatoririle cercetării, de-a lungul și de-a latul țării, și având în față datele anchetei efectuate de Centrul de cercetări pentru problemele tineretului, anul trecut, în rândurile tinerețului din mediul rural și din mediul urban.

Nu suntem încă în măsură să comunicăm cifre, dar a devenit pentru noi clar faptul, că televizorul și radioul n-au alungat teatrul, de pe terenuri pe care teatrul le deținea, ci aceste teribile instrumente contemporane au ocupat mai ales terenuri virane. Și ne dăm seama prea bine, că puterea lor adeseori brutală, care se manifestă uneori ca un dușman, poate fi transformată într-un aliat, care să aducă oamenii la teatru, și nu să-i îndepărteze de el.

Una dintre tezele de bază ale sociologiei românești ne învață, că „adevărul sociologic ne îndeamnă la acțiune”, ceea ce înseamnă, că acțiunea presupune cunoașterea adevărului sociologic, prin cercetare. Romanticismul caracteristic oricărui realist mă îndeamnă să văd posibilă prezența studenților de la Institutele de teatru în rândurile echipelor de investigație sociologică ale Centrului de cercetări pentru problemele tineretului, și nu numai în orașe, ci și la sate, pentru că teatrul nu are numai publicul existent azi, ci și pe cel pe care și-l formează, prin acțiune, pentru mâine, dacă vom ști, și ne vom osteni să-l formăm.

Mergând în sate și în orașele de provincie care nu au teatre, tinerii studenți ai institutelor de artă, viitori actori, regizori, directori de scenă, critici dramatici, vor avea surpriza să întâlnească o lume tânără, o lume care dispune nu numai de tinerețea anilor, ci și de tinerețe spirituală, o lume de profesori, ingineri, medici, tehnicieni, economiști, țărani cooperatori etc., informată, competentă, binevoitoare, dar exigentă, căreia îi vor putea insufla interesul pentru teatru, de la care vor putea afla ceea ce ar trebui să li se spună, și căreia oamenii de teatru sunt datori să le ofere spectacole de teatru, de cea mai înaltă calitate.

Marii actori și-au cunoscut publicul, și publicul i-a cunoscut pe ei... Caransebeșul, în care am crescut, a cunoscut turneele lui Zaharia Bîrsan, la Lugoj a venit Constantin Nottara, la Oravița a poposit Mihai Pascaly, cu Mihail Eminescu... Asemenea tradiții nu are numai partea de vest a țării, ci toată România, iar asemenea tradiții obligă la spectacole de înaltă ținută, care să nu decepționeze „publicul mare”, de care pomenea Ilarie Chendi... Dacă nu suntem decizi să valorificăm sociologia spectatorului printr-o acțiune perseverentă de formare a spectatorilor, cercetarea nu are cum să dea rezultate. Ea devine posibilă, viabilă și rodnică, abia când „se transpune în viață”, prin presa centrală și prin cea locală, prin programele de sală și prin turnee, prin repertorii diferențiate, prin tenacitate susținută de covingerea fermă, că teatrul, act de cultură, este o investiție pe termen lung, dar certă.

România de azi, și mai ales România de mâine nu-și recrutează spectatori de teatru numai din localitățile care dispun azi de teatre dramatice, ci și din toate cele care încă nu au, dar vor avea mâine, și care ne așteaptă de pe acum, ca să-i cunoaștem, și să știm ce să le oferim.





ANCHETĂ
Cristina Enescu

***DIRECTORII DE TEATRE
DESPRE PUBLIC***

Deciziile principale cu privire la strategiile privind relația cu publicul se iau în orice teatru, fie el de stat sau privat, în primul rând de către aceia care îl conduc. De aceea, pentru că ne dorim ca acest număr special să fie cât mai lămuritor, am alcătuit un set de întrebări destinate directorilor de teatru și am contactat zece directori de teatru dintre care șase conduc teatre de stat, iar patru teatre independente/private. Doi dintre directorii de teatre de stat au refuzat/evitat să răspundă. Ion Caramitru, directorul TNB ne-a transmis că *”întrebările s-ar potrivi mai degrabă responsabililor cu marketingul și relațiile publice din teatre, decât directorilor”*. Constantin Chiriac, directorul Teatrului Național ”Radu Stanca” din Sibiu, ne-a răspuns prin intermediari că 2018 este, pentru teatrul condus de dânsul, *”un an dedicat studiului publicului spectator și cercetării în vederea formării noului public”*. Fără alte explicații, deși le-am cerut. Vom reda mai jos răspunsurile primite la fiecare dintre întrebările noastre.

1. Căruia tip de public se adresează, respectiv vă doriți să se adreseze teatrul pe care îl conduceți?

Alexandru Darie, Teatrul Bulandra: Publicul Teatrului Bulandra este unul care iubește ceea ce în mod stupid se numește ”teatrul de artă”. Adică teatrul. Deși de foarte multe ori jucăm cu casa închisă, mi-aș dori ca un public încă și mai numeros să fie atras de teatrul interesant,

care pune niște probleme și nu e doar *entertainment* – nu că divertismentul ar avea ceva negativ.

Ca vârstă, noi avem un public profund deschis la ambele capete. Există un interes activ al tinerilor, apoi segmentul 30-40 care vine destul de rar (pentru că sunt oameni ocupați), dar care vin la spectacolele importante chiar dacă textele sunt considerate uneori mai dificile. Avem și segmentul 50+, oameni care cunosc foarte bine Bulandra și vin să îi vadă actori pe care îi iubesc de mult. Publicul nostru nu este unul captiv într-un anumit gen, ci apreciază textele cu o anumită profunzime - și, desigur, montările interesante, inovatoare.

Tompa Gabor, Teatrul Maghiar de Stat din Cluj: Încercăm mereu să ne adresăm tuturor straturilor de public, dacă putem vorbi așa, și publicul cel mai simplu, și cel tânăr sau vârstnic, cu diverse background-uri sociale. În primul rând Teatrul Maghiar vrea să fie teatrul tuturor clujenilor, indiferent de naționalitate sau de limbă. Noi titrăm și traducem la cască spectacolele, și în engleză. Statistic vorbind, cel mai bun public al nostru sunt studenții clujeni.

Andreea & Andrei Grosu, Teatrul unteatru: Unteatru este, întâi de toate, o poveste construită cu și de oameni care iubesc teatrul. Credem în arta frumos alcătuită, în spectacole curate pe care să le oferim publicului. Iar spectatorii noștri, ne place să considerăm, ne devin oglinzi. Și ei, la rândul lor îmbrățișează în mod egal nevoia de a vedea frumosul întâmplându-se pe scenă.

Ne adresăm tuturor categoriilor de vârstă și propunem exclusiv proiecte de calitate care să genereze un flux alternativ de spectatori. De regulă, cei ce ne trec pragul sunt fie deja familiarizați cu acest microb - fiind consumatori împătimiți ai teatrului de artă, fie caută să transforme mersul la teatru într-un exercițiu constant practicat. Cât despre cei aflați (mai) la început de drum, ne-am bucura să îi putem contamina și forma, astfel încât să-i păstrăm cale lungă lângă noi, curioși să (ne) descopere.

George Mihăiță, Teatrul de Comedie: Teatrul nostru, fiind unul de comedie, așa cum îi arată și titulatura, se adresează tuturor celor care au simțul umorului, indiferent de vârsta lor. Dar suntem deschiși, totodată, experimentelor și tinerilor dramaturgi români, montând aces-

te spectacole la Sala Nouă. Așa se face că, în realitate, repertoriul nostru este destul de variat, împacând variate gusturi.

Ovidiu Mihăiță, Aăuleu, Timișoara: Nu cred că mai ținem cont de tipul de public. Când am început, aveam un public foarte sau chiar exclusiv tânăr. Copii, liceeni, adolescenți, studenți. De-a lungul anilor publicul s-a diversificat foarte tare. Acum vin foarte mulți vârstnici aduși de nepoții lor, vin și foarte multe familii – cred că asta e cea mai bună țintă. Eu sunt prezent la toate spectacolele noastre. Unii spectatori vin cu copii de 6-7 ani, care sunt deja spectatori de teatru. Familiile astea "complete" sunt cea mai mare țintă a noastră. E ca un ritual, să meargă în familie la teatru, mai mănâncă o prăjitură, au o seară completă, discută...

Voicu Rădescu, Teatrul Luni de la Green Hours: Ne dorim, cel puțin, să ne adresăm unui public curios, "în căutare", l-am numi de aceea, Public Viu.

Marinela Țepuș, Teatrul Nottara: Orice manager își dorește ca teatrul pe care îl conduce să răspundă așteptărilor cât mai multor categorii de public. Așa se întâmplă că mai toate teatrele bucureștene fac spectacole de toate felurile, pentru toate gusturile, pentru toate vârstele, pentru toate categoriile sociale. Sigur, ne dorim un public elevat și atunci le oferim spectacole cu un înalt conținut ideatic. Sigur, ne dorim să ajungem pe lista scurtă a festivalurilor prestigioase și a juriilor de selecție ale Galei Premiilor UNITER și atunci facem spectacole cu echipe de creatori renumiți, care, în general, ne impun propriile opțiuni. Dar cel mai sigur rămâne faptul că ne dorim să avem sălile pline și atunci nu ne mai dăm în lături de la a face comedie, multă comedie, chiar dacă riscăm să nu ne mai agreeze lumea bună a teatrului românesc. În ceea ce mă privește, am făcut studii de piață cu o firmă specializată (IMAS) chiar la preluarea primului mandat; în urma acestor studii, aceeași firmă ne-a făcut o strategie culturală, care a decurs din exigențele repoziționării și reconstrucției identității teatrului, bazându-ne pe două direcții principale:

- A. *Produsul de masă al Teatrului Nottara (Sala Horia Lovinescu)-spectacolul de comedie și*
- B. *Produsul premium al Teatrului Nottara (Sala George Constantin)*

(Re)construcția produsului premium al teatrului nu implică altceva decât o croială mai atentă a ofertei, plecând de la faptul că aceasta este dedicată unui segment de public mult mai restrâns, dar unul avizat, deschis tuturor abordărilor, inclusiv celor considerate elitiste. (...)

Nu trebuie neglijat nici aspectul educării publicului larg, în sensul creării, în timp, a unui orizont de așteptare care să includă și opere teatrale cu o stilistică proprie celor mai actuale/originalie direcții de inovare spectaculară și dramaturgică.

Chiar dacă, în mare parte, teatrele bucureștene sunt tributare propunerilor regizorilor cu care doresc să colaboreze și, mai ales, publicului pe care încearcă din răspuțeri să-l atragă și să-l fidelizeze, Teatrul *Nottara* a încercat să urmeze această strategie, creând un repertoriu coerent pe cele două tipuri de produse. Rezultatul a fost întinerea publicului la Sala *George Constantin* și păstrarea publicului fidel la Sala *Horia Lovinescu*.

2. Prin ce metode și cât de des luați pulsul publicului referitor la:

a) producțiile curente

b) ce și-ar dori publicul să vadă în viitor?

Alexandru Darie: Nu facem sondaje, în general, eu personal consider că e inutil. Omul, când e pus în fața unor întrebări de genul "ce ați dori să vedeți la Teatrul Bulandra?", e pus într-o dificultate pentru că, nefiind din meseria noastră, nu are cum să cunoască multitudinea de texte interesante sau noi, cu atât mai puțin dacă îi întrebi ce regizori ar dori – poate ar enumera niște nume faimoase. Nu cred în astfel de cercetări. Dacă întrebi oamenii dacă le-a plăcut un spectacol sau nu, probabil că mulți vor fi politicoși în răspunsuri, sau celor care sunt cârcotași din naștere nu le place nimic, deci nu vei afla mare lucru. Sigur, am putea comanda astfel de sondaje unor agenții specializate, dar nu am simțit nevoia. Cred că

foarte puțini oameni vin la orice fel de spectacol; fiecare spectacol își are publicul lui, cumva.

Tompa Gabor: Destul de des, după fiecare producție organizăm 2-3 discuții după spectacol, cu publicul. Există și unele chestionare. Feedback-ul oamenilor e destul de regulat. Există și pe Facebook această posibilitate. Nu ne organizăm însă repertoriul neapărat în funcție de placul publicului.

Andreea & Andrei Grosu: Producțiile curente: Teatrul independent are o dinamică a lui, aparte, pe care continuăm să o descoperim o dată cu fiecare producție. Încercăm să fim atenți și receptivi în permanență la gustul publicului. E important să înțelegem ce-cum-cât funcționează atât pe scenă, cât și în sală. Ne lăsăm purtați întâi de toate de intuiția artistică, însă ulterior tragem linie și începem analiza. Pornim de la feedback-ul spectatorilor și asta fiindcă primim constant păreri din partea acestora, la final de reprezentație. Dinamica pe care o aminteam anterior rezidă din îmbinarea mai multor elemente-cheie. Curiozitatea și apetența publicului pentru un anumit tip de spectacol este generată, desigur și de impactul obținut în urma campaniilor de promovare și al acțiunilor interactive din social media - din felul în care acesta reacționează și acționează totodată în fața conținutului livrat. Programarea spectacolelor și implicit vânzarea de bilete depinde și de cum este împachetată povestea din spate, și atunci, în funcție de fluxul de spectatori înregistrat la fiecare spectacol, înțelegem unde trebuie să plusăm și cum.

La noi sunt spectacole care se joacă încă de la început cu casa închisă, sunt titluri celebre pe care spectatorii le caută cu aviditate, fapt ce ne îndeamnă să suplimentăm cu încă o reprezentație atunci când cererea este mare. La fel de bine, se joacă și spectacole care au nevoie de o intimitate a lor și sunt gustate doar de un anumit tip de public, poate mai restrâns. Înțelegem, apreciem și analizăm semnul. Încercăm să fim onești - cu noi și cu spectatorii noștri, pe care îi considerăm cei mai sinceri prieteni - și în funcție de „pulsul înregistrat”, să cântărim traseul fiecărui spectacol.

Invităm să lucreze la noi artiști din generații diferite, cu viziuni diferite, astfel încât să testăm cât mai mult curiozitatea celor ce vin. Și

știm că sunt povești care prind și povești al căror drum se încheie mai repede. Totul se întâmplă asemeni unei mișcări circulare.

Ce și-ar dori publicul în viitor.... Am încercat să conturăm un repertoriu cât mai variat o dată cu fiecare stagiune. Ne-am dorit să găndim și să propunem spectacole care să vină în întâmpinarea unei palete largi de nevoi și gusturi. Esențe tari, inteligent consumate. Texte clasice și contemporane, atât din dramaturgia românească, cât și din cea universală și-au făcut loc pe scena noastră. Am trecut de la teatru clasic la spectacole-experiment, de la teatru coregrafic, la povești spuse în limba engleză, de la producții pentru cei mici, la teatru-concert, *workshop*-uri, proiecte educaționale și un micro-festival de teatru și prietenie, întâmpinat anual. Am accesat stiluri noi și am încercat să le explorăm.

Ne asumăm însă că nu deseori comediile și-au făcut loc la noi în agendă. Și nu pentru că n-am ști că spectatorului i-ar fi drag să râdă cu poftă la spectacole, ci pentru că suntem convinși, că până și o dramă, dacă e inteligent construită, poate naște zâmbet și gând. Iar contrapunctul unui rol bine realizat poate deveni cea mai spumoasă comedie. Ne propunem ca pe viitor să acoperim și această zonă, să suplimentăm numărul spectacolelor pentru cei mici și să creăm un spațiu (cu mult mai) intim pentru producțiile de tipul one-man-show. Lăsăm idei la crescut, cât să (sur)prindă.

George Mihăiță: Orientarea și așteptările publicului sunt foarte vizibile prin reacțiile sale pe Facebook, de pildă, rețea care deja a devenit „instrumentul” cel mai bun pentru a lua pulsul. Este un proces continuu, care are calitatea de a se petrece în timp real. Relevante sunt, deopotrivă, mesajele spectatorilor, cărora le răspundem mereu cu mare plăcere.

Ovidiu Mihăiță: Nu avem vreo metodă. Cred că e important ca oamenii de teatru să stea la discuții cu publicul înainte și după spectacol. Noi facem asta. Recent am vorbit cu niște spectatori, care vin la teatru neștiind la ce spectacol vin de fapt. Văd doar un titlu, nu știu nimic despre autor (mai ales că majoritatea spectacolelor noastre sunt pe texte noi), vin cumva ca la loterie, nu știu ce vor primi, deci nu își doresc neapărat anumite trăiri, ci vor să vadă ceva autentic. E greu să găsești ”rețeta” aia care să mulțumească și vegetarienii și carnivorii. Toți sunt în aceeași sală și consumă același produs

teatral, deși gusturile lor pot fi foarte diferite. Cred că scopul nostru nu e să oferim ceva care să placă tuturor sau la cât mai mulți, ci să fim sinceri în ceea ce oferim. Suntem ca o cantină la care mănâncă și regele, și ultimul sărac, iar noi trebuie să ne asigurăm că nu pleacă nimeni flămând.

Voicu Rădescu: Practica observării cvasipermanente a spectatorilor din Green și a reacțiilor acestora reprezintă circa 98% din „metodele” de interogare a „pulsului publicului” Teatrului LUNI, atât asupra a ce a vizionat, cât și, ca rezultat, asupra a ceea ce pare că și-ar dori să vadă aici în continuare...

Marinela Țepuș: În afara studiilor de piață de care am pomenit, IMAS a realizat pentru noi un chestionar intitulat *Juriul spectatorilor*, pe care îl oferim începând cu anul 2013 înainte de fiecare reprezentație, împreună cu un creion. Periodic, chestionarele completate sunt centralizate, astfel încât suntem permanent conectați la pulsul publicului, aflându-le părerea despre producții, despre creatori, despre personalul administrativ, despre confortul sălilor etc.

3. Ați fi dispus să oferiți chestionare după fiecare reprezentație, cu întrebări legate de spectacol dar și de întreaga experiență la teatru (atitudinea plasatoarelor și garderobierelor, locuri de parcare, achiziționarea de bilete online, existența unui mini-bar, etc)?

Alexandru Darie: Noi avem o comunicare foarte bună cu publicul, cu câteva mii de oameni avem contact pe email (toți cei care cumpără bilete online lasă adresa lor de email, așa că îi anunțăm și de orice modificare din program). Nu cred în chestionare, răspunsurile pot fi nesincere, poate cuiva nu îi place un spectacol și va critica totul. Nu ne ferim de critici, dar asta nu ne oferă o imagine obiectivă. Sondajele făcute prin agenții sunt altceva, acolo omul răspunde în mod anonim, unui terț. Altfel, e ca și cum ți-ai face ziua de naștere, iar la sfârșit îi întrebi pe invitați dacă s-au simțit bine și ar mai veni și altă dată. Am încercat asta în trecut, dar cu rezultate nesatisfăcătoare, oamenii fie nu au completat chestionarul, fie au scris alte lucruri, glume...

Tompa Gabor: Există asemenea formulare, poate nu cu aceste întrebări legate de condițiile de acces de exemplu. Dacă am pune întrebarea legat de parcare, toate răspunsurile ar fi catastrofale, dar nu din vina noastră (din nefericire autoritățile nu au rezolvat problema parcării și a regulilor de trafic din apropierea teatrului; de aceea, de regulă spectacolele noastre încep cu 10-15 minute întârziere, pentru că accesul este îngreunat).

Andreea & Andrei Grosu: Chestionarul poate fi într-adevăr o metodă extrem de utilă. Este o strategie pe care, din vreme în vreme o abordăm, cât să-i testăm eficacitatea și să ne identificăm, prin perspectiva spectatorilor, plusurile și minusurile. Avem convingerea că activitatea unui teatru nu se rezumă strict la actul artistic, ci ea rezultă din buna funcționare a mai multor elemente și departamente. Iar baza, trebuie să consiste într-o structură managerială solidă. Feedback-ul primit din partea spectatorilor noștri ne ajută întotdeauna să rămânem racordați la dorința de a ne perfecționa, de a păstra constanța lucrurilor bine făcute și de a încerca abordări noi. Vizionarea unui spectacol este, de fapt, o experiență în sine. Și ne dorim ca spectatorul unteatru să primească toată pasiunea și munca noastră. Așadar, orice detaliu este relevant.

Încercăm, pe cât posibil, să acoperim, prin resursele de care dispunem în sectorul independent, toate necesitățile spectatorului. Ne propunem să fim cât mai practici, eficienți și să funcționăm conform unui sistem care să nu pună spectatorul în încurcătură, ci să vină în întâmpinarea nevoilor sale.

George Mihăiță: Modalitatea cea mai nimerită de a afla părerile publicului este una adaptată timpurilor, și anume rețelele de socializare online sau mesajele primite prin e-mail. De obicei, reacțiile sunt imediate, permițându-ne astfel să luăm măsuri, dacă este cazul, cât mai rapid.

Ovidiu Mihăiță: Nu, pentru că mi se pare că am fi ca cei de la companiile de telefonie mobilă, ”vrem să vă răpim 5 minute din prețiosul dvs timp pentru a ne îmbunătăți serviciile”. Cred că de asta trebuie să ne dăm seama noi cumva, fără să ne-o spună oamenii. Fiecare teatru ar trebui să fie în stare să cuantifice cumva (ne)mulțumirile



Arhiva MASCA

■ *Fior d'amor in Bucuresti, 2014 / foto: Dana Mitică*



Parada, 1992

Arhiva MASCA

oaspeților, iar asta poți face doar dacă interacționezi cu publicul. Noi încă nu suntem conștienți mereu că spectatorii sunt niște oaspeți, deci trebuie să fim niște gazde bune. Am văzut la Théâtre du Soleil în Paris cum proprietarul stabilimentului salută toți oamenii care vin. La noi, actorii rămân pe scenă și pleacă după ce iese publicul, spectacolele au un fel de prelungire de discuții, care vin natural, oamenii mai întreabă câte ceva...

Voicu Rădescu: Desigur, da.

Marinela Țepuș: Cum spuneam, o facem, cu succes, din 2013 și ne ghidăm în alegerea repertoriului și pentru remedierea unor neajunsuri administrative, după părerile exprimate de spectatori în chestionare.

4. Ce atrage mai mult publicul spre spectacolele teatrului pe care îl conduceți: Piese-actori-regizori celebri? Promovarea? Ecourile din presă și social media? Altele?

Alexandru Darie: O combinație a acestora. Din păcate, nu am observat un interes special al publicului larg față de cronicile de specialitate. În țări precum SUA sau Marea Britanie, niște cronici bune sau proaste pot hotărî soarta unui spectacol. În general, în restul Europei interesul publicului e mai scăzut față de cronici. La noi, publicul cred că e atras de "seriozitatea demersului", cum spunea Lev Dodin. O comedie, o dramoletă, o tragedie, totul trebuie făcut cu profesionalism. Am avut piese mai ușoare care au mers foarte bine, dar și unele care au fost taxate de public. Sau piese unde, deși existau regizori și actori importanți, textul nu era interesant.

Tompa Gabor: Metoda *bouche à l'oreille* duce vestea unui spectacol de excepție. Sigur că acest spectacol se poate lega de numele unui mare regizor, sau de un titlu mai puțin jucat dar celebru, un autor celebru sau așteptat, sau de o distribuție solidă cu actori cunoscuți. Am avut parte de toate.

Promovarea e importantă, și avem încă multe de făcut aici, nu

cred că am exploatat toate posibilitățile existente, inclusiv relațiile cu anumite televiziuni. La social media cred că stăm mai bine, avem trailere din ce în ce mai interesante făcute, avem afișe... Și organizarea poate face mai mult în privința legăturilor cu anumite instituții de educație, școli, universități. Ceea ce cred că influențează mai puțin fluxul publicului este ceea ce apare în ziare, mai ales în cel local de limbă maghiară, pe care nu îl citește multă lume. Revistele naționale sau internaționale ajung prea puțin pe piața clujeană.

Andreea & Andrei Grosu: *Unteatru* este un proiect cultural independent care a apărut din dorința înființării unui spațiu dedicat exclusiv activităților artistice de calitate. O poveste ce și-a găsit identitatea prin dăruirea, talentul și devotamentul tuturor celor care i-au dăruit munca lor. Așadar, ne simțim norocoși să avem o echipă de artiști extrem de talentați și generoși cu publicul lor, o generație tânără, vizibil îndrăgită de spectatori. Ne-am bucurat în timp și de cuvinte de laudă, cronici și ecouri în presa de specialitate, întâmplare ce sperăm să fi păstrat vie atenția celor curioși. Însă, mai presus de toate, credem că publicul este atras de atmosfera aceluia „acasă” pe care am reușit să îl creăm aici.

George Mihăiță: Preferințele publicului sunt variate și variabile, uneori putând atrage numele de pe afișe – actori, regizori –, alteori o manieră mai puțin convențională de promovare. Cum timpul este tot mai prețios, oamenii consultă cronicile sau postările prietenilor de pe rețelele de socializare, care le garantează că vor petrece câteva ore agreabile, departe de grijile zilnice. Dar factorul uman este, cum spuneam, variabil, așa că uneori poate atrage un lucru, alteori altul. Acesta este și provocarea pe care ne-o adresează constant: adu-mă la teatru, convinge-mă!

Ovidiu Mihăiță: Nu avem materiale de promovare. Tipărim afișe, dar nu le lipim prin oraș. Suntem tot timpul sold out oricum. Mai nou facem un anunț pentru spectacolele din următoarele 3 luni. Presa centrală, de specialitate, publicul nostru nu o citește. Cel mai mult cred că atrage reclama ”din gură în gură”. Și pe FB mai apar informații, dar cei mai mulți vin ”pentru că mi-a spus cineva să vin, că merită”. În cazul nostru, cel mai sănătos e când ne promovează altcineva. Eu n-aș trimite

un prieten undeva sau să cumpere un produs dacă știu că nu e bun.

Voicu Rădescu: Cred că toate cele enumerate contribuie la îndreptarea publicului înspre Teatrul LUNI (în mai mică măsură materialele de promovare, aproape lipsă la noi, din lipsă de fonduri și de personal ... altfel și mai frust formulat – din sărăcie). Se adaugă, într-o bună măsură, reputația câștigată în peste 20 de ani de existență.

Marinela Țepuș: Conform sondajului realizat de IMAS pentru Teatrul *Nottara*, criteriile după care spectatorii obișnuiesc să aleagă spectacolele sunt:

- Actorii: 87% dintre spectatori consideră că distribuția este importantă și foarte importantă;
- recomandările unor prieteni, cunoscuți etc.: 63%;
- autorul piesei: 60%.

O importanță neașteptat de mică în alegerea unui spectacol de teatru este acordată regizorilor (58%) și teatrului unde se joacă spectacolul respectiv (46%). Puțini spectatori (30%) obișnuiesc să aleagă un spectacol după o documentare prealabilă în mass-media. Însă un număr tot mai mare de spectatori se documentează și își aleg spectacolele pe care doresc să le vadă pe *site*-urile teatrelor.

5. Pe baza căror criterii considerați că un spectacol are succes la public:

- a) Când e sold out?
- b) Când recenziile sunt favorabile?
- c) Când se discută despre spectacol în mediile sociale?
- d) Când unii spectatori revin la același spectacol?
- e) În funcție de reacțiile publicului în timpul și la terminarea spectacolului? Altele?

Alexandru Darie: Ideal, toate astea. Unele spectacole sunt

foarte discutate în mediile sociale dar nu sunt neapărat sold out. Funcționează însă bine promovarea ”din gură în gură”. Pentru mine contează foarte mult reacțiile din timpul și de după spectacol, dar știu colegi, mai ales regizori, care s-au revoltat că la un spectacol lumea s-a ridicat în picioare, spunând că în România, le place spectacolul sau nu, toată lumea se ridică și aplaudă. Nu e chiar așa, există și aplauze politicoase. Reacția publicului e poate cel mai important element; un spectacol în timpul căruia, Doamne ferește, lumea s-ar ridica și ar pleca în valuri, e clar că are o problemă. Unul unde lumea se bate pe ultimele bilete, în mod normal e unul de succes.

Tompa Gabor: Dacă e sold out, înseamnă un succes de public. Dacă sunt cronici la superlativ, înseamnă că spectacolul a atins o anumită calitate profesională. Noi avem și o busolă proprie cumva, în sensul că suntem foarte auto-critici și raportăm ceea ce realizăm față de ceea ce ne-am propus din punct de vedere artistic. Întotdeauna acest raport ar trebui să fie în echilibru. Un spectacol care e tot timpul sold out nu e neapărat cel mai bun, la fel ca și un spectacol care este aclamat (numai) de critici. Se adaugă și feedback-urile care vin prin premii naționale și internaționale. Toate laolaltă ne dau o imagine. La finele fiecărui an avem niște analize și premii interne, ale trupei, care sunt de multe ori diferite de cele acordate îndeobște.

Nu ne putem baza pe public ca fiind o masă amorfă. Pentru mine important e ca niciun spectacol să nu lase publicul indiferent să nu îi plictisească. În rest, reacțiile pot fi foarte diferite la același spectacol. Am avut experiența asta când am dus unele spectacole în diferite țări. Recepționarea lor a fost uneori foarte diferită la Cluj, București, Budapesta sau la Seoul. Reacția vie a publicului contează foarte mult, însă o reacție de unanimitate pe mine, sincer, mă lasă rece.

Andreea & Andrei Grosu: Nu credem într-o rețetă standard, ci mai degrabă în gândul că „succesul” capătă definiții diferite, în funcție de miza fiecărui spectacol în parte. Dar poate că adevărata reușită se întâmplă fix atunci când ajungi să „câștigi” câte puțin din toate cele de mai sus.

George Mihăiță: De obicei, sălile pline și longevitatea unui

spectacol reprezintă cel mai bun indiciu că un spectacol e de succes. Este adevărat că ne bucură și recenziile bune, discuțiile din rețelele de socializare sau orice altă formă de reacție la spectacol. De altfel, acestea pot atrage și mai multă lume în sălile noastre. Dar când publicul aplaudă frenetic, când sălile sunt pline, știm sigur că vorbim despre un „succes”.

Ovidiu Mihăiță: Când un spectacol are o viață lungă, pentru că asta contrastează puternic cu efemeritatea teatrului. Dacă un spectacol se joacă de mulți ani, înseamnă că publicul îl ”ține în spinare”. Noi avem astfel de spectacole, de peste 10 ani. Avem și un top, unii au venit și de 16 ori la același spectacol.

Referitor la reacțiile din timpul spectacolului și după, sunt mereu atent la ele. Dar cât de mult se aplaudă nu e mereu relevant. Încercăm să le explicăm oamenilor că nu e *nevoie* să aplauzi neapărat.

Voicu Rădescu: Probabil că atunci când 3 sau 4 dintre criteriile de mai sus se potrivesc unui spectacol, acesta poate fi considerat, în măsură mai obiectivă, „de succes”. (Depinde bineînțeles și în ce fel este definit „succesul” de către „producător” și, nu în ultimul rând, de artiștii implicați). Aș mai adăuga un aspect important pentru noi, inclusiv urmare a propriei experiențe. Dacă printr-un anume spectacol, un artist sau mai mulți „se lansează” sau li se mărește sensibil vizibilitatea, se relevă încă un criteriu al succesului spectacolului, dar și al teatrului.

Marinela Țepuș: Ideal ar fi ca un spectacol să însumeze toate criteriile enumerate, și uneori chiar se întâmplă asta. Teatrul *Nottara* „beneficiază” de măcar cinci spectacole care le cumulează pe toate.

6. Ce așteptări credeți că au oamenii referitor la relația teatru-realitate: ”Teatrul trebuie să reflecte/ demaște realitatea” vs ”teatrul trebuie să îmbunătățească societatea”?

Alexandru Darie: Cei care fac teatru trebuie să aibă un al

șaselea simț referitor la ce nevoi sunt, ce îi ”arde” pe oameni în relația cu teatrul și cu viața. Nu cred că teatrul poate sau ar trebui să influențeze realitatea, ci să simtă care sunt problemele importante din realitate. Asistăm la o surprinzătoare (pentru mine) renaștere a teatrului politic, social, care extrage din realitate ceea ce e pe buzele tuturor, dar poate uneori neexprimat. Sigur, există spectacole importante care nu mai au nicio legătură cu realitatea imediată, dar și acolo pot fi găsite idei care îi obsedează pe oameni acum. Teatrul arată adevăruri perene, dar și unele imediate. Mai degrabă realitatea e cea care influențează teatrul decât invers.

Tompa Gabor: Niciuna nu este rolul și nu stă în putința teatrului. Nu cred că putem schimba ceva, ceea ce propunem noi pe scenă sunt niște întrebări, niște modele de conviețuire umană, o realitate posibilă. Ceea ce teatrul poate face e să creeze și să transforme identități. Dacă întâlnirea dintre public și teatru duce la o transformare a ambelor părți, înseamnă că ne-am atins scopul.

Andreea & Andrei Grosu: Teatrul trebuie să știe să spună povești sincere, adevăruri. Să construiască lumi prin care să îi aducă pe oameni mai aproape unii de ceilalți. Teatrul e oglinda și teatrul e *împreună*. Iar unteatru e un gând care a legat oameni într-un proiect cultural curajos și liber.

Credem că poveștile spuse pe scena noastră, lumile imaginate și construite de ai noștri actori, regizori și scenografi talentați au darul de a invita la introspecție, de a pune pe gânduri spectatorul și de a-l emoționa. Însă, tot în asemenea măsură, (un)teatrul nostru ridică semnale de alarmă în fața conceptului de teatru comercial, a platitudinilor și a nedreptății. Totul în speranța unui mâine mai bun.

George Mihăiță: Misiunea teatrului a fost mereu un subiect de discuție, care niciodată n-a aflat un răspuns definitiv. Teatrul acoperă o largă arie de așteptări și alte numeroase meniri, printre care, da, se află și acestea: de a oferi un comentariu pe marginea realității, de a fi o oglindă a acesteia, făcând publicul mai conștient de ceea ce se întâmplă cu el și lângă el. Dar să nu uităm și cealaltă menire a teatrului, la fel de importantă: de a-ți permite să evadezi, să uiți de mizeria din jur și de

a râde când toți cei întâlniți pe stradă sunt posomorâți. Fiecare vine la teatru cu propriile așteptări, așadar, și iese cu propriile concluzii.

Ovidiu Mihăiță: Cel mai bine a spus-o Shakespeare în *Hamlet*, că actorii ar trebui să fie oglinda timpurilor pe care le trăiesc. Nu știu dacă e rolul nostru să îmbunătățim realitatea. În România nu există teatru politic, deși suntem cea mai coruptă țară din UE. Nu țin minte să fi văzut multe spectacole care să vorbească de situații actuale de la noi. E și dificil să ții pasul cu realitățile de la TV. Eu mă chinui să țin totuși pasul. "Demascarea" nu e un termen bun, toată presa și internetul demască realitatea. Nu mai suntem în vremurile când teatrul era singura goarnă publică, acum există și media și internet. Teatrul poate însă să comenteze realitatea cu armele proprii. Putem fi încă bufonii care râd de rege, dar nu la modul batjocoritor și vulgar, ci cu inteligență și cu complicitatea publicului.

Voicu Rădescu: „Trebuie” nu își are de fapt rostul în teatru, în arte în general. Artiștii pot releva, chiar descoperi, ba chiar demasca realitatea prin mijloace specifice. Atunci când reușesc, reies inevitabil (aproape?) sensuri de transformare, de înnoire, de îmbunătățire a societății.

Marinela Țepuș: După colaborarea cu IMAS, am învățat ceva esențial: nu trebuie să "ne dăm cu părerea" în privința așteptărilor/ părerilor publicului; e mult mai bine pentru toată lumea sa-i întrebăm pe spectatori. Nici nu vă închipuiți câte lucruri inedite putem afla! În primul rând vom descoperi cât de inteligenți sunt acești spectatori.

7. Un teatru trebuie să țină cont de feedback-ul publicului la producțiile sale actuale atunci când gândește producții viitoare?

Alexandru Darie: Asta se întâmplă automat. Dar nu înseamnă că alegi neapărat titluri viitoare pe baza succeselor anterioare, dacă a mers nu știu ce dramoleță rusească vom mai pune încă patru pentru că "merg la public". E o perspectivă foarte negustorească. Realitatea se schimbă continuu, la fel și repertoriile. Trebuie însă să ții cont și de un anume specific al publicului. Nu știi ce reacții va avea publicul, dar când

vezi feedback-uri pozitive, mergi mai departe pe aceeași intuiție. Asta e metoda mea, nu neapărat una care ar trebui aplicată de toți. La teatrele specializate, de exemplu teatrul de copii, de păpuși, sau Teatrul Masca, există un target mai clar, iar importanța feedback-ului e cu atât mai mare.

Tompa Gabor: Toate feedbackurile care izvorăsc din dragoste, dintr-o intenție de îmbunătățire, trebuie luate în considerare. Asta nu înseamnă că vom face cum spune X sau Y, dar orice observație care ne ajută să reflectăm sau să ne autodepășim în ceea ce facem e binevenită.

Andreea & Andrei Grosu: *Unteatru* nu poate exista fără spectatorii săi, el se întâmplă și rezistă tocmai prin bunăvoința tuturor celor ce îi trec pragul. Și atunci, de nu ne-am deschide ochii, urechile și mintea înspre a primi din gândul publicului, nu am reuși să construim mai departe. Refuzăm egoismul într-o astfel de ecuație, dar avem în permanență încredere în viziunile, experiența și propunerile artistice ale celor ce vin să lucreze la unteatru.

George Mihăiță: De vreme ce teatrul se adresează publicului, e firesc să țină seama mereu de preferințele și de așteptările lui. Vezi ce a mers bine sau rău acum, îți înveți lecția și o aplici data viitoare. Publicul dă întotdeauna măsura a ceea ce se întâmplă în teatru, așadar e cel mai bun criteriu de judecată în viitor.

Ovidiu Mihăiță: Trebuie să cunoști feedbackul, în primul rând. Nu văd să existe o comunicare liberă între creatorii de teatru și consumatorii lor. Eu stau de multe ori prin public și ascult. E poate puțin pervers, dar oamenii vorbesc necenzurat între ei. Sigur că un director de teatru național nu se va ”coborî” niciodată prin public, decât ca să culeagă lauri.

Asta nu înseamnă că voi schimba direcția artistică sau voi pune numai piese foarte cerute. E vorba de faptul că trebuie să fim conștienți de cum ne privesc spectatorii pe noi și ceea ce facem. De multe ori aplauzele de final sunt o minciună, nu te poți baza doar pe asta.

Voicu Rădescu: Cel puțin într-o măsură da, odată ce ”adrisantul” direct al producției teatrale este spectatorul. Măsura aceasta poate fi





mai mare sau mai mică, în funcție de acea proprie definiție a succesului.

Marinela Țepuș: Categoric da, însă nu trebuie să facem rabat de la calitate. Publicul poate fi educat cu subtilitate și cu inteligență.

8. Ce credeți că doresc spectatorii mai mult: să se distreze, să fie puși pe gânduri, să se emoționeze?

Alexandru Darie: Punerea pe gânduri și emoția, în special, sunt determinante. Chiar și la comedii, unele au ceva în spate, au texte mari, iar altele nu au nicio miză, să râdă lumea și gata. O comedie interesantă mă distrează dar plec și cu niște gânduri. Ideea e ca publicul să iasă de la spectacol altfel de cum a intrat.

Tompa Gabor: Oricine vine cu oricare dintre aceste așteptări se înșală. Cred că publicul trebuie să vină deschis la teatru, fără prejudecăți sau așteptări. Dacă te lași atins de ceea ce vezi ai câștigat ceva. Asta face posibile niște întâlniri care ne pot face, ca oameni, ca cetățeni, mai puternici și mai solidari.

Andreea & Andrei Grosu: Caută să descopere la teatru câte puțin din toate. Emoție, gând, zâmbet. Spectatorul are nevoie să facă cunoștință cu povești diferite, ca până la urmă să ajungă la el însuși.

George Mihăiță: Așteptările sunt diverse, pentru că oamenii sunt diverși. Unul vine la teatru când e trist, așteptând să se înveselească, altul, când e vesel, încercând să-și păstreze tonusul sufletească. Acolo unde unul râde, altul stă pe gânduri. E greu să prevezi reacțiile oamenilor. Asta și face teatrul o experiență vie, pe care n-o înveți niciodată pe deplin, ci o tot reieși și nu te sature de ea.

Ovidiu Mihăiță: Toate la un loc. 99% dintre spectatori vor să se distreze. Nu mi se pare deloc un lucru superficial, dar nu înseamnă totuși că noi trebuie să facem doar asta, ci să fim în stare să oferim publicului ce își dorește dar fără să cădem în ceva de care să ne fie jenă ulterior. Nu vrem să îi facem să râdă cu orice preț, ci să râdă inteligent, și noi împreună cu ei. La teatru e faină complicitatea pe care o poți avea

pe viu cu spectatorii. Mi se pare pervers din partea creatorilor de teatru să creeze intenționat umor sau emoții false prin diverse artificii. Marile spectacole au și umor și altceva, și sărat și dulce. Cred că publicul vrea să guste din toate. Ar trebui să avem anunțuri ca la TV, ”evitați excesul de umor gratuit și emoții false”. Cred că, de fapt, oamenii vor să nu fie păcăliți. Nimeni nu vine ”pentru că vrea să râdă”, ci vor să vadă niște oameni în situații din afara cotidianului. Chiar dacă și plâng.

Voicu Rădescu: Dacă distracția este, eventual, căutată la pachet cu una sau cu amândouă dintre celelalte așteptări, atunci este vorba de un spectator de teatru real. Dacă este vorba numai de a te distra....

Marinela Țepuș: Sunt mai multe „publicuri” și fiecare are propriile sale așteptări. Tot un studiu de piață profesionist realizat ne poate spune asta cel mai bine.

9. ”Publicul = un consumator al produsului teatral” sau ”publicul = un colaborator al instituției teatrale?

Alexandru Darie: La unele teatre publicul poate fi realmente un colaborator, participă la spectacol. La Bulandra publicul e mai degrabă un partener. De multe ori primim emailuri cu mulțumiri, sau și semne de nemulțumire, și atunci vedem în ce măsură vina ne aparține și ce putem îmbunătăți.

Tompa Gabor: E un participant activ, viu, dinamic, în continuă mișcare și transformare. Asta e ceea ce definește teatrul și face diferența dintre receptarea teatrului și cea a celorlalte arte.

Andreea & Andrei Grosu: Un spectator receptiv e facilitator de adevăr. Atât pentru analiza produsului teatral, cât și pentru mecanismul de funcționare al instituției.

E vorba despre o relație de interdependență, de fapt. Adevărul spectatorului despre ceea ce creezi devine implicit adevăr despre întreaga ta misiune, la nivel macro, instituțional. Ori un public cu

simțurile ascuțite devine atent și interesat sau nu de fiecare schimbare sau propunere pe care o aduci. Jocul se preschimbă într-o axă de la A la Z pe care nu o poți parcurge de unul singur, ci ai nevoie de minți lucide care să se implice în asemenea măsură. De colaboratori proactivi, iar aceia sunt întocmai spectatorii.

Ovidiu Mihăiță: Colaborator 100% și partener. Dacă noi avem pretenția să intrăm în viețile oamenilor și să chestionăm realitatea, trebuie ca și ei să participe. La noi, de fapt, mare parte dintre spectacole chiar s-au făcut cu ajutorul publicului. Noi anunțăm public de ce anume avem nevoie pentru diferite producții, iar oamenii ne aduc diferite obiecte, deci ne sunt efectiv colaboratori. E foarte fain pentru oameni să știe că ne ajută, dar nu la modul ”2 lei în cont”.

Am primit tot felul, orice îți poți imagina. De la costume ciudate, mobilier... orice. Altfel n-am fi reușit să facem spectacole, de multe ori. Butuci, gradene, o cortină recuperată de la un alt teatru, un pat, o pianină, un sicriu..... Asta dă o viață nouă unor obiecte vechi, cu o istorie... Un obiect recuperat de la groapa de gunoi poate intra astfel în eternitatea conștiinței spectatorilor, printr-un spectacol în care îl inserăm. Oamenii au aflat că la noi se pot aduce tot felul de obiecte particulare, iar noi le păstrăm (pe cât se poate și le folosim în diferite producții peste cine știe, poate chiar câțiva ani). Acum am construit o budă precum cele din fundul curții de la sate, și chiar am numărat că e făcută din 5 surse diferite de lemn care ne-au fost date.

Voicu Rădescu: Public-receptor & colaborator.

Marinela Țepuș: Teatrul *Nottara* încearcă din răspuțeri să-și facă un public-colaborator. Nu ne dorim spectatori inerti, care aplaudă la sfârșitul reprezentației din politețe.

10. Care credeți că sunt cele mai relevante criterii de departajare a publicului: vârstă, mediu socio-profesional, nivel cultural, grad de fidelizare față de teatru, mediu urban? Altele?

Alexandru Darie: Probabil nivelul cultural e important. Am

văzut un studiu sociologic, care întreba care teatre sunt mai interesante pentru public. Sunt unele teatre la care publicul de la Bulandra nu merge, așa cum sunt și teatre al căror public nu vine la Bulandra. Asta ține și de un anumit nivel cultural, iar prin asta mă refer la oameni care au mintea deschisă – asta o capeți dacă ai citit totuși cât de cât, dacă ai anumite calități intelectuale chiar dacă nu ești chiar un filozof. Există și o categorie de public care vine ca la cinema, uneori comentează în timpul spectacolului ca în fața televizorului, dar e mai rar la Bulandra.

Tompa Gabor: Nu sunt adeptul împărțirii publicului în categorii, la fel cum cred că tinerețea, de exemplu, e mai mult o stare spirituală decât o categorie biologică. Teatrul are puterea de a aduna laolaltă public de toate categoriile într-un loc comun, deși există diferențe de receptare. Teatrul trebuie să aibă efectul unui accident pe stradă, acolo niciun trecător nu poate rămâne indiferent, dacă nu e dezumanizat. Teatrul funcționează la mai multe nivele, dar în primul rând la acest prim nivel visceral, fizic: corpul uman este principalul mijloc de vehiculare a acestei arte, iar corporalitatea e ceva comun tuturor, actori și spectatori.

Andreea & Andrei Grosu: Fiecare indicator în parte contribuie la construirea profilului spectatorului nostru, în funcție de care ajungem să ne coordonăm întreaga activitate. Repertoriul unteatru este unul cu o adresabilitate largă, stabilită în funcție de toate aceste criterii. Fiecare spectacol este gândit pentru un anumit tip de public, e destinat unui segment de vârstă specific și pornește de la o altă miză.

George Mihăiță: Criteriile depind de specificul spectacolului, de temele pe care le pune în discuție, de autorii pieselor. E greu să-ți împarți publicul, pentru că, de fapt, vrei să cuprinzi cât mai multe categorii. Și cred că Teatrul de Comedie reușește cu succes să facă acest lucru în mare măsură.

Ovidiu Mihăiță: Cea mai mare diferență este cea culturală, din asta se văd referințele pe care le au spectatorii, ce și cum înțeleg din ce le prezentăm. Noi jucăm și în multe comunități mici, de exemplu jucăm de câțiva ani, anual, la Petrila la mină sau pe stradă. Când oamenii se atașează de teatru și merg oricând au posibilitatea, în ciuda unui nivel cultural mai scăzut, ei devin deja un public de teatru cumva

uniform. Diferențierea pe vârste cred că e una greșită, teatrul se adresează tuturor.

Voicu Rădescu: Ordinea în care le-aș considera este următoarea: grad de fidelizare față de teatru/cultură, mediu socio-profesional, nivel cultural, mediu urban, vârstă.

Marinela Țepuș: Din nou, nu cred că e bine „să ne dăm cu părerea”, când sunt specialiști care ne pot spune asta cu destul de mare exactitate.

11. Ce tipuri noi de public ați dori să atrageți și cum anume?

Alexandru Darie: E mai puțin vorba de categorii de public, pentru că din fericire avem o paletă destul de largă de spectatori (vârstă, orientare profesională, interese). Pentru atragerea mai multor categorii de public ar trebui să se întâmple multe lucruri în teatrul românesc în general, în primul rând mai multe investiții. Cu toate că poți face un spectacol foarte interesant cu doi actori pe o scenă goală, e vorba de investiții în sens mai larg, noi săli. Dar, așa cum știu cei care conduc teatre, 80% din bugetele existente merg la salarii, impozite și cheltuieli curente, nu direct pentru creații teatrale. Banii din domeniul creației ar trebui să crească, de asemenea investițiile în oamenii tineri. Foarte mulți tineri termină școli de teatru, în țară, dar nu au unde să se manifeste, chiar dacă au talent. Dintr-o promoție de 15 regizori, ajung să facă o carieră unul sau doi. Pe bună dreptate tinerii se plâng „uite câți bani are teatrul X și nouă nu ne dă nimic”. Asta nu e numai în România, dar la noi e cumva o situație falsă, pentru că banii se duc mai ales pe salarii, mai ales în teatrele foarte mari, care paradoxal au mulți angajați dar totuși nu câți le trebuie.

În Germania e o lege care spune că o trupă care face teatru sau muzică și își dovedește utilitatea în cadrul comunității locale și pot dovedi că sunt o organizație non-profit, în al patrulea an de activitate statul e obligat să le suporte o parte din cheltuieli ca subvenție. La noi, însă, e o disperare generală. Noi și alte teatre încercăm să facem tot felul de programe, de exemplu Bulandra a fost primul teatru din

București care a lansat Laboratorul de noapte, acum TNB are programul 9G, mai sunt și alte teatre prin țară.

De asemenea, ar trebui stimulat mecenatul. Sunt opere sau teatre celebre în lume care au sponsori de mare prestigiu, care sunt mândri că dau sume considerabile, fără să aștepte ceva în schimb.

Tompa Gabor: E foarte important să avem o strategie pentru a atrage cât mai mulți tineri, care poate au altă cultură, mai superficială, din școală, sau sunt prizonerii acestei realități virtuale care dă dependență. În anii 90 am făcut câteva spectacole foarte apreciate de copii, iar aceștia au devenit ulterior un public permanent al teatrului.

Andreea & Andrei Grosu: Aceasta este, poate, întrebarea pe care ne-o punem în fiecare zi. Încercăm să evoluăm, așadar căutăm răspunsul punându-ne creativitatea la bătaie și testând cât mai mult. Probăm idei. Ne propunem să conectăm spectatorii cu un repertoriu cât mai diversificat, pentru mari și mici. Brodăm povești cât mai atractive, incitante, în cheie clasică, dar și modernă, astfel încât să putem atrage un public cât mai numeros. Colaborările cu artiști invitați, cu instituțiile de cultură și parteneriatele stabilite în timp ne-au oferit, de asemenea șansa de a ne adresa unor noi targeturi. Prin urmare ne dorim să continuăm legăturile, în vederea înnoirii permanente a zonelor de interes.

Totodată, ne menținem și statutul de teatru-gază și păstrăm cu drag ușile deschise, încercând să oferim vizibilitate și susținere noilor generații de artiști. Invităm publicul să ne devină prieten, atât aici, acasă, cât și în fiecare colț de țară. O să continuăm să pornim la drum de fiecare dată când avem ocazia, din dorința de a prezenta producțiile unteatru în noi spații. Iar la fel de bine, vom augmenta oferta spectacolelor supratitate, adresându-ne, în mod direct comunităților de expați. O să-i păstrăm viu interesul spectatorului, prin generarea unor campanii interactive, care să-l implice în mod direct, biziundu-ne și pe sprijinul partenerilor media de încredere pe care îi avem alături. Un lucru e cert: nu ne vom abate nicicând de la miza noastră – aceea de promova întotdeauna proiecte culturale de calitate, lăsând teatrul să se îmbine armonios cu muzică, dans, film, arte plastice și vizuale.

George Mihăiță: Acest lucru se întâmplă oarecum firesc. În plus, o deschidere importantă spre public o reprezintă proiectele pe care un teatru le găndește, le derulează. Festivalul Comediei Românești – festCO, prin care ieșim din teatru, prezentându-ne în spații mai puțin așteptate: pe stradă, în piețe publice, în cafenele etc. Proiectul Comedia ține la tineri - atrage publicul tânăr. Liceenilor le oferim spectacole gratuite prin proiectul ”Liceeni la teatru”. Ba mai mult, mergem noi în licee în cadrul proiectului “COMEDIA la tine-n liceu”, etc.

Ovidiu Mihăiță: Mi-ar plăcea să am rețeta care să facă tot orașul să vină la spectacolele noastre. Cred că putem face asta zi de zi, creând spectacole bune. Nu cred că e sarcina noastră să gândim strategii de marketing, ci să facem produse teatrale bune pentru nevoile consumatorilor noștri, adică să ne cunoaștem spectatorii. Teatrul e o artă comunitară, trebuie să se adreseze locuitorilor din comunitatea respectivă. De-asta nu cred în regizorii-vedetă, care sunt invitați pe bani mulți să facă un spectacol undeva, apoi pleacă. Trebuie să cunoști caracteristicile, nevoile, problemele diferite ale comunităților. Timișoara e foarte diferită de Arad, deși e la doar 50 de km distanță, au situații și probleme diferite. Reșița e la 100 km, dar are iarăși alte situații. Teatrele ar trebui să își cunoască publicul, iar asta se poate face doar cu regizori preocupați de asta.

Noi ducem muntele la Mahomed, decât să fi așteptat să ne vină oameni noi în sală, mai bine am ieșit noi pe stradă, în centrul orașului, pe acolo trec toți. Am scos spectacole în stradă și dintr-o dată am avut nu 40, ci 700 de spectatori. Timișoara nu e obișnuită cu spectacole de stradă, ca Sibiu. La final, am avut chiar surpriza să vină oameni la noi și să ne întrebe cine suntem, de unde, ce a fost asta, iar apoi să îi vedem pe unii la noi în sală. Dar asta trebuie făcut în mod susținut, ani de zile. Noi așa am câștigat oameni care altfel nu ar fi fost curioși să vadă teatru. Asta nu se rezolvă cu afișe, oricând vine Florin Piersic cu un afiș mai mare decât al tău.

Voicu Rădescu: Educație reală, în primul rând bazată pe stimularea curiozității. Acesta ar trebui să fie însă apanajul mai ales al familiei și al statului / societății.

Marinela Țepuș: Încercând să împlinim așteptările cât mai

multor categorii de public printr-un repertoriu ales cu grijă pentru fiecare sală. Realizăm tot felul de evenimente conexe: spectacole-lectură, evenimente stradale, colocvii, dezbateri pe teme de actualitate. Participăm la evenimentele organizate de alte teatre. Aducem, în distribuții, cu colaborare, actori cunoscuți din alte teatre. Primim trupă cu tineri talente. Organizăm un festival de angajare. Realizăm o promovare agresivă prin toate mijloacele aflate la îndemână. Garnisim bine *site-ul* cu informații despre spectacole, evenimente, creatori. Vindem bilete *on-line* pe *site-ul* propriu, fără comisioane.

12. Social media sunt utile în conectarea cu spectatorii fideli dar și cei potențial noi?

Alexandru Darie: Sunt absolut esențiale. Totul s-a mutat mai mult sau mai puțin pe social media. Vedem și noi cum spectacolele promovate pe social media au public, ceea ce e bine. Asta mai ales la publicul tânăr, care nu mai citește ziare tipărite. Până și emailul a devenit, cumva, o raritate. Cel mai mult se discută și se promovează pe social media.

Tompa Gabor: Sunt utile, mai ales în privința popularizării unor evenimente. E mijlocul cel mai rapid de comunicare, mai ales cu acea parte a publicului care e activ permanent aici. Noi suntem destul de vizitați și în acest mediu, cred că avem cam 10.000 de vizitatori. Sunt un mijloc de comunicare important, dar nu unicul.

Andreea & Andrei Grosu: Mediul virtual îți oferă ocazia de a fi creativ și de a răspândi informația cu mult mai rapid și poate mai atractiv comparativ cu metodele clasice. Credem deopotrivă în puterea cuvântului scris, cât și în cea a celui rostit, în magia imaginii și a sunetului.

Social media te ajută să conectezi puncte și oameni din arii diferite, în momente diferite și totuși, în același timp. Are avantajul de a te învăța cum să ți-i păstrezi aproape pe cei deveniți deja prieteni, dar îți oferă și indicii asupra potențialilor spectatori.

George Mihăiță: Da, sunt foarte utile. Suntem dependenți de Facebook și Youtube. Avem aproape 30.000 de like-uri.

Ovidiu Mihăiță: Categoric. Aș prefera ca teatrul să fie atât de valabil încât să nu aibă nevoie de comunicarea asta facilă, pe care cumva toți ajungem să o urâm deși ne folosim mult de ea. Promovarea teatrului prin social media e una dintre foarte multele promovări ale atâtor produse. Lumea s-a săturat, ajunge să pară că și teatrul e un produs pe care cineva vrea să ți-l bage pe gât. Cred că e mai bună reclama din gură în gură decât un afiș colorat, care țipă ”hai, cumpără un bilet online”.

Voicu Rădescu: Fără să mă bucur pentru acest fapt, cred că au rămas aproape singurele pârgii de diseminare a informațiilor despre teatru – cel puțin despre cel independent, *ne-mainstream*, înăuntrul căruia ne asumăm.

Marinela Țepuș: Da și capătă din ce în ce mai mare amploare.

13. Repetițiile cu public = o variantă pentru atragerea de spectatori?

Alexandru Darie: Fără îndoială. Noi am făcut și vom mai face astfel de experiențe. Lumea e în general foarte încântată să vadă ceva ce de regulă nu poate vedea. Deși e și nu e spectacol acea repetiție, iar actorii simt o povară suplimentară dacă e public la repetiții, oamenii sunt fascinați ca niște copii, e foarte interesant pentru ei, pupitrul de lumini, cum stă regizorul la masă, indicațiile. Noi am făcut repetiții reale astfel, uneori cu regizori importanți care au lucrat la noi. Mereu când avem ocazia e minunat, într-un fel și publicul se simte mai liber.

Tompá Gabor: Da. Există și regizori generoși care acceptă participarea publicului la anumite repetiții, iar această posibilitate de a privi în culise poate trezi interesul publicului față de anumite spectacole. Noi organizăm în fiecare an, o dată sau de două ori (de exemplu de Ziua Mondială a Teatrului) aceste zile ale porților deschise, când facem și tuturi ghidate în spațiile teatrului... Asta poate îi face

să înțeleagă mai mult și actul de creație. Am avut și un proiect comun cu Uniunea Teatrelor din Europa, din care facem parte, în care 200 de tineri au lucrat cu actori la anumite scene, acești tineri neavând nicio legătură școlară cu teatrul. Mulți dintre acești tineri au revenit apoi la spectacolele noastre.

Andreea & Andrei Grosu: O considerăm mai degrabă o metodă-experiment. O șansă pe care o poți oferi spectatorului, cât să-l lași să se familiarizeze cu mediul tău. E ca și când ar păși în culise și te-ar surprinde la lucru. Ar identifica astfel ritmul și metoda și ar înțelege cum funcționează cu adevărat întreaga mașinărie.

E ca un laborator. Un work in progress la care spectatorul devine participant și totodată adjuvant. Și atunci da, ea poate deveni și metodă de atragere de noi spectatori. Fiindcă există o curiozitate ce trebuie hrănită. Un „cum se întâmplă?”. Și în același timp, un prim test, în etapa de lucru, pentru echipa artistică. Uneori, un astfel de exercițiu, poate deveni cea mai utilă confirmare a întregului parcurs / proces.

George Mihăiță: Este o cale și aceasta, numai că ea nu aduce, cred eu, noi spectatori. La acest tip de repetiții ar veni tot publicul fidel, publicul care are o idee deja formată despre ce înseamnă teatru.

Ovidiu Mihăiță: Nu cred. Am încercat asta. E ca și cum aș avea un restaurant și invit clienții în bucătărie, în spate, să vadă cum fac mâncarea, și apoi le urez ”poftă mare!”. Pentru unii e foarte interesant, sunt curioși, dar nu ni se mai pare o idee bună. Nu cred că face bine nimănui. Trebuie să avem intimitatea noastră, după care să oferim un produs finit și bun, nu cum ne dăm noi cu capul de pereți înainte. Dimpotrivă, cred că dacă oamenii ar vedea cum se fac spectacolele la majoritatea teatrelor, nu s-ar mai prea duce la spectacole.

Voicu Rădescu: Poate da, poate nu. Depinde și de artiști, de spectacolul avut în vedere, de „geografia” specifică a teatrului.

Marinela Țepuș: Da, însă nu cred că avem toți abilitatea de a „regiza” asemenea momente. Și mai trebuie să avem o echipă strălucită de creatori pentru a putea atrage publicul spre asemenea evenimente.

14. Sunetul deranjant al telefoanelor mobile este o problemă încă frecventă. Ce ați putea face mai mult pentru diminuarea ei?

Alexandru Darie: A apărut un fenomen nou încă și mai deranjant, anume statul pe chat, Whatsapp, FB în timpul spectacolului. Am încercat multe soluții, am vrut să fiu și radical (să aduc instalații de bruijă a semnalului, bineînțeles anunțând publicul că în sală nu există semnal sau internet), dar nu mi s-a permis, se pare că nu e legal. Știu că în alte țări se practică. Cred că ar fi unica soluție, pentru că acele anunțuri penibile pentru închiderea telefoanelor nu au niciun efect. E o lipsă nu doar de bun simț dar și de atenție, nu înțeleg de ce au mai dat banii pe bilet dacă stau tot pe telefon. E, de fapt, un fenomen social mult mai profund.

Mai am o idee, să vedem dacă va funcționa, n-o spun încă până nu văd că funcționează și o pot prelua și alți colegi. Cineva mi-a spus că undeva la un teatru din Europa s-au instalat niște buzunare pe scaunul din fața ta, ești rugat să îți pui telefonul mobil acolo pe durata spectacolului și telefonul nu va mai suna acolo. Dacă ai vreo urgență, scoți telefonul din acel buzunar și ieși din sală când ai nevoie. Nu știu în ce constă tehnologia asta, dar poate ar fi utilă. Trebuie găsită cumva o formulă de coerciție politicoasă, drăguță, ”convingătoare”.

Tompa Gabor: Există diverse mijloace pentru a solicita publicului punerea pe silențios a telefoanelor. Cred că majoritatea spectatorilor s-au obișnuit să o facă, la fel ca în avion unde ai aceeași obligație. Eu aș fi pentru existența unor dispozitive care, în sala de spectacol, să blocheze semnalul mobil. Nu cred că procentajul de situații de urgență care apar în timpul spectacolelor, care pot fi prevenite prin folosirea în acel interval a telefoanelor mobile, ar fi foarte mare. Există teatre în lume unde, când intri, nu mai ai semnal. Soluții există, și ar fi binevenite.

Andreea & Andrei Grosu: Ne încăpățânăm să credem în continuare în puterea bunului-simț.

George Mihăiță: Pot exista, cred, campanii susținute și de mass-media pentru a atrage atenția că folosirea telefoanelor în timpul unui spectacol deranjează. Dar întotdeauna se va găsi cineva care să-și uite telefonul deschis. E o boală umană, deci și românească.

Ovidiu Mihăiță: Noi am renunțat la anunțul ăla, de multe ori penibil, de la începutul spectacolelor. Lumea s-a schimbat față de acum 30 de ani, nu putem ignora că unii nu pot sta fără telefonul mobil, din diferite motive. Telefoanele trebuie cumva incorporate în teatru. În cazul nostru, din fericire, dintr-o sută de spectacole, abia dacă sună telefoane la două dintre ele. Oamenii știu că trebuie să își închidă telefoanele. Poate asta ține de fapt de un respect pe care îl au sau nu față de teatru. Cred că respectul ăsta nu poate fi impus, ci doar câștigat.

Voicu Rădescu: Ne face plăcere să vă transmitem că la Teatrul LUNI această problemă este minimă, ceea ce înseamnă, totuși, că publicul nostru este educat în privința aceasta ☺.

Marinela Țepuș: În ultima vreme se aude tot mai puțin sunetul telefoanelor, însă văd tot mai mulți spectatori filmând sau fotografiind scene din spectacole tot cu telefoanele. Nici nu știu dacă să mă supăr foarte tare... În contextul în care televiziunile, radiourile, cotidienele dau prea puțină importanță culturii, spectatorii pot deveni ei înșiși un fel de PR-iști voluntari, utili promovării producțiilor noastre.



Arhiva Masca ■ Iedera, 2016 / foto: Andrei Gândac

PUBLICUL VĂZUT DIN CULISE

*MIHAELA MICHAILOV,
ALEX CĂLIN, RUCSANDRA POP*

Mihaela Michailov – membru fondator Centrul Replika:

”Teatrele independente asigură accesul publicurilor noi la cultură”

Cred că artiștii independenți sunt mult mai preocupați de categoriile de public pe care încearcă să și le formeze, pentru că nu au stabilitatea financiară a instituțiilor de stat, mă refer în special la teatre. Pentru un spațiu independent care se confruntă permanent cu „aura temporarității”, cu un mâine profund incert, publicul e vital! Întotdeauna la Centrul Replika îi întrebăm pe spectatori de unde au aflat de noi, de spațiu, de spectacol. Teatrele, cu mici excepții, își rulează între ele publicuri captive. Marea problemă rămâne în continuare atragerea unor publicuri noi și pentru asta e nevoie de strategii pe mai multe paliere: să faci la sediu spectacole care le vorbesc lor, să ieși din inerția sediului și să mergi spre publicuri, să imaginezi o tactică de prezență urbană. Și mai sunt și alte puncte importante.

Publicurile sunt rețele relaționale, adică sunt structuri cu care trebuie adâncită o relație pe termen lung. Cred că dacă tu, ca artist, chiar ești preocupat pe bune de ce faci, e esențial să știi cine și de ce vine spre tine. Și cine și de ce nu vine spre tine. La Replika e o mare bucurie când vin tineri și copii. E mult de muncă să-i aducem, dar e una dintre

mizele pentru care existăm, să-i facem să fie preocupați de ce facem și să revină.

Marea discrepanță e că teatrele finanțate public au o infrastructură cu ajutorul căreia ar putea să încerce să-și formeze și să-și consolideze publicurile. În teatrele independente, în care câțiva artiști fac de toate: de la spălat toaletele, la scris proiecte, la făcut proiecte, la redactat rapoarte financiare și narrative, munca de a aduce și public e foarte grea. Teatrele independente trăiesc într-un decalaj financiar indecent în raport cu teatrele de stat, care sunt finanțate tocmai pentru că asigură accesul publicurilor la cultură. De discutat în ce măsură această sintagmă de instituție publică e pe bune activă! Ce publicuri non-captive deja intră în teatrele de stat? Teatrele independente asigură înmiit accesul publicurilor noi la cultură și totuși supraviețuiesc atât de greu!

Rucsandra Pop, dramaturg

”Mă doare fizic să văd publicul ieșind din sală fericit și actorii plecând acasă cu 50 de lei în buzunar”

„Eu după ce-am văzut spectacolul am plecat o zi la mare. Atât de dor mi s-a făcut.” Åsta a fost cel mai puternic și emoționant feedback pe care l-am primit de la o spectatoare după ce a văzut spectacolul meu *Talk to the Bomb*. Și nu o cunoșteam.

Aproape la fiecare reprezentație, eu stăteam ascunsă în fundul sălii, în cel mai întunecat întuneric și urmăream reacțiile oamenilor în timpul spectacolului și mai ales când ieșeau din sală. Savuram fiecare hohot de răs, fiecare lacrimă ștersă cu mâneca sau cu dosul palmei și mai ales fețele transfigurate ale spectatorilor de la final. Apoi venea momentul cel mai trist. Momentul în care ne uitam la încasări și trebuia să împart 200 sau 300 de lei la trei actori care chiar își făcuseră treaba pe scenă. Momentul ăla mă făcea să urăsc și mai tare ce urma. Promovarea pentru următorul show.

O altă spectatoare, necunoscută și ea, mi-a scris: „Merg destul de des la teatru, dar piesa asta a fost ca o vacanță. Mi-a plăcut, m-am regasit în text și m-am pierdut în privirea Voinicului. Am fost și eu Sașa de câteva ori în viață. Cu mare drag voi veni să revăd *Talk to the Bomb*.”

Un băiat care văzuse spectacolul de mai multe ori, de fiecare dată însoțit de altcineva zicea că „*Talk to the Bomb* este o gură de aer proaspăt la finalul unei săptămâni în care ai înotat în mailuri și task-uri de serviciu. Spectacolul te teleportează în vara de care te-ai bucurat acum câțiva ani, când singurele griji erau bronzul uniform și petrecerile până dimineața”.

Feedback-urile astea au venit în 2015, după ce am inițiat o mică campanie în care îi întrebam pe oameni ce emoții le-a produs spectacolul, pentru ca pornind de la ele să conving alți oameni să vină să-l vadă. Spectacolul se juca deja de doi ani și jumătate și comunitatea Hydra Society, organismul cultural pe care l-am construit începând cu 2006, cam văzuse spectacolul. În plus atât eu - autoarea textului - cât și actorii și regizoarea ne epuizaserăm lista de prieteni mai apropiați sau mai depărtați pe care să-i aducem la teatru. Simțeam toți că orice altă formă de promovare ne face să urâm din tot sufletul acest spectacol, pe care de altfel îl iubeam cu toți, fiecare în felul nostru.

Talk to the Bomb s-a născut în laboratorul Teatrului Lorgean, dar pentru că era un spectacol cam mare pentru un spațiu atât de mic (32 de metri pătrați) am căutat un loc mai propice. Când am ajuns la sala SubScena de la Godot ni s-a părut o mare realizare. Am descoperit însă că efortul de promovare cade doar pe umerii noștri și că publicul care venea pentru vedetele din independent care jucau în sala de sus nu cobora niciodată la noi în ”grotă”.

Primul meu spectacol s-a jucat în martie 2009, la Teatrul Lorgean, care abia se deschisese. Zic spectacolul meu, pentru că textul era scris de mine și eu jucam în el împreună cu Lala Misosniki. Împreună cu Lala și Jean Lorin Sterian am fost și producători, și agenție de PR, și tot. PR-ul teatrului lorgean pe vremea aceea funcționa mai degrabă pe psihologie inversă, sloganul acestui teatru de casă fiind: poate vei fi și

tu invitat. Jucându-se într-un apartament încăpeau doar 20 de spectatori, care erau invitați *random*, în baza preferințelor gazdelor. Era cam ca la o petrecere, invitam cam pe cine aveam chef. Nu se plătea bilet, în schimb se aducea un obiect care avea legătură cu tema spectacolului. Datorită acestor ingrediente, relația cu spectatorii era din start una specială. Legătura cu spectatorul se cimenta în timpul spectacolului și la țigara, și la povestea de după. Feedback-ul de la spectatori se primea pe loc și unele spectacole chiar se reformau sau redesenau după el.

Experimentul lorgean, care s-a extins apoi în festivalul de teatru de apartament HomeFest, a schimbat fundamental în capul meu relația cu spectatorul. Spectatorul care se află la mai puțin 5 metri de tine obligă la sinceritate. Și dacă ești în postura de actor și dacă ești în cea de dramaturg. Îi simți nu doar respirația, dar și emoția, în măsura în care ai reușit să o naști în el. Spațiul mic însă invită și spectatorul să se exprime și vorbind cu artiștii altfel decât într-o seacă sesiune de Q&A, să-l faci să spună ce vrea, ce-l atinge și ce nu.

Al doilea spectacol, născut dintr-un alt text scris de mine, a fost *Oracol*, lansat în 2011 și construit fără mari artificii regizorale sau de scenografie, tot în creuzetul lorgean, într-o relație simbiotică cu actrița Grațiela Bădescu. În cazul *Oracolului*, atingerea cu publicul a fost poate cea mai autentică, spectatorii contribuind fără să-și dea seama la ce se întâmplă în fața lor și ajutând la un proces de metamorfozare continuă. Nici una dintre reprezentații nu a semănat cu alta și pentru că dinamica era dată de un spectator care era invitat să performeze în bucata de final. La acest spectacol, pe lângă celelalte roluri deja clasice, de dramaturg și producător, mi l-am asumat pe cel de gazdă care primește publicul și îl inițiază în ritualul oracolesc. Înainte de fiecare spectacol eu eram cea care împărțea post it-uri și pixuri spectatorilor, invitându-i pe fiecare să scrie câte un mesaj de dragoste. Și pot spune că acest ritual, inconfortabil pentru unii, i-a făcut pe mulți spectatori să intre altfel în sala de spectacol, cu emoția că o bucățică foarte intimă din ei era acolo pe scenă. Și într-adevăr, exista un moment în care aceste bilețele erau citite de alți oameni din public.

Dintre toate spectacolele marca Hydra Society, *Oracol* a ajuns cel mai ușor la spectatori și pentru că era despre dragoste, deci ușor de

consumat, dar și pentru că l-am jucat în multe locuri, care fiecare a adus un public nou și proaspăt. Mulți din oamenii care au văzut *Oracolul*, ne-au urmat și în alte aventuri teatrale sau culturale pe care Hydra le-a generat.

O soartă aparte a avut-o spectacolul *Huevos Congelados*, care a avut premiera în primăvara lui 2016. Piesa aborda un subiect feminin, despre care se vorbește mai mult în intimitate decât în spațiul public - fertilitatea. Având în distribuție și actrițe mai consacrate - ca Adriana Titieni și Maria Radu, spectacolul a adus un public diferit de publicul tradițional al Hydra Society. *Huevos* a fost de altfel primul spectacol de care m-am desprins și pe care l-am lăsat să aibă o viață a lui. A viețuit pe picioarele lui o stagiune, fiind preluat de Centrul Bălcescu, unde s-a jucat cu sala plină. Și sunt convinsă că ar fi adus public încă câteva stagiuni bune, dacă exista un teatru independent sau de stat care să-l preia și să-l promoveze.

După una dintre primele reprezentații cu *Huevos*, mai multe prietene mi-au spus că pentru ele a fost extrem de amuzant și de dureros, pentru că fix înainte de a veni la teatru avuseseră o discuție chiar despre fertilizarea in vitro și dorința de a avea copii. Își văzuseră practic viața pusă în scenă, cu tușe un pic mai groase, ca la teatru, tușe care le-au ajutat însă să-și digere realitățile interioare.

Cred că nu mă înșel când spun că publicul se caută tot timpul în povestea de pe scenă. Și, involuntar la început, dar tot mai conștient apoi, asta am încercat să fac prin ceea ce scriu - să diger experiențe și realități contemporane pentru care încă nu avem instrumente de descriere. Însă genul ăsta de teatru, care nu are nici o miză vizibil socială și nici o priză la publicul obișnuit să caute calitatea în notorietate, e o experiență epuizantă. Pe mine m-a epuizat. Și trăiesc cu o furie mocnită că abia acum când mi-am turat motoarele, am înțeles mai bine publicul și am crescut ca dramaturg nu mai am energie să mă arunc în cușca cu lei. Pur și simplu, nu mai pot să fac asta fără a avea în spate o structură de promovare sau siguranța unui spațiu unde să pot construi și juca spectacole. Mă doare fizic să văd publicul ieșind din sală fericit și actorii plecând acasă cu 50 de lei în buzunar, mai ales pe cei despre care știu că trăiesc doar din asta.

Mi-am petrecut șapte ani din viață numărând scaunele din săli de spectacol sau din apartamente și spații transformate ad hoc în săli de spectacol, rugându-mă să vină spectatorii. În goana după public m-am pierdut pe mine și mi-am pierdut unul din cei mai buni prieteni. Într-o seară, am simțit că pur și simplu nu mai pot să fac teatru independent, pentru că o să ajung să mă urăsc pe mine, ceea ce scriu, actorii și cumva pe toată lumea. Am simțit cum organismul meu teatral se umple de bilă și cum se amărăște.

Și atunci m-am oprit. Sau am luat o pauză. Încă nu știu.

Alex Călin, actor

”O reprezentație caritabilă a fost începutul unui program de accesibilizare a spectacolelor de teatru pentru nevăzători”

Ideea accesibilizării spectacolului de teatru „Fluturii sunt liberi” a apărut în urma dorinței noastre, a echipei artistice a spectacolului și a echipei manageriale a Teatrului Excelsior, de a face un pas înspre ceea ce ar trebui să reprezinte o normalitate: integrarea persoanelor cu nevoi speciale în viața social-culturală a unei capitale europene.

Spectacolul din data de 9 noiembrie a marcat un final și un început: finalul campaniei „Ajută elevii nevăzători să aibă manuale”, fiind o reprezentație caritabilă și începutul unui program de accesibilizare a spectacolelor de teatru pentru nevăzători.

Campania „Ajută elevii nevăzători să aibă manuale” s-a desfășurat de-a lungul a aproape trei luni de zile și a avut ca scop strângerea de fonduri pentru crearea de manuale școlare pentru elevii nevăzători din România. Parteneră în acest demers a fost Fundația Cartea Călătoare, o fundație din Focșani care de peste 20 de ani facilitează accesul la informație, educare și angajare pentru persoanele cu deficiențe de vedere.

Cu banii obținuți din această campanie, ne-am propus să realizăm un total de 11 manuale (matematică, fizică, muzică, geografie,

istorie, educație plastică, română, franceză, engleză, biologie, educație tehnologică) și două culegeri de matematică, toate pentru clasa a V-a, în formatele Braille, Daisy Audio și Daisy Text. O dată create, manualele sunt distribuite gratuit tuturor elevilor nevăzători din școlile speciale și celor care învață în învățământul obișnuit. Este important de precizat că în România nu există în prezent manuale Braille pentru științele exacte, ci doar pentru materiile umaniste.

Campania s-a desfășurat pe platforma Indiegogo și a fost lansată odată cu participarea mea la primul triatlon, desfășurat în Bistrița, la Via Maria Theresia, pe 26 august, de ziua mea. Practic, am înotat 1,5 km, am pedalat 23 km și alergat 15 km în speranța că gestul meu va fi răsplătit prin multe donații. Și așa a și fost. Un număr neașteptat de mare de oameni au donat, *share-uit link-ul* sau au vorbit despre campanie altor oameni. Mai multe persoane publice, radiouri, dar și o televiziune s-au alăturat acestui demers, ajutând atât la realizarea manualelor, cât și la conștientizarea cauzei. Tot ce s-a întâmplat pe parcursul a două luni de zile mi-a dat speranța că, dincolo de banii adunați, cauza începea să ajungă la urechile oamenilor și lucrurile începeau să se miște pe mai multe planuri. Astfel că pasul următor a fost să mă întorc de acolo de unde începuse totul. La spectacolul de teatru *Fluturii sunt liberi*.

Asta pentru că toată ideea campaniei a apărut în perioada repetițiilor la acest spectacol. Pentru a mă documenta pentru rolul Don, un tânăr nevăzător, am vizitat mai multe școli speciale, am învățat alfabetul Braille și am stat de vorbă cu persoane nevăzătoare, cu elevi dar și profesori. Mi s-a părut important să știu cum se poate descurca o persoană nevăzătoare în România de azi, dar am fost interesat să aflu și care sunt diferențele dintre realitatea anilor 70 din America, atunci când a fost scris textul, și realitatea anului 2017 din România cea căreia i se adresează spectacolul nostru.

Am aflat cu această ocazie că există o Românie paralelă cu cea în care trăiesc eu, una în care persoanele nevăzătoare își duc existența discret, cu un pozitivism greu de înțeles din afară, fiind nevoiți însă să înfrunte constant multe greutăți și piedici puse în primul rând de sistemul care ar trebui să îi protejeze și sprijine. Lăsând la o parte lipsa

de siguranță de pe străzi sau din mijloacele de transport sau neînlesnirea accesului în principalele instituții de stat, ceea ce mi s-a părut de-a dreptul inacceptabil sunt lacunele din sistemul de învățământ. Am aflat, de exemplu, că nu există în școli manuale de științe exacte. Și ca să lămurim situația, nu că ar exista undeva și nu au ajuns încă în școli. Nu. Pur și simplu, statul a omis cu bună știință prezența acestor materialelor didactice atât de necesare în școli. De asemenea, numărul mașinilor Braille este foarte limitat în școli, ca să nu mai vorbim de faptul că acești copii ar avea nevoie să exerseze și acasă. Am auzit voci din rândul persoanelor nevăzătoare, care spun că mulți copii nu mai doresc să învețe Braille pentru că în primul rând știu că se vor întâlni, la un moment dat, cu lipsa manualelor de matematică sau fizică, așadar la ce bun să mai învețe un limbaj care și așa necesită mult exercițiu, dacă la un moment dat vor da peste un drum înfundat și în al doilea rând, pentru că ar fi mult mai ușor să lucreze pe un laptop, pe care se poate instala un software special care citește ecranul și astfel ar putea ajunge la orice fel de informație din lumea asta. Întrebarea este: câți părinți își pot permite să cumpere un laptop și o licență a acelui software care costă între 500 și 1000 de euro? Acesta ar fi un alt bun moment ca statul să intervină, doar că nu o face. Și îți pui întrebarea firească: “de ce?”. Mai ales că sunt copii extrem de capabili care ar putea deveni programatori, de exemplu, sau muzicieni, dacă ar avea profesori și manuale de chitară sau de pian. Dacă statul s-ar implica.

Vestea bună este că, uneori, poți ajuta sau îndruma statul să intervină. Așa s-a întâmplat în cazul reprezentăției accesibilizate cu *Fluturii sunt liberi*. Din fericire, Teatrul Excelsior a fost de acord să colaborăm pentru acest eveniment, ba chiar l-a organizat și mediatizat exemplar. Alături de noi a fost și Fundația Cartea Călătoare care a venit cu seturi de căști speciale cu care este realizată de regulă accesibilizarea filmelor, dar au venit și cu caiete-program în Braille.

Înainte de începerea spectacolului propriu-zis, persoanele nevăzătoare au fost poftite să urce pe scenă și au avut ocazia să descopere spațiul, atingându-l și plimbându-se prin el. După începerea spectacolului, actorul Radu Bem, proaspăt angajat al Teatrului Excelsior, a citit de pe un scenariu paralel, la început descrierea spațiului în care urma să se desfășoare acțiunea, iar apoi acțiunile pe care noi, actorii, le făceam

pe scenă. Toate aceste descrieri au fost rostite intercalat între replicile noastre, astfel încât spectatorii nevăzători să își poată face o idee cât mai completă despre ceea ce se întâmplă pe scenă.

La eveniment au fost prezente în jur de 100 de persoane cu deficiențe de vedere, în special tineri. Atmosfera a fost una foarte relaxată mai ales în rândul spectatorilor, deoarece acesta a fost un bun prilej de socializare. Cred că acesta este argument forte pentru reorganizarea unor astfel de evenimente, pentru că ele dau ocazia persoanelor nevăzătoare să iasă din "bulele" lor, în care au fost abandonați până acum de către autorități, să se întâlnească, să comunice între ele și nu numai, altfel spus, un pas important către ceea ce ar putea însemna incluziunea socială.

Pentru mine, acel spectacol a fost extrem de emoționant și cred că la fel și pentru colegii mei și echipa tehnică. Din punctul meu de vedere, spectacolul a căpătat astfel un nou sens și tot ce s-a întâmplat, inclusiv cu campania, m-a responsabilizat suplimentar ca artist și ca om. Consider că a-mi vedea de rolul meu, de "felia" mea nu este suficient și că acest tip de implicare socială ar trebui să fie firească. Încă o dată spun, mic, această experiență mi-a dat un sens, mi-a demonstrat că dacă îți dorești să faci ceva pentru cei de lângă tine, se poate și că este de datoria mea să fiu permanent conștient de felul în care societatea se transformă continuu pentru că doar astfel voi putea fi un artist, un "om al vremii mele".

Țin să precizez că programul pornit de Teatrul Excelsior este în plină desfășurare, existând lunar o reprezentație accesibilizată a unuia din spectacolele din stagiunea curentă.







CONTEXT
Cristinel Dădăl

*PUBLICUL
TEATRULUI DE STRADĂ*

Teatrul este singura artă, cu excepția unor anumite forme de muzică și a oratoriei, care este concepută să placă unei mulțimi și nu unui individ. Poetul scrie în singurătate și lansează versurile sale în căutarea sufletelor pereche; scriitorul se adresează celui care citește în solitudine pentru că deși 100 sau 100.000 de oameni ajung să îi citească textul, el se adresează fiecăruia dintre aceștia separat. La fel și în ceea ce privește pictura sau sculptura. Trebuie să fim singuri pentru a aprecia Madona Sixtină sau Zborul lui Brâncuși. Dar cine își poate imagina un singur spectator care privește *Hamlet*?

Rădem mai mult la o comedie, atunci când o urmărim împreună cu alții, simțim o excitabilitate mai puternică - dacă este vorba de o desfășurare antrenantă de acțiune, suntem mai predispuși să plângem - dacă este vorba de o poveste profund emoționantă. Atunci când suntem împreună cu alte persoane pare că emoțiile se amplifică într-un anume fel. De ce?

Am putea spune că este vorba de mediu. Într-o sală întunecată pare mai ușor să ne concentrăm atenția spre linia de fugă care devine scena, locul luminat în care ceva se întâmplă. E ca și cum mediul predispozează la un angajament mai adânc în experiența în sine. Poate fi un răspuns, însă cu siguranță el nu acoperă totul.

E o certitudine faptul că ne comportăm diferit atunci când facem parte dintr-un grup, decât atunci când suntem indivizi. Sub aspect pozitiv ar fi vorba de experiența împărtășită a unui eveniment benign. Sub aspect negativ e de vorbit despre acea *mentalitate colectivă* care, în decursul istoriei, a fost responsabilă de pierderea a milioane de vieți. Pentru că forța emoției sincronizate este absolut colosală.

Dar de unde vine această sincronizarea a emoțiilor? După Jung, ajungem la o unificare și nivelare a gândurilor și emoțiilor, atunci când formăm un grup, pentru că împărtășim cu toți acel *inconștient colectiv*, o schemă universală de arhetipuri și motive. E ca și cum, atunci când facem parte dintr-un grup, avem același subconștient care ne ghidează.

Freud credea și el că acționăm diferit în relație cu ceilalți oameni ca membri ai unui grup decât ca indivizi. Le Bon afirmă că răspunzătoare ar fi relativa anonimitate a membrilor mulțimii care permite generarea de emoții colective pe care, altminteri, le-am inhiba ca indivizi. Toate aceste concepții merg spre o anumită *meta motivație*, o voință comună care există separat de motivațiile individuale ale celor care compun o mulțime.

În primul rând, publicul de teatru reprezintă, din punct de vedere social și psihologic, o mulțime, pentru că este o adunare considerabilă de persoane, în jurul unui centru sau al unui punct comun de interes. Și sub acest aspect prezintă două seturi de caracteristici. Primul este acel set comun oricărei adunări de oameni (așa cum poate fi mulțimea de la un meci de fotbal, o congregație ecleziastică, o adunare politică). Al doilea set îi este specific și îl distinge de alte genuri de grupuri.

Există două tipuri de mulțimi: active și pasive, iar publicul ar ține de cea de a doua categorie, ca o formă instituționalizată de mulțime. Mai departe, vorbind tot de public ca o mulțime, aceasta poate fi ocazională sau intenționată. În cele din urmă, după motivație, mulțimea intenționată se poate diferenția și ea prin scop recreațional sau în căutare de informații.

Ceea ce este interesant e că, dacă vorbim despre publicul unui spectacol de exterior, acesta păstrează toate însușirile unei mulțimi pasive, din punct de vedere al motivațiilor, însă are anumite caracteristici ale uneia active: există acțiune, există activitate fizică, mișcare înainte și înapoi, interacțiune ș.a.

Dacă încercăm să trasăm câțiva determinanți ai publicului de exterior privit ca o mulțime regăsim câteva elemente comune. În primul rând ar fi vorba de *vremelnicie*. Spre deosebire de un grup constituit pe considerente psihologice, care este mai mult sau mai puțin permanent, publicul este o mulțime temporară cu o viață foarte scurtă. Un alt aspect ar fi *contactul umăr la umăr*, contact fizic care predispo-
ne la degajare, la slăbirea filtrelor inhibitive în ceea ce privește comportamentul, la predispoziția spre comunicare. *Interacțiunea* implică diferite funcții psihologice, cum ar fi percepția, învățarea, gândirea, emoția, motivația, toate fiind influențate de comportamentul de grup. În ceea ce privește mișcarea, aceasta este mai pronunțată în centru și cu cât te afli mai aproape de punctul de interes. Tot în această zonă se delimitează și cei predispuși la interacțiunea maximă cu spectacolul, pe când spectatorii dinspre margini se erijează mai mult în privitori

pasivi.

Un aspect interesant în ceea ce privește publicul de exterior, față de publicul de sală, este mult mai marea libertate a reacțiilor. Pe stradă nu există aceleași limite morale sau ce țin pur și simplu de educație, astfel că pot exista comentarii în public, reacții mult escadate față de cele din obscuritatea uneori apăsătoare a unei săli, mai ales pentru cei la care sala de teatru este o experiență aflată, încă, la început.

Când vorbim de un spectacol de teatru în stradă primul lucru care ne vine în minte este faptul că actorul este mai expus decât în sală. Deși aceasta este într-un totu adevărat, nu trebuie să uităm că asta este valabil și pentru public în aceeași măsură. Spectatorul din stradă are în primă instanță stângăcia și timiditatea unui voyeur care nu știe dacă faptul că privește este firesc sau nu. Odată depășită, însă, această etapă, intervine eliberarea și deconspirarea emoțiilor.

Înșuririle despre care putem vorbi, în ceea ce privește specificul publicului de exterior, privit ca o mulțime, sunt amestecate. Unele sunt benefice și favorizează consumul actului cultural, altele nu. Dacă determinanta principală a publicului acesta este mai puțin intelectuală și mai mult emoțională, acest tip de public este, în același timp, mai puțin rezonabil, mai puțin judicios, dar și mai credul, mai primitiv și mai partizan. Acest ultim aspect este absolut firesc. Mulțimea este mult mai partizană decât individul, dorește întotdeauna să aleagă o parte, să țină cu cineva. Nu ai nicio satisfacție să urmărești un meci de fotbal dacă nu ții cu una dintre echipe. Apoi, vorbind de credulitate, un public alcătuit din indivizi care fiecare în parte nu cred în fantome, va accepta, la nivel comun, fantoma din *Hamlet* ca pe un fapt.

Publicul de exterior va crede cu prioritate ceea ce vede, mai mult decât ceea ce aude. Aceasta definește un principiu general din teatru care spune că acțiunea vorbește mai tare decât cuvintele.

Publicul de exterior dă dovadă și de o anumită reticență inițială, pe care o poți învinge sau nu. Trebuie să luăm în calcul că nimeni nu scoate o carte din raft dacă nu are intenția de a o citi, așa cum – cu excepții – nimeni nu se duce la teatru fără intenția de a vedea un spectacol. În exterior, însă, lucrurile nu stau așa. Nimeni nu iese din casă cu scopul de a vedea dacă nu se joacă, cumva, teatru în parcul de lângă bloc. Cel care iese din casă în parc o face în scop recreațional. Ei bine, spectacolul cu care se întâlnește în parc nu trebuie să îi fractureze această predispoziție mentală. Dacă se oprește la spectacolul tău o va face pentru recreere. Nu dorește să fie edificat sau educat. Nu are

dorința să fie învățat ceva. Ceea ce poate accepta, însă, este ca emoțiile să îi fie stimulate.

De altfel, există două mari tipologii primordiale ale celor care merg la teatru: cei care caută stimulare intelectuală și cei care o fac pentru experiența senzorială. În ceea ce privește publicul de exterior, este cert că cea de a doua categorie va fi net predominantă.

Cercetările și studiile în zona aceasta a dinamicii comportamentale a grupurilor ating aspecte mult mai complexe, din punctul de vedere al implicărilor sociale, decât întrebarea de la care am pornit: de ce râdem mai cu poftă atunci când suntem mai mulți? Putem vorbi, în cazul publicului de teatru, de această conștiință comună care preia controlul, sau, nu cumva, este vorba de mecanisme inerente mult mai simple care țin de natura umană?

Revenind. Râdem mai mult la un spectacol în teatru decât am face-o acasă la un film (presupunând calitatea de același nivel al producțiilor) pentru că la teatru aderăm la o conștiință comună ale cărei arhetipuri ne impulsionează să râdem? Râdem pentru că ne simțim anonimi între ceilalți să lăsăm inhibițiile și convențiile asupra umorului deoparte? Sau poate, poate... Poate că râdem pur și simplu pentru că și persoana de lângă noi râde? Poate că aici stă motivația psihologică a sistemului francez de *claque*¹, cu persoanele plătite și poziționate în mijlocul sălii, care să aplaude și să aibă reacții zgomotoase în momentele principale ale piesei?

Un aspect interesant al emoțiilor este că acestea nu pleacă întodeauna dinspre creier înspre exterior. Și corpul nostru trimite semnale creierului, care operează și dictează schimbarea de stare. Dacă zâmbești, te simți dintr-odată mai bine. Dacă râzi, viziunea asupra vieții devine într-un moment mai optimistă. Consilierii telefonici de la departamente de relații cu clienții primesc indicații să zâmbească în timpul convorbirii, chiar dacă cealaltă persoană nu îi vede, și aceasta pentru că le impune, în primul rând, o proprie stare de bine. Și mai departe, spunem cu toți că râsul e contagios...

La întrebarea de ce aceste exteriorizări ale emoțiilor sunt atât de contagioase și pot modifica imediat starea și atitudinea generală a unei mulțimi, putem propune un răspuns din punct de vedere evoluționist: expresiile corporale și faciale preced, cu certitudine, limbajul articulat ca mod de comunicare. Oamenii trăiau și călătoreau în grupuri, pentru propria protecție. Motivul pentru care grupul oferea o mai mare

1 Organizație alcătuită din persoane cu misiunea de a aplauda în teatrele și la opera franceză, obicei foarte răspândit în trecut.

siguranță stă în simplul fapt că grupul are mai multe seturi de ochi și urechi, deci mai multe canale de avertizare a eventualelor pericole. Grupul funcționa, astfel, ca un supra sistem de avertizare. Dar aceste sisteme funcționează numai dacă cuvintele s-ar împrăști cu repeziciune. Dar ce se întâmplă înainte să existe cuvinte? Ei bine, aici ar interveni expresiile faciale și emoțiile.

Creierul uman a dezvoltat un sistem dedicat al cărui singur rol este de a citi expresiile faciale – girusul fusiform. Acesta descifrează expresiile faciale și le trimite la amigdala, cunoscut și ca centrul fricii, un veritabil sistem de avertizare al creierului. Pe baza informațiilor, amigdala operează în subconștient o analiză în aproximativ 1/10 secunde și decide dacă cuplează sau nu mecanismele de apărare. De aceea o privire înfricoșată, o expresie terifiată, îi poate alerta pe ceilalți din jur într-o fracțiune de secundă. Limbajul, care folosește părți mult mai recent dezvoltate ale creierului, nu pot răspunde nici pe departe la fel de repede. Acest sistem de alarmă operează inducând instantaneu emoția noastră în ceilalți. Emoția celorlalți devine emoția mea. Dar nu numai teroarea se distribuie atât de rapid. Suntem astfel calibrați să culegem orice emoție puternică, să o asumăm și, în același timp, să o dăm și noi mai departe. Și aceasta pentru că, tot din punct de vedere evoluționist, grupurile care au aceeași atitudine față de o problemă, tind să aibă mai multe șanse la supraviețuire decât cele care nu au găsit consensul. Recent descoperiții *neuroni oglindă* sunt responsabili pentru această capacitate de mimetism.

Dar ce se întâmplă cu grupul care nu mai luptă pentru supraviețuire, ci este pe stradă la un spectacol de teatru? Ei bine, fiecare individ dispune de aceleași mecanisme și le folosește la fel. Ne asumăm emoții de la cei din jur și le dăm mai departe. Nu este o decizie conștientă, ci numai o foarte veche componentă a creierului nostru care își îndeplinește scopul. Nu este de mirare, astfel, faptul că proiectanții moderni de circuite *roller coaster* țin cont de neuronii oglindă atunci când își pun întrebări de genul *cât de apropiate trebuie să fie scaunele sau ce punct de stație trebuie găsit, din punct de vedere vizual* pentru ca excitația să se transmită cât mai bine de la un participant la altul.

Un exemplu absolut interesant este dat de reconstrucția Globe Theater, după schițele care descriau autentic structura acestuia în vremea lui Shakespeare. În zilele marelui dramaturg, spectacolele aveau loc în plină zi, oamenii stăteau împreună în mulțimi, în picioare, lipiți unii de alții și se putea vedea cu ușurință unii pe ceilalți. Pentru prima oară, după 400 de ani, spectatorii puteau să vadă piesele în aceleași

condiții ca la început. Rezultatul? Erau mai gălăgioși, dădeau din picioare, râdeau mai mult și aplaudau mai tare.

Teatrul de stradă se constituie într-o experiență mult mai apropiată de formele primordiale de relaționare cu teatrul, o experiență care se definește și se argumentează pe sine însăși în mod continuu, din ambele laturi. Dacă spectacolul de teatru de stradă *învață* din fiecare reprezentație câte ceva și se supune unui proces permanent de auto ajustare, publicul său ar merita o analiză sociologică aplicată științific și, la fel, ar merita să fie fundamentat ca o tipologie cu totul aparte în cadrul categoriilor de public.

Concert de promenadă, 1996

Arhiva MASCA



CONTEXT
Cristina Enescu**PUBLICUL DE TEATRU
ÎN EUROPA ȘI AMERICA**

Publicul este rațiunea de a exista a teatrelor de pretutindeni. Totuși, multe instituții teatrale manifestă o frică aproape sacrosanctă, uneori chiar o ignoranță autosuficientă față de ideea de a analiza publicul și de a crea strategii de dezvoltare a acestuia. Cine și cum e publicul de teatru actual? Cum îi influențează realitatea cotidiană contemporană comportamentul de consum cultural? În ce modalități poate sau chiar trebuie să îi vină în întâmpinare teatrul? Se vorbește despre faptul că publicul nu mai este un "drept" al teatrelor, sau cel care poartă vina dacă nu vine la teatru. Datorită competiției acerbe dintre numeroasele forme de divertisment și petrecere a timpului liber, precum și a constantei lipse de timp a omului contemporan (coroborată deseori cu resursele financiare limitate), teatrele par mai mult ca oricând nevoite să găsească noi modalități de a interacționa cât mai atractiv cu publicul. Dincolo de diferitele tendințe, aceasta pare o preocupare tot mai mare a teatrelor europene și americane.

Dezvoltarea publicului în Europa

European Theater Convention (ETC) este o rețea de teatre publice europene, fondată în 1988 pentru promovarea teatrului contemporan, sprijinirea mobilității artiștilor și dezvoltarea schimburilor artistice în și în afara Europei. ETC a realizat (prin ZAD/ Center for Audience Development de la Freie Universität Berlin – *Audiences for European Theatre. Study on the Status Quo of Audience Development and Audience Research in the European Theatre Convention*) și a publicat în 2015 primul studiu european privind evoluția publicului de teatru, analizând 24 de teatre publice din 17 de țări europene. Una dintre concluzii a fost că, dincolo de diferențele inerente, teatrele publice europene se confruntă cu o provocare comună: găsirea modalităților prin care să contribuie la "creșterea coeziunii, toleranței și a democrației în



Arhiva Masca  *Fior d'amor în București, 2010 / foto: Dana Mitică*

societățile aflate în schimbare, prin întărirea relației lor cu publicurile actuale și cu unele noi”. Așadar, teatrul contemporan este obligat, nu doar invitat, să își gândească existența și evoluția în strânsă legătură cu realitățile sociale, culturale și chiar politice în care ele există. Atemporalitatea teatrului nu mai pare să fie posibilă decât dacă e, paradoxal, conectată la realitatea temporală.

Câteva concluzii:

- Mai mult de jumătate dintre teatrele analizate realizează constant o cercetare minimală privind publicul.
- Tendințe: spectacole care abordează, într-un fel sau altul, temele relevante pentru comunitățile în care activează teatrele; dezvoltarea programelor educative pentru atragerea tinerilor; proiectele prin care teatrul iese din spațiile sale și merge în spațiile și contextele sociale ale tinerilor.
- Orice strategie de dezvoltare a publicului de teatru trebuie să se bazeze pe o cunoaștere profundă a acestuia, a preferințelor și preocupărilor sale. Totuși, multe teatre încă nu au a) conștiința importanței unei analize constante a publicului, b) modalități standardizate (cantitative și calitative) de analiză.
- Pe lângă întrebări referitoare la profilul socio-demografic al publicului, chestionarul propus de acest studiu include și întrebări mai largi precum *”Cu cine obișnuieți să discutați despre ce ați văzut la teatru, după o reprezentație?”*, *”Ce alte tipuri de activități culturale și de divertisment frecvențați?”*, *”La ce alte teatre din oraș mergeți?”*, *”Sunteți implicat(ă) în vreo activitate artistică?”*, *”De unde vă informați despre producțiile noastre sau ale altor teatre?”*, *”Cu cât timp înainte vă cumpărați bilete la un spectacol?”*, sau întrebări legate de întreaga experiență la teatru (inclusiv starea grupurilor sanitare, amabilitatea personalului, diversitatea repertoriului, disponibilitatea unui bar în incintă). De asemenea, chestionarul solicită publicului să aprecieze și imaginea publică și relevanța acestuia în viața comunității.

Conferința ”European Audiences: 2020 and Beyond” (Publicurile europene: 2020 și mai departe)

A fost organizată în 2012 la Bruxelles, de către Comisia Europeană, cu participarea a 800 de profesioniști din domeniul cultural. Au fost discutate numeroase exemple de proiecte culturale, inclusiv teatrale, în contextul revoluției culturale și sociale de astăzi și al implicațiilor acestora asupra creației și a consumului de cultură.

Câteva idei discutate:

- Dezvoltarea publicului (audience development) nu este o opțiune ci o necesitate, în condițiile schimbărilor socio-culturale actuale: era digitală și conectarea ubicuă, oferta tot mai largă de *entertainment*, evoluțiile demografice (inclusiv îmbătrânirea publicului), restrângerea subvențiilor publice și competiția pentru găsirea de sponsori. Din aceste motive, cunoașterea, înțelegerea și dezvoltarea publicului de teatru va ajunge să fie, pentru unele teatre, chiar o chestiune de supraviețuire.
- Tehnologiile multimedia modifică permanent societatea și modalitățile de creare, distribuire și consum al culturii, iar asta afectează profund modul în care publicul relaționează cu teatrele. Paradigma *scena activă versus spectatorii pasivi în sala de teatru* este de asemenea profund influențată de realitatea socială participativă și interactivă.
- Pentru a interacționa cu *non-publicurile* (cei care nu sunt deloc consumatori de teatru), teatrele și operatorii culturali trebuie să iasă din spațiile lor și să interacționeze cu comunitățile, școlile, autoritățile, în spații și modalități cât mai creative.
- În noul context socio-cultural, teatrele trebuie să adopte noi "aptitudini": pregătirea oamenilor de teatru și a personalului instituțiilor în domeniul tehnologiilor digitale și multimedia. Parteneriatele cu diferiți alți operatori culturali (muzee, biblioteci, librării, centre de arte performative) nu trebuie ignorate.

"Grizonarea" versus atragerea tinerilor

"Cum să atragem copiii/ spectatorii tineri spre teatru?" e o problemă foarte actuală, dar deloc nouă. În America, unele voci spun că "grizonarea" publicului e un fenomen de care teatrul se plânge de des-

tule decenii, și totuși nu a rămas fără public. Da, spun alții, însă publicul trebuie înprospătat, iar pentru asta tinerii trebuie să prindă acest microb înainte de a atinge vârsta la care munca și familia le răpesc mult timp, pentru ca să devină/ rămână consumatori de teatru. Alții spun că pur și simplu teatrul nu mai este o formă de artă populară, de masă – fiind contraziși imediat de cei care vor deschiderea teatrului spre spații și manifestări tot mai neconvenționale.

Mergând pe ideea că aprecierea pentru teatru se accentuează odată cu maturizarea, dar și că ”semințele” trebuie plantate din timp (adică tinerilor), DCPA (Denver Center for the Performing Arts) își propune să creeze spectacole care pot fi savurate de trei generații ale unei familii laolaltă, de la copii la bunici. Aici există și *Radvantage*, un program de reduceri pentru publicul de teatru între 18-30 ani, ”happy hours”, matinee pentru studenți și întâlniri cu actorii. Un alt exemplu: The Broadway League organizează Kids Night on Broadway, unde odată cu un bilet de adult la preț întreg se oferă un bilet gratuit pentru publicul sub 18 ani. Mai mult decât oferind reduceri de preț, multe teatre încearcă să își croiască oferta ținând cont și de programul, stilul de viață și preocupările tinerilor.

Teatrul și telefoanele mobile

Telefoane care sună sau deranjează cu lumina puternică a ecranelor? E doar începutul problemei, se pare. În timpul unui spectacol la celebrul Old Vic londonez, Kevin Spacey a integrat în rol o replică adresată unui spectator căruia îi suna mobilul: ”Dacă nu răspunzi tu, o fac eu.” Pe Broadway, actrița Patti LuPone a coborât de pe scenă pentru a lua telefonul din mână unei spectatoare care stătuse tot timpul pe chat, iar în timpul altui spectacol o persoană a încercat să își pună telefonul la încărcat la o priză de pe scenă. Iar tentativele de a filma spectacolele cu telefonul sunt tot mai numeroase și fâțișe. Și totuși, unele voci spun că nu e deloc era celor mai zgomotoase publicuri. În secolele 18 și 19 era mult mai rău (deși, într-adevăr, nu existau telefoane mobile).

Ce mai mâncăm la teatru?

Credeți că foșnetul micilor gustări pe care le iau pe furiș spectatorii în timpul unui spectacol este revoltător? În țări *mai civilizate* precum Marea Britanie, au existat situații în care unii spectatori au

încercat să intre în sala de spectacole cu pizza și mâncare fast food pu-
ternic mirositoare. Nica Burns, proprietara a 6 teatre din West End-ul
londonez, a afirmat recent că ”industria teatrală trebuie să se adapteze
schimbărilor din societate, inclusiv dorinței publicului de a consuma
alimente și băuturi în timpul spectacolelor”. Totodată, însă, ea susține
dreptul teatrelor de a avea controlul asupra genului de alimente și bă-
uturi introduse în săli de către public, și dorește crearea unui ”plan pe
termen lung” pentru combaterea nemulțumirilor din partea spectato-
rilor referitor la deranjul provocat de cei înfomețați și însetați din săli.
Noul focus? Vânzarea de snack-uri cu ambalaje mai puțin zgomotoase,
și reciclabile. Provocarea nr 2? Ca publicul neconsumator, dar și actorii
de pe scenă, să nu fie deranjați de acest nou trend. Unde e echilibrul
dintre tradiționalul bun-simț și politica lui ”dacă publicul vrea, trebuie
să ne adaptăm”? E încă *work in progress*. Sau poate abia se deschide
discuția legată de acel tip de public pentru care teatrul nu mai este o
experiență aproape magică, vie și vibrantă, ci un tip de *entertainment*
similar cinematografului sau televizorului, unde (mutatis mutandis)
comentariile și consumul de alimente nu mai sunt chiar sacrilegii.

2017 - an record pentru teatrul londonez

Statistici recente publicate de Society of London Theatre au
arătat că în 2017, pentru prima dată de când, cu 30 de ani în urmă, s-a
început colectarea acestor date, teatrele londoneze au fost frecventate
de 15 milioane de spectatori (față de 14,3 milioane în 2016). Peste ju-
mătate dintre aceștia au mers la spectacole de teatru tip musical, vedete
fiind *Hamilton* (un musical hip-hop despre viața unuia dintre părinții
fondatori ai Americii) și *Harry Potter And The Cursed Child* (spec-
tacol multiplu câștigător la Premiile Lawrence Olivier 2017, care va
ajunge pe Broadway în aprilie anul acesta). Și producțiile dramatice au
avut un flux crescut de spectatori.

Broadway: Teatrul invadat de Hollywood

Un trend care ridică destule sprâncene teatrale, dar și nume-
roase zâmbete satisfăcute, este vizibil pe Broadway: publicul vine în
valuri la spectacolele de teatru în care joacă vedete ale unor producții
hollywoodiene. Bruce Willis, Al Pacino, Denzel Washington sau Ke-
ira Knightley sunt doar câteva nume care fac săli arhipline on și off-
Broadway. Unii actori se mișcă cu dexteritate între rolurile de pe ecran
și cele de pe scenă; alteori, producătorii sunt atât de avizi de celebritați

pe afișele teatrelor încât nu mai e o prioritate modul în care acei actori se potrivesc sau nu rolurilor și pieselor respective. În 2015, la decernarea Premiilor Tony (pentru excelență în teatrul on-Broadway), au fost destule nemulțumiri legate de faptul că mari nume ale Hollywoodului nu au fost premiate pentru prestațiile teatrale. Pe cât de mult au atras anumiți spectatori, acești mari actori au fost alteori criticați pentru "importul" inoportun de tehnici actricești din film pe scenă.

Teatrul în vremea digitalizării și a multimedia

Pe de o parte, realitatea este că foarte multe persoane sunt cvasi-permanent cu ochii în dispozitive mobile și dependenți de realitatea din online, pe de alta există ideea (exprimată de Tina Packer, fondatoarea Shakespeare & Company din SUA) că tocmai realitatea aceasta creează, paradoxal, o și mai mare foame de acel element specific al teatrului: întâlnirea vie a unor oameni care creează, experimentează și trăiesc împreună o poveste. Acest sentiment visceral uman, colectiv, e imposibil de găsit pe Facebook, la televizor sau chiar la cinematograful. Iar schimbul de energie și de trăiri dintre public și actori este o experiență unică, irepetabilă prin orice alte experiențe multimedia. Premisa este că, la un moment dat, oamenii tot se plictisesc de "perfecțiunea" produselor TV sau cinematografice, și resimt nevoia acelei experiențe fragile, imprevizibile, deci profund umane, care este teatrul. Cum satisface însă teatrul această nevoie, într-o societate în permanentă schimbare a gusturilor culturale și de divertisment, asta rămâne de văzut.

Realitatea multimedia e însă și o oportunitate uriașă pentru teatru. Skype și Facebook au făcut posibile colaborări între artiști aflați la mari distanțe unii de ceilalți, uneori chiar sfidând obstacolele geopolitice și granițele fizice. Mai mult, transmisiunile *live* ale unor spectacole par să fie, în America, o soluție pentru declinul publicului de teatru (33% mai puțini spectatori prezenți la spectacole, în ultimul deceniu, conform National Endowment for the Arts). Unele voci spun că publicul de teatru nu a dispărut, ci s-a mutat *online*. Teatrul să îi urmeze, deci? Blasfemie, sau poate o incitantă provocare de a găsi un nou model de creare, finanțare, distribuire și consum de arte performative *live*, și de a crește astfel publicul de teatru dincolo de orice granițe geografice, dincolo de orice a putut visa Teatrul în trecut. Spuneți bun venit *multi-camera interactive live-streaming theater*.

Teatrul participativ

G.Siegmund, profesor de Studii Teatrale Aplicate la Universitatea "Justus Liebig" din Germania, vorbește despre "participare" ca fiind una dintre noile obsesii ale oamenilor de teatru și arte performative. "Eliberarea" publicului din întinericul restrictiv al sălii de teatru, includerea celor marginalizați (persoane cu handicap, deținuți, imigranții etc) în crearea și receptarea teatrului, venirea în întâmpinarea publicului tânăr prin proiecte educative - aceste eforturi deschid tot mai mult teatrul în afara scenei, "în lumea largă". Teatrul nu mai poate și (deseori) nici nu mai vrea să fie o insulă în mijlocul societății, ci îi vine în întâmpinare. Cât are de câștigat sau de pierdut calitatea actului artistic și specificul teatrului în acest demers, e o altă discuție.

Parada, 1998 ■ Arhiva MASCA



INTERVIU
Ilinca Urmuzache

*PERSONALUL DE SALĂ
DESPRE PUBLIC*

Valentina Eremia, gazdă la Teatrul de Comedie:

”Mulți spectatori mi-au spus, de-a lungul anilor, că starea de bine se transmite.”

Vineri seară. În Centrul Vechi al Bucureștiului, după ce trec de aglomerația metroului, după ce ocolesc zecile de oameni care se plimbă haotic, ajung pe strada Sf. Dumitru, nr. 2. Agitația străzilor micuțe pietruite dispare odată cu pătrunderea în holul Teatrului de Comedie. Casa de bilete se află chiar la intrare, sunt ghidată către foaier unde mă întâlnesc cu doamna Valentina Eremia, o prezență elegantă, caldă și zâmbitoare. Este ora 18:00, iar teatrul este încă liniștit. Prin foaier trec doar câteva persoane care pregătesc ultimele detalii înainte de venirea publicului pentru spectacolul de la ora 19:00. Doamna Eremia este prima persoană cu care publicul spectator are contact la intrarea în Teatrul de Comedie. Îi întâmpină cu zâmbetul pe buze și cu o voce prietenoasă, îi ghidează către garderobă, ori către colegele plasatoare. Am ales ca dumneaei să ne povestească experiența cu publicul în acest teatru, tocmai pentru că are acces la primele impresii, primele reacții ale celor care vin fie periodic, fie întâia oară.

I.U. De cât timp lucrați în acest teatru și cum a evoluat publicul spectator în acest răstimp?

V.E. Lucrez de 15 ani în Teatrul de Comedie. În ceea ce privește publicul, când am început sălile de spectacol erau mai mult goale, uneori erau și spectacole la care ne întrebam dacă să se joace sau nu... ca vârstă, publicul era cam de la a doua vârstă către a treia. Astăzi lucrurile s-au mai schimbat, publicul este vizibil mai tânăr, sunt și adolescenți interesați. Desigur au rămas fidele vârstele a doua și a treia

pentru majoritatea spectacolelor. Acum sălile sunt arhipline, pentru aproape toate spectacolele se vând toate biletele. Eu, fiind la intrare, îi întâmpin pe spectatori deja de mulți ani. Între noi cumva s-a legat o relație de prietenie. Unii dintre ei revăd spectacolele, alții vin pentru prima dată aduși de prieteni. Sunt câțiva care văd același spectacol de șase până la douăzeci de ori!

I.U. *Aceștia v-au și motivat revenirea la același spectacol?*

V.E. Da, spre exemplu, o spectatoare care revedea *Don Juan* (regia lui Andrei și Andreea Grosu) a șasea oară, mi-a mărturisit că simte că acest spectacol îi schimbă cursul vieții, îi dă un tonus extraordinar! La ultima reprezentație era foarte încântată de faptul că trandafirul cu care actorul principal juca i-a fost înmănat, un trandafir din hârtie creponată! Era absolut în extaz, mi se face și mie pielea de găină povestindu-i experiența! Mulți spectatori mi-au spus, de-a lungul anilor, că simt că aici “începe comedia chiar de la intrare”, starea de bine se transmite, iar ei rezonază cu această atmosferă. Eu sunt extrem de fericită aici, în acest mediu, oricât aș fi de tristă în timpul zilei, cu probleme de acasă, ca oricine de altfel, ajung la teatru și mă bucură atitudinea pozitivă a acestui public. Legătura este extraordinară! Ce este oare mai important decât să-l vezi pe cel cu care intri în contact că este mulțumit? Și, mai ales, că ai putut să influențezi această reacție? Mai târziu, spectatorul va pleca și va transmite această stare bună mai departe.

I.U. *Din experiența dumneavoastră cu publicul de la Teatrul de Comedie, cum sunt oamenii care vin la acest teatru, cum s-au schimbat în acești ani?*

Unii dintre spectatori mi-au spus că nu au televizoare acasă și că nu suportă ideea de a sta în fața unui ecran. Așa că aleg să vină la teatru pentru că simt că aici văd ceva care are profunzime, are influență asupra lor, asupra familiei cu care se însoțesc, celor mici și mari deopotrivă. Personal, mi se pare greu de crezut, greu să și conving pe cineva să renunțe la televizor, dar acești oameni reușesc. E uimitor și că vârstele lor, am observat, sunt undeva între 30 și 40 de ani. Atenția lor este infinit mai mare atunci când intră în sala de spectacol. Primesc și oferă o

Valentina Eremia  foto: arhiva personală

UMBRA -

Umbra constituie în ultimii ani o experiență derivând dintr-o maximă expresivitate. În Umbra, spectacolul este superficială. Se mai bune tradiții ridicarea tehnicii să-și utilizeze printr-o infinită

Traian Șelmar

valoros, pe linia unor eforturi întreprinse de reatralizării spectacolului teatral. (...) tal, bazat pe o varietate de mijloace de textului într-o imagine scenică de

ce artistice și scenotehnice, se polismul, dar și cu reatralizarea inovație bazată pe dezvoltarea cel torii spectacolului, în primul rând pui total, capabil să-și stăpânească pibit, de mare precizie, apt să exprin

 Umbra, fotografie repetitivă spectacol

energie deosebită, iar doar privindu-i mi se pare că și eu o simt venind din partea lor. Este un public degajat, calm, chiar și în serile în care spectacolul este vizionat după o zi de stat la birou, cu ochii în ecranul calculatoarelor.

De asemenea, ceea ce o să vă relatez poate părea un fel de laudă, însă face parte din realitatea Teatrului de Comedie. De când cu întâmplarea nefericită de la Colectiv, noi am hotărât să facem accesul ceva mai strict. Spectacolul aici, la *Sala Radu Beligan*, începe la ora 19:00, după cum scrie pe bilet. La ora 19:05 nu mai permitem accesul spectatorilor în sală. La fel se întâmplă și la Sala Mică, spectacolul începe la 19:30, iar de la 19:35 nu mai intră nimeni. La început, spectatorii au fost extrem de nemulțumiți. Plătitori de bilete, considerau că li se cuvine accesul la orice oră. Însă această situație era total neplăcută, actorii opreau spectacolul, mai ales când parte din public întârzia și o oră! Acum lucrurile s-au schimbat în bine, vă spun că sunt foarte încântată. Regula noastră de aur, de a fi la maxim 19:05 în sală, este respectată de publicul nostru și chiar ne felicită pentru strictete. Ei nu mai sunt deranjați când intră câteva persoane întârziate care deschid ușile, fac gălăgie și, practic, întrerup atenția asupra spectacolului. Am reușit să punem la punct acest lucru: nu mai intră nimeni, nu mai deranjează nimeni pe nimeni. Dar, vă spun, nu a fost ușor. A fost nevoie de multe explicații blânde și calde către persoane care nu au înțeles inițial de ce nu li se permite accesul în sală după poate și jumătate de oră de la începerea spectacolului. Deși uneori recalcitranți, în timp, oamenii au înțeles regula, dar și motivația acestei reguli și s-au adaptat, așa cum era de așteptat, din respect pentru teatru.

I.U. Respectul pentru teatru și pentru echipă implică și închiderea telefoanelor mobile. Cum gestionați această situație la Teatrul de Comedie?

V. E. După începerea spectacolului una dintre angajatele teatrului stă în sală într-un colțișor și, în cazul în care vreunul dintre spectatori filmează, fotografiază sau stă prea mult pe telefon, iar lumina ecranului îl deranjează pe cel de lângă, cu foarte mare diplomatie, li se atrage atenția, iar telefonul este rapid pus deoparte. Modul nostru de abordare este unul calm și blând, iar această atitudine îi invită pe

spectatori să se concentreze asupra spectacolului și să uite, un timp, de lumea din afara teatrului.

I.U. Deci publicul s-a schimbat în acest răstimp de 15 ani, din ce în ce mai mulți spectatori vin la reprezentații, arată mai mult respect față de munca echipei, vârsta medie nu mai este atât de înaintată...

V. E. Da, exact. Atunci când este *Săptămâna altfel* avem grupuri de elevi care vin de la școlile primare, gimnaziale și de la licee. De asemenea, sunt mulți studenți care vin la spectacole. Ne bucură foarte mult prezența tinerilor, este minunat să vedem că există un interes real față de teatru și că reușesc să-și facă timp pentru acest tip de activitate.

Am terminat acest scurt interviu cu zâmbetul pe buze. Doamna Eremia mi-a transmis și mie starea de mulțumire și de calm despre care vorbea, stare pe care spectatorii Teatrului de Comedie o simt chiar de la intrarea în foaier. Publicul de teatru este foarte divers. Iar ceea ce caută într-un spectacol de teatru poate fi extrem de diferit de la un grup la altul, de la o vârstă la alta. Însă elementul esențial care uniformizează pozitiv publicul de teatru în general este atitudinea de respect pe care o are sau o dobândește mergând la reprezentațiile teatrale.

FOCUS
Ioana Sileanu*EFECTE ALE TEATRULUI POLITIC
ASUPRA PUBLICULUI*

Teatrul politic poate avea sau nu ca scop o schimbare, cu pași mai mici sau mai mari a societății. Ceea ce mi-am propus eu să investighez este în ce măsură această schimbare se face sau nu simțită în rândul spectatorilor.

Ce înseamnă schimbare, ce poate și ce nu poate fi considerat un aport, și în ce măsură întrebarea se bazează de la bun început pe o utopie, nu țin de scopul acestui studiu. Sunt însă aspecte față de care am fost deschisă investigativ.

Analiza mea pornește de la interviewarea a 10 spectatori de teatru politic ce locuiesc și merg la teatru preponderent în Cluj-Napoca. Am folosit un set de întrebări deschise, răspunsurile le-am analizat calitativ, ținând însă cont și de un număr redus de aspecte cantitative.

Metoda de lucru folosită a fost cea inductivă – am pornit de la o curiozitate în jurul căreia s-au conturat niște întrebări ce mi-au ghidat analiza: în ce măsură este teatrul politic un instrument al schimbării? În ce măsură poate influența comportamente, și până la ce punct – dacă poate fi vorba de unul – poate schimba oamenii?

Cele zece persoane interviewate au vârste cuprinse între 22 și 38 de ani, și fie studiază, fie au studiile superioare finalizate. Șapte dintre aceștia sunt de sex feminin, iar trei de sex masculin.

Cu toții frecventează și alte genuri de teatru în afara celui politic: teatru instituționalizat (atât Teatrul Național Român, cât și cel Maghiar, manifestând o preferință pentru producțiile celui din urmă), teatru de cafenea și teatru independent.

Ceea ce aceștia numesc teatrul “*de național*” este văzut ca o categorie aparte, dar și mai interesant, ca un stil în sine, descris ca rigid, “*mainstream*” și convențional, și în același timp tributar dramaturgiei clasice.

În raport cu producțiile teatrelor naționale (din Cluj), teatrul politic este văzut ca fiind mai complex și mai îndrăzneț.

Unul dintre primele aspecte observate a fost gradul inițial de politizare al intervievaților: toți s-au declarat interesați de politică și social, cu un singur răspuns moderat ("Da, sunt interesat, dar nu în mod deosebit").

Interesul prealabil pentru politică este chiar unul dintre motivele principale ale apetenței pentru teatrul politic și al deciziei de vizionare. Politizarea spectatorilor este deci mai degrabă motivul vizionării acestui gen de teatru decât rezultatul ei.

Un alt aspect interesant în aceeași cheie este rezonarea respondenților cu spectacolul. Subiectele familiare și problematicile cu care se pot identifica sunt invocate ca motiv al alegerii spectacolelor, și mai apoi al fidelizării.

La fel și rezonarea cu ideile puse în scenă, un potențial conflict de crezuri fiind invocat ca motiv de renunțare la viitoare vizionări de teatru politic. Și în acest caz se poate observa predispoziția publicului către ce îi este servit, mai degrabă decât schimbarea ideatică sau de apetență. Și aici, ideile la care este expus sunt motivul participării, și nu rezultatul acesteia.

În ceea ce privește comportamentul post-vizionare, am identificat patru teme centrale: *Schimbare cognitivă de grup*, *Reflecție și schimbare a comportamentului propriu*, *Dezbateri cu cei apropiați* și *Nicio schimbare post spectacol*.

Schimbarea cognitivă de grup este principalul efect observat în urma discuțiilor cu respondenții, și cel mai des invocat sub diferite forme: ascuțirea percepției post-vizionare, cultivarea de noi optici, creșterea sensibilității față de anumite aspecte tratate, problematizarea ca deschidere de noi perspective. Informarea este des invocată atât ca motiv, cât și ca rezultat al vizionării.

"[Spectacolele de teatru politic] sunt în principal pentru mine o sursă de educare. Mai ales în zonele despre care nu știu prea multe, și mi se pare o metodă foarte bună de a afla."

"De exemplu au fost foarte multe informații. Spectacolul nu mi-a plăcut în mod particular, ci chiar moderat spre puțin, dar a fost informativ, a fost extrem de informativ."

Deconstrucția de probleme este văzută ca un prim pas necesar spre găsirea de soluții, și implicit spre schimbare, iar spectacolele de teatru

politic sunt percepute ca un mediu propice atragerii atenției asupra unor nedreptăți, problematizării și lansării de discuții.

Atitudinea respondenților față de comportamentele post-spectacol din categoria schimbării cognitive de grup are în general o valență pozitivă, aceștia făcând referire la sădirea gândurilor de schimbare și la o atitudine mai critică față de informațiile din jur. Tonul general este unul optimist. De cele mai multe ori se face referire la efecte asupra întregului public.

Odată cu mutarea dinspre comportamentele de grup reprezentate de categoria anterioară – grupul fiind constituit de potențiali spectatori anonimi prezenți la o reprezentație teatrală – înspre cercul de cunoscuți, și mai ales înspre individual, am putut observa schimbarea de ton și de percepție asupra impactului pe care modificarea de comportament o poate avea.

Sub categoria *Reflecție și schimbare de comportament propriu* am grupat comportamentele de meditare individuală post-spectacol. O parte din respondenți au menționat că obișnuiesc să reflecte asupra problematicilor prezentate pe scenă și, deși această practică este legată mai puternic de declararea unei schimbări de comportament decât problematizarea în grup anonim specifică categoriei anterioare, atitudinea observată este una mai degrabă defetistă.

Ca rezultat al reflecției, respondenții fac referire la ajustarea discursului propriu (“Probabil sensibilitate mai mare față de aspectele pe care le-am văzut în piesă , și cumva și atenție mai mare la ce vorbesc, cum vorbesc, cui vorbesc”), schimbare personală prin sensibilizare (“Adică în viața mea clar schimb foarte multe prin alegerea *pattern*-ului ăstuia, că merg la teatru politic și mă sensibilizez la piesele astea cu mesaje progresiste”) și reflecție asupra comportamentelor proprii (“[...] m-a făcut să mă gândesc un pic la felul în care gândesc și uneori poate privesc femeile ca pe obiecte.”)

Aceeași constatare poate fi făcută și despre a treia categorie, *Dezbateri cu cei apropiați*, și anume: deși modificarea comportamentelor este considerabil mai semnificativă decât în *Schimbarea cognitivă de grup*, atitudinea respondenților este mai degrabă una pesimistă, cu urme de vinovăție pe alocuri.

Dezbaterea cu prietenii post-spectacol este văzută ca o activitate cu potențial limitat de schimbare: “Cumva văd, aud, urmăresc, interiorizez, vorbesc cu alții, mă gândesc, dar mare lucru nu fac. Decât așa, la nivel

individual și în cercul meu de prieteni. Și cumva mi se pare că e puțin, raportat la ce se întâmplă, ce documentează și prezintă oamenii ăia în piese. Deci, strict concis, nu, nu schimb nimic. Doar mă uit, le văd și atât. Din păcate.”

Ultima categorie legată de schimbarea comportamentului post-spectacol este *Nicio schimbare post spectacol*. Și aceasta este legată de sentimente negative, ca vinovăția și pesimismul. O parte semnificativă a persoanelor intervievate spun că nu iau nicio măsură spre schimbare post-vizionare de spectacol politic. Aceștia manifestă scepticism asupra forței de schimbare a teatrului, și sunt de părere că teatrul politic nu trebuie să își propună ca scop schimbarea. De asemenea, consideră că teatrul politic are un impact insuficient de mare încât să creeze un simț al datoriei, unii spunând că percepția proprie asupra problemelor tratate în spectacole nu suferă nicio schimbare.

“[...] Părerile prezentate în spectacolele de teatru politic și social pe care le-am văzut până acum sunt în concordanță cu ale mele. Nu rețin să fi văzut vreun spectacol care să îmi schimbe o părere, să mă facă să gândesc mai mult decât o oră-două după terminarea lui.”

“Eu, la mine și la oamenii din jurul meu, n-am auzit să fi avut o piesă un impact atât de mare încât să creeze un sentiment că ești dator să faci ceva în privința a ce ai văzut.”

Sentimentele negative observate pe parcursul întregii analize sunt lipsa satisfacției, absența sentimentului de mulțumire la remedierea vreunei nedreptăți, nemulțumire din cauza lipsei de consecințe după discuții, și regret pentru lipsa activării post spectacol.

“Tocmai, mi se pare că rămân cu urmăritul și atât. Și de aici, un fel de sentiment din ăsta de sec – că mergem, vedem, empatizăm, vorbim despre fenomen o vreme, și rămănam cu asta.”

Deși în cazul lipsei declarate de acțiune sau schimbare post-spectacol, sentimentele negative sunt oarecum justificate, prezența lor în cazul *Reflecției și schimbării comportamentului propriu*, și al *Dezbaterii cu cei apropiați* este surprinzătoare. Sub aceste două categorii sunt observabile cele mai multe atitudini conexe schimbării, deci sentimentul de vinovăție și percepția lipsei de acțiune sunt două fenomene interesante.

O posibilă explicație ar putea fi subestimarea aportului pe care individul simte că îl poate avea la schimbarea globală, văzută ca o necunoscută inabordabilă, nemărginită. Includerea cercului de

apropiați în această percepție nu e surprinzătoare, deoarece aceștia pot fi percepuți ca “noi”, versus “ei, ceilalți”.

Dihotomia “noi” versus “ceilalți” poate explica în parte sentimentele optimiste legate de schimbarea percepută sub categoria *Schimbare cognitivă de grup* – “ceilalți” sunt văzuți ca o entitate vastă, și deci puternică.

O altă citire, mai sumbră, poate fi prezența fenomenului *difuziunii responsabilității persoanei în grup*, și anume o apatie a individului cauzată de atenuarea simțului individual de responsabilitate într-un grup mai mare de oameni. Cu alte cuvinte, vedem împreună un spectacol, dar la părăsirea sălii, știind că problemele prezentate au fost aduse la cunoștința unui grup mai mare de oameni, ne gândim că unii dintre aceștia vor lua cu siguranță o măsură. Deci nu este necesar să fim chiar noi cei ce fac ceva.

În concluzie - potențialul cel mai mare al schimbării de comportament post-vizionare de spectacol politic este la nivel individual și la nivelul grupului de cunoștințe. Cu toate că percepția asupra acestui potențial este mai degrabă pesimistă, în aceste două instanțe se poate observa modificare la nivel personal, și apoi propagare la nivel de grup.





TESTIMONIAL
DECLARAȚII PUBLIC

Dorina Păunescu, actriță

„Pentru mine, spectacolele Teatrului Masca sunt spectacole-studiu. Să-ți stăpânești trupul și să vorbești cu el! Câtă muncă! Câtă dăruire! Câtă pasiune! Și talent! Trebuie să vă spun, cu mâna pe inimă, că în seara aceasta am primit o lecție de actorie și de generozitate. Mă uit la toți actorii aceștia și mă minunez de cât control al corpului pot să aibă. Toți actorii ar trebui să vină să vadă aceste spectacole și să învețe! Câtă bucurie ca dincolo de mască, de machiaj, să descoperi o identitate, o biografie, o lume!“

Student, 22 ani

„Sunt foarte încântat de ceea ce se întâmplă aici. Azi descopăr, pentru prima dată, și Casa Filipescu-Cesianu, și statuile vivante ale Teatrului Masca. Ce pot să zic?! Spațiul este perfect pentru o asemenea manifestare. E o inițiativă foarte frumoasă: teatrul pe Calea Victoriei.“

Contabilă, 45 ani

„E foarte frumos ce ați făcut aici. Nu am fost niciodată la Casa Cesianu. Așa am aflat și eu că s-a deschis. Am mai văzut spectacole ale Teatrului Masca, dar în parc. Aici e mai frumos. Spațiul e potrivit cu statuile astea. Parcă sunt de aici. Mă bucur mult că am ieșit din casă și v-am descoperit!“

Mamă, 35 ani

„Am ieșit cu cei mici și sunt foarte încântați. Ne-am plimbat prin toată grădina casei. Copiii sunt fascinați de statui. Și nouă ne plac

foarte mult. Parcă ne-am întors în alte timpuri. Cred că cel mai mult mi-au plăcut *Domnișoara Havisham* și *Trollul îndrăgostit*. Mulțumim!”

Inginer, 32 ani

„Sunt impresionat. Am văzut câteva statui care mi-au plăcut foarte mult. *Domnișoara Havisham* și *Frida Kahlo* sunt superbe. Tot evenimentul arată foarte profesionist. Îmi pare rău că sunteți doar astăzi aici, pe Victoriei. Din păcate, nu pot ajunge în parcuri. Poate mai veniți cu spectacole și în zona asta de centru!”

Student, 20 ani

„Sunt pentru prima oară la Festivalul de Statui Vivante. Dar de acum o să urmăresc programul vostru. E super. E prima dată când sunt așa aproape de actori. Și e foarte mișto ce văd. Mă simt foarte bine. Mulțumesc, Masca!”

Funcționară bancă, 45 ani

„Mă bucur că încă există instituții care fac ceva pentru București. Și, mai ales, care fac ceva pentru Calea Victoriei. Devenise o zonă cam pustie și plictistitoare. Uite așa, mai ies oamenii din casă, mai văd că se întâmplă ceva. Știam spectacolele Teatrului Masca, dar n-am mai fost de câțiva ani. Cred că este o alegere bună că acum au venit să joace și în centru.”

Student, 22 ani

„E frumos aici, în parcul „Al. I. Cuza”. Nu am fost niciodată, pentru că nu sunt din București. Îmi place mult ce faceți voi. Am văzut niște chestii care m-au interesat și pe care aș vrea să le mai văd. Mi-au plăcut foarte mult momentele *Confucius*, *Brâncuși*, *Domnișoara Havisham*. Eu studiez istoria artei și cred că de-aici pasiunea pentru personajele astea. Mulțumesc, Masca!”

Pensionară, 75 ani

„Mă bucur că ați revenit și în cartierul nostru. Unora le e mai greu să se deplaseze chiar și până în centru. Așa că ne bucurăm să avem spectacole și în zona noastră. E de admirat ce face Teatrul Masca. (...) M-a impresionat extrem de mult *Arca lui Lenin*. Adică eu am trăit o parte din lucrurile acelea groaznice. Nu e o plăcere să îmi amintesc. Dar e bine pentru tineri, să afle și ei cum am trăit noi.”

Mamă, 34 ani

„Copiii se distrează de minune. Azi nu a fost doar o ieșire în parc cu cei mici. S-a schimbat fața parcului cu totul. M-au rugat să le povestesc diseară despre broaștele țestoase, despre chinezi. E foarte frumos ce se întâmplă. Mulțumim, Masca!”

Pensionar

„Impresionant. Pentru mine e ceva nou și foarte bine gândit ca organizare, ca spectacol. Am văzut prin străinătate statui vivante, dar nu mă așteptam să fie atât de incitant.”

Agent turism, 34 ani

„Am descoperit în sfârșit bucuria de a merge la Teatrul Masca. Până nu de mult doar un punct de reper pentru prietenii ce veneau în vizită la mine. „Coboară la Teatrul Masca. Vin eu să te iau...” Am văzut trei spectacole până acum. Din păcate săptămâna asta plec din București. Și din păcate nu am prins bilete pentru sâmbătă la *Îndrăgostiții*. Pe de altă parte m-am bucurat că a fost sala plină și că nu au mai fost locuri. Eu sunt la cinci minute depărtare de Teatru și pot veni altă dată să văd spectacolul.

Felicitări pentru tot ceea ce faceți. Sunteți extraordinari! Vă mulțumim pentru clipele frumoase oferite!”

Asistent medical, 40 ani

„Excelent, minunat, impresionant! talent, pasiune, muncă, răbdare. Felicitări!”

Inginer, 50 ani

„Multumesc pentru spiritul și, frumusețea sentimentelor transmise spectatorilor. Bravo Teatrul MASCA, Bravo directorului!”

Avocat, 45 ani

„Recomand cu drag piesa de teatru *Casa cu nebuni*. Fără prea multe cuvinte a reușit să mă răzcolească. Mulțumim și vom reveni cu drag la Teatrul Masca.”

Casnică, 38 ani

„Sunteți minunați prin tot ceea ce faceți pe scenă. Atâta talent și dăruire, mă impresionează ☺. De cum începe piesa simt că mă desprind de lumea reală și pășesc în lumea ireală a unor personaje com-

plexe și rătăcite. Multumesc frumos pentru tot sacrificiul și dăruirea voastră.”

Casnică, 30 ani

„Acest demers cultural artistic al Teatrului Masca relevă și o importantă componentă educațională. La vârsta copilăriei, poveștile și basmele reprezintă un instrument foarte important la îndemâna părinților, pentru a stimula dragostea de lectură și cărți, curiozitatea intelectuală a celor mici, dar și un instrument care consolidează legăturile afective ale copiilor.”

Profesoară, 55 ani

„Excepțională piesă, pregătită cu atenție și cu muncă asiduă. Poate fi urmărită și de adolescenți, deopotrivă și de pensionari. O pledoarie pentru educație, este totodată și o fină critică la adresa justiției. Felicitări actorilor și regizorului și tuturor celor care ne-au făcut seara minunată!”

Fotograf, 27 ani

„Un spectacol extraordinar! Machiaj, costume și măști deosebite! Mai rar am văzut atâta trăire a actorilor în timpul piesei! Vă mulțumesc pentru o seară plină de iubire! Revenim cu drag la teatru. Vă doresc mult succes!”

Profesor 45 ani, Parcul Al I Cuza

„Felicitări!!!!!! De fiecare dată când vă văd mă transpun în lumea pe care o prezentați și asta e foarte bine pentru că mesajul ajunge la țintă. Mi-aș dori să vă văd mai des însă. Sunteți super. Keep up the good work!!!!!! Mulțumim frumos !”

Studentă, 25 ani

„SUPERB!!!! Nu am cuvinte să descriu emoția dată de acest spectacol! Aștept cu nerăbdare urmatorul festival, voi fi prezentă negreșit.”

Profesor, 40 ani

„Domnule Director, vă mulțumesc pentru spectacolele *Slugă la doi stăpâni* și *Parcul*, datorită cărora am descoperit un teatru unic în peisajul nostru cultural: nu numai că m-au fermecat costumele, muzica, dăruirea actorilor, regia, dar, în plus, la aceste spectacole pot veni

și elevii de școală, fără ca profesorii să regrete inițiativa de a-i scoate în afara claselor. Vă mărturisesc faptul că, în postura de inițiator și director al unei școli particulare, doar cu trei ani mai tânără decât Teatrul Masca, am decis să văd înainte orice spectacol la care merg cu elevii mei, ca să evit surprizele neplăcute (nu cred că este necesar să detaliez...). Am făcut ochii roată și în această stagiune și... doar la Masca am găsit ce căutam.”

Casnică, 45 ani

„E off topic ce am să vă spun, dar cu scuzele de rigoare am să încerc. Am văzut *Gardienii veseli* duminică. Geniali. De la camionul care transportă decoruri și costume pe care scria “Atenție acest transport conține cultură”(sau ceva de genul ăsta) și până la bucuria cu care actorii au jucat în căldură. Mi-a bucurat duminica pentru că de ceva vreme nu mai ajunsesem la teatru. Rar am văzut atâta bucurie care să treacă scena către cei care stau de partea cealaltă, în cazul ăsta bordurile din piață. Oamenii ăia se bucurau, erau puși pe șotii, or fi avut și ei probleme acasă dar nu s-a văzut nimic, parcă toata lumea trăia într-o lume roz, fără nici o problemă.

Și mi-au plăcut spectatorii care au intrat în joc și care nu au ezitat să facă asta având în vedere locul unde se desfășura spectacolul.”

Studentă, 23 ani

„Felicitări! Am râs cu lacrimi la spectacol și pentru asta le mulțumesc tuturor celor care au participat la realizarea acestuia.”

Pensionară, 67 ani

„Foarte frumos spectacolul, s-a întâmplat să trec prin parc și bineînțeles că am stat să-l văd până la final. Cred că ar fi bine să aibă loc astfel de spectacole mai des, sunt deconectante și bucureștenilor chiar le-ar face bine...”

Economist, 34 ani

„Și eu am fost cu băiatul meu la *Cafeneaua* în seara de 9 februarie și am avut același sentiment de `electrificare` și emoție. Faceți o echipă minunată! FELICITĂRI MASCA, FELICITĂRI MAESTRE!”

Student, 20 ani

„V-am văzut și eu azi, la Unirii 2. Sunteți foarte tari! ☺ am

admirat în primul rând naturalețea cu care niste adulti se pot implica atât de frumos și ...zburdalnic;)) în a bucura sufletele și chipurile oamenilor. ☺ multumim. A, și .. ați anunțat că sunteți în fiecare weekend la metrou. Tot la Unirii? Sau unde obisnuiți să ne mai fericiti?:)”

Profesoară

„Am să vin să revăd această piesă când se mai încălzește vremea, negresit! Ce Actor! Dar și ce Pian! 2 Maestri! Un regal! N-am putut scoate o vorbă minute bune după spectacol (efectul *bouche-bee* probabil). Acasă am plâns. Actorul nostru mult iubit stârnește mereu reacții, ne face să râdem în hotote, să plângem, mereu trezește ceva în noi, nu ai cum să nu-l îndrăgești, NU AI CUM SĂ-L UITI. Nu vă pot explica ce înseamnă să stai în primul rând în sala la un spectacol ca acesta... Aveam senzația că respir odată cu dânsul. Când a venit lângă mine mă gândeam să respir mai încet.”

„Te copleșea o astfel de prezență. A rugat-o pe o domnișoara de alături să-i țină oglinda pentru un moment. S-a pudrat. A zis : ‘Nu știu cum puteți voi femeile să faceți asta zilnic!’ (râsete, râsete). S-a ‘încurcat’ într-o clovnerie. M-a surprins râzând cu poftă. ‘Domnișoară, credeți că v-ar iesi mai bine? pofțiți aici, încercați d-voastră.’ (iarăși râsete). Era Adorabil ! (...) L-aș fi aplaudat ore-n șir (dacă ar fi fost omeneste posibil). Toate piesele MASCA au ceva magic, dar ACTORUL este INIMA acestui teatru. Căci cu domnul Mălaimare a început totul. Atenție! Dă dependență! MASCA- simply addictive.”

Lia, studentă

„Am venit pe 19 februarie la INTRUSA, pe un vânt de 100 km/ h :) și un frig de crăpau pietrele. Dar nu am regretat! MASCA mi-a oferit iarăși un moment luminos, plin de emoție și dulci frisoane. Nici nu știu cu ce să încep, TOTUL M-A IMPRESIONAT. Un adevărat ‘pentageniu’, acei 5 actori supraréal de expresivi! Interesant joc cromatic al costumelor : alb-negru-gri...Mi-a plăcut SIMBOLISTICA piesei, punerea-n scenă, decorul, dar mai ales MUZICA. Acorduri melancolico-transcedentale, jalet andaluz, nostalgic acordeon de mahala pariziană, săltăreț ritm irlandez, ...toate încă le mai aud. Tot prin muzica s-au marcat acele ‘retours en arriere’, în momentele –cheie. Anume emoții ce chemau anume acorduri sau invers.”

Romanul în cerc. Scena de început a celor 2 pahare-2 cutite-2 frați revine la final. Multe simboluri, frumos. Lauri ‘a la Caesar’ pe leaganul în care Intrusa își dă ultima suflare. Discul solar de Apus, tragic

de înroșit. Motivul Orbului, al povestitorului detașat, care parcă nu vrea să mai vadă. Motivul inițierii, motivul duelului, încheștarea, paralelismul (bărbăție- inocență- cei 2 frați copii). Perfecțiunea sculpturală din nudul INTRUSEI! Scene rapide, care spuneau mii de cuvinte.

Am descris ușor haotic, din frânturi de emoții și senzații, așa cum îmi vin acum, după câteva zile în minte. Am plecat acasă și de data aceasta la fel de emoționată și plăcut surprinsă de magia MASCA.”

Pensionară

„Dragii noștri, vă aplăudăm de ceva vreme, dar oricât de tare ne ustură palmele în final, parcă nu e suficient pentru a arăta câtă emoție ne trece prin suflet când vă vedem.”

Pensionară

„Dragii mei, v-am văzut în câteva spectacole și mi-ați plăcut tare mult, sunteți nemaipomeniți și deosebiți prin faptul că ieșiți și jucați în spații neconvenționale (în parc) pentru că reușiți să aduceți un strop de bucurie oamenilor în aceste vremuri tulburi. Felicitări, domnule Mihai Mălaimare atât dumneavoastră cât și trupei de actori!”

Fotograf, 27 ani

„Multumesc pentru spiritul și, frumusețea sentimentelor transmise spectatorilor. Bravo Teatrul MASCA, Bravo directorului!”

Marketing Specialist, 28 ani

„A fost superb. Am trăit sentimente/senzații cum n-am mai trăit niciodată la un spectacol: frică, deznădejde, iubire, dezgust, uimire, fericire, furie, dezamăgire - prin jocul magistral al actorilor prezenți succesiv pe scenă. Vă mulțumesc pentru azi și pentru arta pe care o creați pentru noi, spectatorii. Felicitări echipei Teatrul Masca.”

Social Media Specialist, 29 ani

„Yvonne este un spectacol pe care îl trăiești, pe care îl savurezi, dar pe care cu greu îl poți explica în cuvinte. Ca de altfel toate celelalte spectacole ale lor. Teatrul Masca, mulțumesc pentru încă o seară minunată.”

Casnică, 50 ani

„Mulțumim din suflet că ați scos din anonim un parc care merita mai mult. Dorim cât mai multe evenimente în acest loc.”



Director Fondator Teatrul Măscă: Mihai Mălăinare

