

Intervista a Simone Pacini⁴⁹

Cos'è #comunicateatro?

#comunicateatro è un format sulla comunicazione applicata al teatro nelle sue forme più innovative, low budget, virali e 2.0. in cui si analizzano nuovi approcci che possono ripensare vecchi e obsoleti sistemi e rilanciare un sistema culturale che, in un momento di forte crisi economica e politica, deve necessariamente comunicare ai suoi interlocutori in maniera più userfriendly e emozionale.

Come nasce l'idea di un format per la comunicazione teatrale?

Molto semplicemente 4 anni fa all'incirca, una mia amica e collega, mi ha consigliato di fare dei laboratori sul web e sui social, ci ho pensato e ho deciso di provarci. Diciamo che tutto è partito dal nome, dall'idea dell'hashtag #comunicateatro, tutto è nato da lì, e dalla mia esperienza diretta sul campo come organizzatore, che deve comunque necessariamente comunicare con la stampa, con gli altri operatori e con il pubblico ho declinato così le mie conoscenze sul teatro.

Quante edizioni sono state svolte ad oggi?

Ad oggi sono 17 nella versione ufficiale e 8 nella versione training, che dura meno ed è rivolta a staff di associazioni, festival e teatri.

Dalla sua nascita come si è evoluto e quali sono stati i cambiamenti maggiori del workshop #comunicateatro?

Diciamo che le differenze maggiori sono legate all'utilizzo dei social, inizialmente la parte dedicata a questi era più ristretta, i social utilizzati e analizzati nella prima edizione erano 2 ora arriviamo a 6/7. Negli ultimi 3 anni Facebook, che è il social più utilizzato, è cambiato radicalmente, quello che cerco di fare io è diverso dal social media marketing che richiede un investimento di denaro corposo, di cui il teatro non dispone, per questo cerco di concentrarmi sul passaparola, sul rapporto umano continuo, in cui gli spettatori e il pubblico diventano parte attiva ed integrante di un progetto comune.

Lo schema utilizzato ed il programma sono fissi o variano a seconda delle esigenze specifiche che trovi di volta in volta? Assolutamente no, variano in base agli interlocutori che ho davanti e ai partecipanti, è uno scambio continuo di esperienze e di conoscenze.

Partecipano solamente realtà teatrali o anche professionisti di altri settori?

Partecipano tante categorie di persone: realtà teatrali sicuramente, ma anche musicali, case editrici, pubblica amministrazione, giornalisti, blogger, universitari.

Rispetto ad altre realtà, quali sono le maggiori difficoltà e carenze presentate?

Credo che la difficoltà maggiore sia la mancanza di consapevolezza nell'utilizzo dei social, ovvero vengono utilizzati tutti nello stesso modo, quando invece è fondamentale la differenziazione. Facebook e Twitter sono molto diversi fra loro: Facebook serve per la socializzazione, mentre Twitter, va oltre la dinamica del "Mi piace" proponendo un

⁴⁹ Intervista avvenuta in data 5 giugno 2015.

approccio reale e non virtuale, aiutando ogni evento a diventare possibilità interattiva che stimola la curiosità e l'interesse e favorisce la conoscenza immediata. Twitter e la Tag Cloud, inoltre, aiutano a creare un dialogo fra i partecipanti. Un altro problema credo poi che sia la scarsa volontà da parte delle realtà teatrali di mettersi in gioco, diciamo che la cultura si prende troppo sul serio.

Dopo i tuoi workshop continui a seguire in qualche modo i risultati ottenuti dai tuoi partecipanti? Hai visto un cambiamento concreto da parte di coloro che utilizzano queste nuove tecniche?

Durante queste edizioni, sono stati moltissimi i partecipanti, quindi diventa impossibile riuscire a rimanere in contatto con tutti, anche se con molti di loro è successo è devo dire che i risultati sono sempre stati positivi. Ovviamente, quello di cui bisogna tenere conto è che non si può pretendere di avere dei risultati immediati, l'impatto sui social è molto forte, ma nel breve periodo serve poco per ottenere risultati concreti ci vuole un'attività costante e continuativa.

Ritieni che le persone che si occupano della comunicazione in teatro debbano esserne interne o meglio rivolgersi ad esperti di ambito non teatrale?

I contenuti di cui dispone l'ambito della cultura sono sicuramente migliori rispetto a quelli di altre realtà il problema è che spesso si fa fatica a veicolarli. Io credo che la gestione quotidiana e la partecipazione siano fondamentali, per questo ritengo che sia meglio che le persone che si occupano della comunicazione siano interne al teatro, questo lo dico contro il mio interesse in quanto il mio ruolo è quello di consulente. L'ideale, sarebbe formare queste persone tramite dei corsi di formazione e di narrazione tenuti da professionisti esterni, in modo tale da renderle preparate e competenti in materia.

Come si stanno evolvendo le vecchie tecniche di comunicazione e di ufficio stampa?

Credo che l'ufficio stampa tradizionalmente inteso, sia superato, perchè sono cambiati i mezzi, l'errore dei teatri è quello di rimanere ancorati a mezzi obsoleti e ad oggi poco efficaci, come la recensione e la presentazione. Il pubblico, va reso invece partecipe di un progetto comune, utilizzando le tecniche di narrazione legate ai social media, come lo storytelling creativo.

A proposito di Storytelling creativo, spiegaci come si applica e quali sono le sue potenzialità.

I social media danno la possibilità di realizzare storytelling plurali, ovvero racconti collettivi attraverso l'interazione tra vari utenti che possono autonomamente produrre contenuti. Questi contenuti vengono individuati e raccolti con un determinato hashtag. La scelta dell'hashtag è fondamentale: deve essere originale, chiaro, breve e "cool". Una volta stabilito va comunicato con precisione a tutti gli interlocutori. La possibilità di coinvolgere più persone e stimolarle fa sì che il proprio brand possa aumentare notevolmente l'engagement.