

Oltița Cîntec

**KITUL
ARTISTULUI
ÎNCEPĂTOR**

Cum mă fac cunoscut?

Desene de George Roșu

POLIROM
2024

Cuprins

<i>Cuvânt-înainte</i>	7
<i>Self-promotion</i>	11
Povara gloriei timpurii	12
Daniel Day-Lewis, confundarea cu personajul și nevoia de concret	15
Cum a reușit peste ocean Saviana Stănescu?	24
Promovarea prin profesie	29
Concursurile televizate	30
Critic rău, critic bun	32
Și criticii sunt histrioni	35
Cum să gestionezi o cronică în care ești menționat	37
Troy Hawke, strada ca loc de întâlnire cu publicul	43
Trainingurile, o modalitate de „infiltrare”	48
Agențiile de casting	51
Cum să faci un <i>self-tape</i>	55
<i>Personal branding</i>	58
Cum să devii o voce	62
În arile conexe scenei	69
Câteva sfaturi de la un profesionist	71
Dezvoltarea ambițiilor sonore	76
Microfonul la lucru	80
Tăcerea sugestivă	84
Teatru <i>on air</i>	86
Acustica și tainele ei	90
Florin Piersic Jr.: „Am avut întotdeauna nevoie de prieteni pe scenă”	93
Marketing digital	98

Câteva sugestii de practician.....	100
Ce fac online?.....	106
Tocmeală, târguială, negociere.....	110
E mai greu dacă ești fată?.....	113
Regie în duet – Andreea și Andrei Grosu.....	116
Patricia Gomis, un exemplu de teatru făcut într-un cătun din Senegal.....	120
Cât de greu se găsește un job	123
Trucuri de impresionat o comisie	126
La casting cu Radu Afrim	131
Disciplina profesională și reușita.....	138
O poliție a teatrului?	141
Tipăriturile unui spectacol	145
Actoria, meserie grea	152
Cum s-a construit brandul Shakespeare.....	156
Jucându-l pe „marele Will”	160
<i>Teaching Shakespeare</i>	163
Gestionându-l pe bard	164
Shakespeare de la Craiova și marketingul deștept.....	166
<i>Shakespeare High</i>	169
Pledoarie pentru teatrul școlar	172
<i>Theatreland</i> – Tărâmul teatral	177
Agatha Christie și <i>Whodunnit</i>	187
Producția vândută cel mai rapid din istoria teatrală a Londrei	190
Barbican Centre, un concentrat de cultură înaltă.....	195
Publicații de specialitate	199
Cum e la noi?	201
La ce sunt bune premiile?	203
La englezi.....	203
La francezi.....	204
O rampă pentru talente emergente?	208
Premiul Europa pentru Teatru.....	212

Nu există publicitate negativă! Există doar publicitate.....	216
Actoria și politica	216
David Lodge și nevoia de reclamă	219
Vedeta și influencerii	221
Presiunea celebrității	228
Copii actori.....	234
Succes!	237
Tipologii de spectatori	241
Cum măsurăm reușita?	245
Succes, performanță, competitivitate	247
Formule de succes	248
Teatru patrimonial.....	248
Mozart cu fire	256
O cafenea a intrat în istoria teatrului – La MaMa New York.....	261
Intuiție și încredere în oameni. Cum am cunoscut-o pe Ellen Stewart.....	266
Teatru sub cerul liber.....	270
Pe malul Atlanticului	271
Shakespeare la iarbă verde	277
Imaginarea unor formate neașteptate: teatrul experților.....	280
Reinventarea clasicului. Noul Teatru Popular	283
Aplauze!	286
Puțină istorie	287
Când și cum aplaudăm?	288
Aplaudatul, o profesie?.....	291
<i>Bibliografie</i>	297

Jucându-l pe „marele Will”

Britanicii îl promovează inteligent pe William Shakespeare ca pe un puternic brand internațional, exportându-l de secole peste tot în lume. În forme vii, captivante. Totul pornește de la Stratford-upon-Avon, și fac acum un mic ocol de idei cu precizarea că mai există în Regat un alt Stratford, Stratford London în West Ham, și un Stratford St. Mary, în Suffolk, coincidența de nume inspirând o nostimă producție americano-britanică: *A bunch of amateurs*⁵⁴. Scenariul face din geografia insulară premisa acestei comedii în care un actor american de film, trecut de prima tinerețe și în pană de popularitate, se aruncă orbește într-un contract pentru *Regele Lear* la... Stratford. Confuzia devine poanta filmului, starul de peste ocean ajungând în micuța localitate, alta decât locul venirii pe lume a lui Shakespeare, unde un grup de localnici inimoși îndrăgostiți de teatru încearcă să-și salveze sala de spectacole prin noua megaproducție.

Revin. La Stratford-upon-Avon funcționează și Royal Shakespeare Company (RSC), așezământ a cărui misiune artistică e să propage în forme valoroase și convingătoare și moștenirea teatrală a lui Shakespeare. Se joacă la Royal Shakespeare Theatre și Swan Theatre, în acesta din urmă vizionând o versiune a lui *Antoniu și Cleopatra* (2013). Montarea era o coproducție RSC cu companii teatrale de peste ocean, spectacolul urmând să fie jucat și în Lumea Nouă. Regizorul american Tarell Alvin McCraney a realizat el însuși adaptarea textului, o practică obișnuită în arta regizorală recentă.

54. 2008, regia Andy Cadiff.

Principala intervenție a fost transferarea acțiunii din Egiptul antic într-o altă pagină de istorie, mai apropiată de noi cu câteva sute de ani. Povestea de dragoste dintre Antoniu și Cleopatra se consumă în perioada colonială, undeva în Caraibe, pe insula care azi cuprinde Republica Dominicană și Haiti, Antoniu fiind un trimis al unui alt Cezar, al lui Napoleon, iar Cleopatra, o frumoasă băștinașă din nu mai puțin frumoasa insulă. Temeiurile sunt sustenabile, diferența dintre două lumi fundamental diferite, puterea dragostei, opoziția dintre sentiment și datorie – motivele principale ale dramei shakespeariene –, rămânând perfect întemeiate și în noul context istoric ales de regizor. Regizorul însuși este un artist de culoare, iar temeile cu iz rasial nu-i ocolesc interesele artistice. Viziunea sa a scuturat bine textul, l-a adus mai în zilele noastre, scurtându-l, reșezând scene, redistribuind replici, fără a afecta logica dramatică. Distribuția a reunit cinci actori britanici și cinci actori americani, caucazieni, de culoare, mulatri, de teatru, dar și de film, într-un *melting pot* care arată că Shakespeare e britanic, dar și american și, de fapt, e universal. Originile culturale diferite ale artiștilor nu sunt sesizabile, spectacolul e omogen, are fluentă, multă trăire, exotism și culoare, la propriu, nuanțe de albastru caraibian, de galben cald, de fapt ocru precum plajele din insule, localizarea temporal-geografică făcându-se precis și prin costumele imaginate de Tom Piper. Dincolo de emoția personală de-a urmări un spectacol la Shakespeare acasă, n-aș putea spune că ceea ce am văzut m-a, o să zic neacademic, dat pe spate! Toată lumea a fost impecabilă estetic, dar mi-a lipsit fiorul *British*, cel *genuinely* shakespearian. Tarell Alvin McCraney a creat un spectacol făcut să le placă în primul rând americanilor. Nu că ar fi ceva rău în asta!

La Stratford-upon-Avon, Warwickshire, pe Henley Street e casa în care s-a născut Shakespeare. În jurul ei s-a ridicat Shakespeare Birthplace Trust, organism independent care funcționează de la jumătatea secolului al XIX-lea și care acum numără cinci obiective, toate în legătură cu viața dramaturgului. Nu e un simplu punct memorial, e un loc viu în care orice vizitator, din oricare parte a lumii, abia familiarizat cu opera scriitorului ori expert, poate descoperi lucruri interesante. Așa se explică de ce e foarte multă lume tot timpul anului, indiferent de anotimp, în South Warwickshire! Misiunea declarată a Trustului e să conserve și să pulverizeze în întreaga lume moștenirea lăsată de scriitor, în forme cât mai diverse și cât mai atrăgătoare. Cercetătorii găsesc o arhivă extraordinară, cu rarități mondiale, o bibliotecă impresionantă. Tinerii pot vizita casele și se pot delecta cu secvențe de spectacol interpretate de trupa Shakespeare Aloud. Amatorii pot organiza evenimente festive în spații special amenajate. Shakespeare nu e împachetat într-o conservă culturală de care nu te poți apropia. E cât se poate de prezent, de actual. Îl poți lua chiar cu tine pe telefon, descărcând Eye Shakespeare App, un ghid virtual disponibil în șase limbi. Ca să-l ai la îndemână.

O dată la șase luni, expoziția de bază se transformă. Periodic, manifestări ingenioase, debordând de creativitate atrag atenția asupra anumitor elemente din biografia și vremea lui Shakespeare. Maeștrii bucătari gătesc ca la 1600, iar vizitatorii degustă. Altă dată, copii pregătiți în avans sunt ghizi voluntari.

Royal Shakespeare Company joacă pe tot parcursul anului aici. Un departament de teatru educațional pune la punct noi și noi strategii pedagogice, în colaborare cu cadrele didactice, pentru a reuși să-l livreze cât mai adecvat pe Shakespeare

generațiilor tinere. E o datorie națională. Și internațională, care explică statistici oficiale precum faptul că jumătate din elevii planetei îl studiază pe autor în școală, iar în 65% din țările lumii, numele îi apare în curricula obligatorie! Arhiva RSC e la Stratford, legând trecutul de prezent.

Teaching Shakespeare

O abordare strategică a fenomenului cultural înseamnă să gândești dincolo de imediat, să ai în vedere deceniile și generațiile viitoare. Asta face și Royal Shakespeare Company printr-un program care vizează publicul tânăr: îl educă în cel mai autentic spirit shakespeareian. În parteneriat cu Universitatea Warwick, RSC a elaborat acum câțiva ani un program intitulat simplu *Teaching Shakespeare*, disponibil în forma unui kit pedagogic, care oferă sprijin profesorilor de literatură și teatru, având în vedere că în UK teatrul se practică de la nivelul primar și gimnazial ca disciplină școlară. RSC are un întreg Departament Educațional, o echipă mixtă, amplă de experți, teoreticieni shakespeareologi și practicieni, artiști și pedagogi, care asigură asistență și pe o platformă online, ușor accesibilă, dar și prin workshopuri al căror scop este găsirea și utilizarea celor mai adecvate, eficiente și plăcute metode de a-l preda și monta pe Shakespeare încă de la vârste fragede. *RSC Shakespeare Toolkit for Teachers* îi inițiază și îi îndeamnă pe profesori să îl joace pe Shakespeare cu copiii încă de când aceștia au abia patru ani! Din punctul lor de vedere, „sala de clasă trebuie considerată un spațiu creativ”, iar autorul de la Stratford, mândria culturii britanice, trebuie adus cât mai aproape de noile generații, trebuie abordat nu ca un clasic

prăfuit, care te plictisește, ci ca un autor universal atât geografic, cât și în ceea ce privește audiența de vârstă. Îmbinând perspectiva academică cu cea creativă și pedagogică, *Teaching Shakespeare* e o rețea largă de parteneriate pe termen lung cu sute de școli primare și secundare din Marea Britanie, adică aproximativ 96.000 de copii și adolescenți. Statisticile anului 2013 inventariază peste 400.000 de prezențe pe platforma online a *toolkit*-ului! Cam asta înseamnă să nu muzeifici un autor, să nu-l îndepărtezi de publicul tânăr de azi, care va veni și mâine, când va fi adult, la întâlnirile cu marile lui creații.

Gestionându-l pe bard

Modul în care britanicii îl gestionează pe Shakespeare ca pe un valoros capital cultural e demn de un prețios studiu de caz din care s-ar putea desprinde multe sugestii de urmat. Stratford-upon-Avon, trustul Shakespeare, Royal Shakespeare Company, Londra, Globe Theatre, practic orice are un punct tangent cu opera bardului devine modalitate de consum cultural și sursă de venit.

Modelul a fost exportat și peste ocean, unde un orășel de provincie din Canada care a avut norocul de-a fi fost numit după așezarea din West Midlands s-a relansat economic exploatarea creativ renumele dramaturgului. La jumătatea secolului trecut, această mică localitate din Ontario, aflată în declin economic, a adoptat numele Stratford datorită emigranților britanici, devenind exemplu despre cum un festival Shakespeare poate fi motor al regenerării urbane. Un jurnalist născut acolo, Tom Patterson, a avut ideea ca, din iunie până

în noiembrie, în Stratfordul canadian să se desfășoare un eveniment teatral care să acumuleze public și investiții, inițiativa ajungând un exemplu de turism cultural de succes. Folosindu-l pe Shakespeare ca fundament al acestui proiect, manifestarea a devenit sinonimul teatrului clasic de calitate din partea de nord a continentului american. Prima ediție, în 1953, s-a desfășurat pe o scenă din lemn acoperită cu o foaie de cort, în locul numit Festival Theatre, iar prețuirea de care s-a bucurat a fost încurajatoare pentru organizatori. Întreprinderea a continuat, s-a dezvoltat, astfel încât în scurt timp a fost nevoie de patru spații stabile pentru a putea găzdui trupele și spectatorii: Festival Theatre, Avon Theatre (cu 1.000 de locuri), Tom Patterson Theatre (500 de locuri) și Studio Theatre (260 de locuri, inaugurat în 2002, la a 50-a aniversare a Festivalului). Misiunea e „să dăm viață teatrului clasic și contemporan pentru o audiență cât mai largă”⁵⁵. Toate incintele beneficiază de traducere la casă, sistem Braille și acces pentru persoanele cu dizabilități. Partea de spectacole este completată cu „noi texte”, traininguri pentru artiști și o arhivă impresionantă deschisă cercetătorilor. Stratfordul canadian a cunoscut o revitalizare urbană pornind de la ideea lui Tom Patterson, idee care între timp s-a instituționalizat, devenind un trust care îi face marketing lui Shakespeare, atrăgând public din toată lumea. Brandul Shakespeare e exploatat de altfel în întreaga lume: The Globe a fost clonat pe diverse meridiane; manifestări de genul celei transoceanice s-au dezvoltat nu numai în lumca anglofonă, ci practic peste tot și în formule care mai de care mai pitorești – în aer liber, pe râul Hudson, pe străzi, în Brazilia, în curtea interioară a castelului Helsingor-Elsinor din Danemarca; de la variante

55. Vezi site-ul evenimentului – <https://www.stratfordfestival.ca/>.