

Comunicare il teatro: il caso del Teatro Dino Crocco

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio della comunicazione dei teatri comunali in Italia. La prima parte della tesi riguarda i teatri comunali, con la loro storia e le caratteristiche di quelli chiamati “all’italiana”: la loro origine è seicentesca ed erano composti da una suddivisione del pubblico per classi sociali. Viene anche illustrato l’intervento pubblico in Italia e si dedica un capitolo al FUS (Fondo Unico per lo Spettacolo) nel quale si spiega la sua importanza e nascita. Successivamente ci si focalizza sulla gestione dei teatri comunali e sulla loro attività svolta, che di solito include spettacoli classici, contemporanei, di musica lirica o danza.

La seconda parte del testo analizza l’importanza della comunicazione nel contesto teatrale. Si sottolinea come la comunicazione non solo informi il pubblico sugli eventi, ma funga da collante vitale tra il teatro e gli spettatori. La trasparenza riguardo agli spettacoli, la promozione creativa delle produzioni e l’educazione del pubblico sulla diversità delle proposte teatrali sono elementi chiave. Una strategia di comunicazione corretta rispetta dieci fasi, che verranno analizzate all’interno della tesi. Seguirà un focus sull’importanza dell’Ufficio Stampa e dello storytelling.

Il terzo capitolo si concentra sul caso del Teatro Dino Crocco di Ovada, riaperto dopo diversi anni grazie all’associazione culturale Hiroshima mon Amour, fondata nel 1986. Essa rappresenta un punto di riferimento nel panorama artistico di Torino, promuovendo innovazioni musicali e culturali da tutto il mondo. Il nuovo progetto di gestione degli spettacoli teatrali ad Ovada mira ad attrarre un pubblico diversificato, offrendo una stagione teatrale che spazia da spettacoli per ragazzi a performance sperimentali e titoli popolari. Ovada, posizionata strategicamente tra colline e mare, offre una destinazione affascinante per gli amanti della cultura, della cucina e della bellezza naturale, contribuendo a consolidare la reputazione del Teatro Dino Crocco come motore culturale.

Nel capitolo finale viene presa in considerazione la comunicazione del Teatro, identificando punti di forza e possibili miglioramenti. L’obiettivo è consolidare la sua reputazione e potenziare la connessione con il pubblico attraverso strategie comunicative ottimizzate. L’analisi dimostra la centralità della comunicazione nel contesto teatrale e propone soluzioni per rafforzare l’impatto delle strategie comunicative, contribuendo così alla vitalità culturale della comunità locale e oltre.

