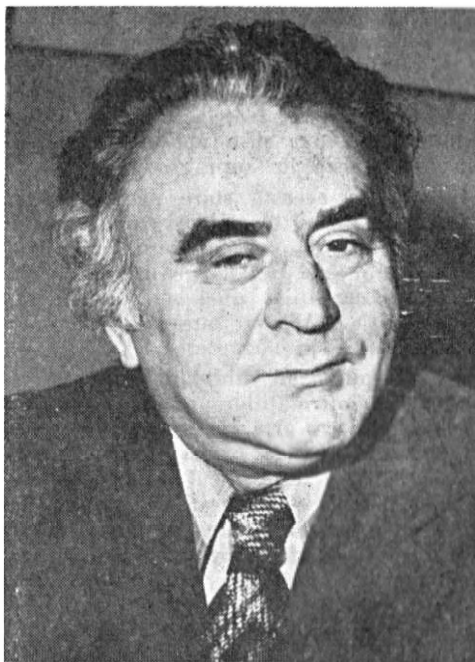


CU

GHEORGHE LEU

despre

- profesia de impresar
- public: geografie și psihologie
- civilizația relației cu spectatorul
- politica programării
- cariera spectacolului — o necunoscută?
- tinerii, o investiție de perspectivă



Acest bărbat nu prea înalt, îndesat, nițeluş cărunț, cu privirea vie sub sprincene stufoase, nu e o vedetă — cel puțin, nu în sensul consacrat al cuvîntului. Totuși, toți acei ce, într-un fel sau altul au de-a face cu teatrul „dinăuntru“ îi cunosc competența și precizia exemplară; nedesmințita sa amabilitate a devenit proverbială — „domnu Leu“ se comportă ca un diplomat în misiune. În Teatrul „Bulandra“ e o figură nu mai puțin importantă decît oricare dintre capetele de afiș. Nu știu dacă, din superstiție măcar, a pus vreodată piciorul pe scîndura scenei, în acești 17 ani de cînd lucrează în teatru; dar știe totul despre acest complicat mecanism, despre piese, spectacole, creatori și spectatori. E un fel de ministru de externe, de ministru de finanțe și de consilier special, omul care ține în mină legătura cu publicul, programarea spectacolelor, difuzarea biletelor. Presupun că marii artiști ai trupei nu ar ezita să recunoască faptul că, fără el, multe s-ar încurca; viceversa, în cîte teatre n-ar merge treburile mai bine dacă s-ar găsi astfel de oameni, din specia rară, pe cale de dispariție, în stare să valoreze în mod eficient, în fața publicului, efortul artistic, să determine finalizarea actului de creație... Cine știe de ce, profesia — și vocația — aceasta nu se bucură de recunoașterea meritată; profanii își închipuie, probabil, că e o simplă treabă de funcționar. Adevărul e că e vorba de un mandat a cărui exercitare cere subtilitate, inițiativă și consecvență, cultură și simțul realității, tact, farmec și caracter... Aproape o artă. Iată de ce am pătruns, cu unul din obișnuitele noastre „dialoguri“ de lucru, într-un „atelier“ mai puțin obișnuit: un birouaș de 2x2.

— Stimată domnule Leu, azi nu vă

cer locuri la un spectacol pe care vreau să-l văd a treia oară. Încercați, vă rog, să vă definiți domeniul de activitate.

G. L. Oficial, se numește „biroul organizare spectacole”. De fapt, noi nu organizăm spectacole, și în general nu „organizăm” nimic; simțim un fel de impresariat, nu chiar în sensul tradițional al cuvântului — au intervenit și funcții noi, propagandistic-culturale, care dau acestei activități perspectivă și radiație în profunzime. Rolul nostru e să popularizăm creația, să informăm publicul despre ansamblul producției teatrului și să-i înlesnim posibilitatea de a veni la spectacole. În afară de aceasta, ne ocupăm și de protocolul relațiilor teatrului.

— Ce înțelegeți prin „a înlesni”?

G. L. În principiu, o mulțime de oameni sînt dispuși să vină la teatru; au auzit de o piesă, le plac anumiți actori... De la intenție la acțiune, însă, e un prag greu de trecut; dacă am aștepta ca publicul să-l treacă singur, rezultatul efortului de comunicare artistică ar fi modest. Bucureștiul s-a dezvoltat enorm spre margini; însă teatrele sînt, ca și în trecut, centrale; după 8 ore de muncă, oboseți, preocupați, marea majoritate a oamenilor nu mai găsesc timpul și energia fizică să vină pînă în centru, la casa de bilete, cu speranța vagă că ar găsi locuri. Față de această nouă geografie, rostul nostru e să creăm, în cartiere, în fabrici, școli, facultăți, cît mai multe debușee de difuzare a biletelor. Așa și procedăm. Luăm cu delegați voluntari, din circa 400 de colective, reprezentînd întregul teritoriu al capitalei; le punem la dispoziție, din vreme, programarea spectacolelor (planificarea se face pe trei săptămîni înainte); pe această bază, cei interesați au timp să se consulte, să se hotărască și să formuleze comenzi ferme; în fiecare vineri, difuzorii primesc biletele comandate pentru săptămîna viitoare și un nou program pentru cea de-a doua săptămîină, pe care-l lansează spre înscriere. Acest program are răgazul să-și facă loc printre ocupațiile fiecăruia, în familie, cu prietenii, etc. Vreau să sîmblez în mod special că, după o luptă dură cu comoditățile, am reușit să impunem în mod strict principiul ca înscrierile să se facă într-adevăr pe baza preferințelor reale, și nu să camufleze o vînzare de bilete condiționată, spre a băga oamenilor ne gît spectacole pe care nu doresc să le vadă. E de preferat ca uneori sala să nu fie pe de-a-ntregul plină, decît să fie plină cu oameni aduși cu arcanul, care n-au cea „dispoziție de spectacol” care transformă venirea la teatru într-o sîrbătoare dorită și așteptată.

— Și rezultatul concret?

G. L. Atunci cînd stagiunea se instalează în drepturile ei — mă refer la perioada 15 octombrie — 15 iunie —, cam 75% din bilete se vînd prin această filieră. Am mai încercat și alte formule de rezervare a locurilor, însă, deocamdată, aceasta ni se pare cea mai eficientă; perfecționarea ei e centrul de greutate al activității colectivului de care răspund. Păstrăm însă cu sfințenie cota de 25% la casele de bilete, pentru publicul care locuiește central și e obișnuit să le cumpere direct, sau pentru cei sosiți din provincie; și, nu în ultimul rînd, pentru a da o șansă și impulsului spontan, atît de normal, de a merge într-o scară la un spectacol. Dacă toate posibilitățile s-au epuizat și sîntem nevoiți să refuzăm pe cineva, încercăm totuși să nu-l lăsăm să plece supărat: personalizăm relația cît putem, prin amabilitate, notăm cererea, o ținem în evidență pentru spectacolul viitor, cînd îi dăm prioritate. Sentimentul că poate lega o relație civilizată, plină de bunăvoință, cu teatrul e foarte importantă pentru spectator și contribuie mult la hînul renume al teatrului nostru.

— Asta înseamnă că dumneavoastră nu suferiți de coșmarul neîndeplinirii planului de încasări, de care se vaită alte teatre?

G. L. La un moment dat, se poate întîmpla ca lucrurile să nu meargă strună la cite un spectacol; dar reușim întotdeauna să compensăm. Indicele mediu de ocupare a sălilor oscilează între 92 și 95% (planificat — 90). Excelenta legătură cu difuzorii colaboratori ne ajută în mod esențial; am reușit să punem la punct un sistem ordonat, care evită enervările, cozile, pierderea de timp și încurcăturile. Avem o grijă de-a dreptul pedantă să respectăm cotele cvenite, să repartizăm ca la farmacie biletele mai cerute, ca să nu nemulțumim pe nimeni. Acești oameni au devenit prieteni ai teatrului, îi invităm uneori la premiere, purtăm cu ei discuții interesante — sursă de investigație sociologică foarte utilă pentru noi.

N-aș vrea să se creadă, însă, că e destul să pui la punct un bun sistem de difuzare, pentru ca, automat, teatrul să aibă public. Baza relației e repertoriul — adică lista titlurilor; iar condiția sine qua non — calitatea spectacolului; regizorul, distribuția, realizarea artistică.

— Există și o influență dinspre public în stabilirea repertoriului?

G. L. Direct, nu; sondaje nu prea se fac; nici n-ar fi realist ca spectatorii să

pur și simplu niște titluri de piese : într-un teatru, alegerea depinde de atîția factori pe care publicul n-are cum să-i cunoască și să-i ia în considerație. Indirect, însă, da. Văd toate spectacolele de pe afișul celorlalte teatre, urmăresc reacția spectatorilor, uneori discut cu unul sau cu altul, precum și cu responsabili culturali. Pot să afirm că am ajuns să cunosc gustul, „piața” Bucureștiului, la orice oră ; e un fapt — explicabil — că acest gust merge în general spre spectacolul de relaxare, spre comedie. Nu putem forța această preferință în mod brutal. Dar, cu tact, o putem orienta, modela. Pe de o parte, în consultările pe care le întreprinde direcția teatrului, transmit observațiile adunate și încerc să contribuie la alegerea unor piese care să satisfacă și nevoile publicului mediu. Pe de alta, prin programarea spectacolelor, avem ocazia să exercităm o influență oarecum mai sensibilă asupra spectatorilor. Privită strict administrativ, programarea e pînă la un punct un țintar : trebuie ținut seama de cuplajul distribuțiilor între cele două săli, de zilele cînd sînt disponibili actorii-oaspeți de la alte teatre și ai noștri împrumutați altora, de limitele normale ale puterii lor, de dificultatea tehnică a manevrării decorurilor. Dar există un criteriu și mai important, care trebuie să prevaleze — porțița de acces spre public. Se știe că există seri „bune” de teatru (sîmbăta, duminica), și altele mai puțin bune ; așa că „forțez” puțin, programînd în zilele favorite acele spectacole — eventual mai dificile — pe care teatrul e interesat să le lanseze și să le susțină ; acum, de exemplu : Într-o singură seară de Iosif Naghiu. Dimpotrivă, cele care au cerere mare se joacă fără probleme la orice oră și în orice condiții. O politică a programării e necesară și obligatorie.

— Care a fost cel mai mare „succes de public” din istoria Teatrului „Bulandra” ?

G. L. Tache, Ianke și Cadir : aproape o mie de reprezentații ; totodată, cel mai constant ca medie de spectatori. E păcat că unele spectacole cu excepționale șanse de longevitate mor, din diferite cauze accidentale, înainte de a se fi epuizat. D-ale carnavalului ar face și astăzi săli pline. Dacă ar intra în deprinderile regizorilor să facă imediat înlocuirile necesare în distribuții, mari spectacole ar putea fi menținute ani și ani în repertoriul permanent, jucîndu-se cam o dată pe lună. Ceea ce ar avea și un bun efect asupra mentalității publicului, acreditînd ideea perenității valorilor teatrale.

De altfel, greșit se crede, după părerea mea, că numai acele spectacole care „merg” mai greu trebuie propulsate în atenția publicului. Eu consider, dimpotrivă, că e ne-

cesară și o reclamă în plin succes, exact atunci cînd e în toi psihoza procurării de bilete. Astfel se creează curentul de interes care întreține în jurul teatrului o flacără, prelungește viața montărilor și le sporște atracția... Dar reclama propriu-zisă se face încă destul de prost... Presa de mare tiraj nu prea mai acordă spațiu pentru asta, iar afișajul e sărăcăcios, urît și rău plasat.

— Observ că dumneavoastră puneți problema impunerii spectacolului în conștiința publică într-un mod aproape științific. Totuși, unii creatori susțin că avem de-a face cu o imponderabilă, că nu se poate pronostica asupra carierei unei montări. „Nu putem ști” — spun ei —, „publicul e imprevizibil”.

G. L. Eu nu cred în teoria asta. Nu mă consider infailibil, totuși, după atîția ani, reușesc să-mi dau seama încă de la lectură, și cu atît mai mult de la alcătuirea distribuției, care sînt șansele unei montări. Experiența a confirmat multe pronosticuri : pentru Clipe de viață, pentru Leonce și Lena, pentru Play Strindberg etc.

Dacă însă vrem cu adevărat să-i sprijinim pe creatori, nu e destul să stăm cu brațele încrucișate și să ghicim în bobi viitorul ; pe drept cuvînt, ei așteaptă să influențăm, după puterile noastre, acest viitor — și anume, pregătind drumul spectacolului către public. Oferim colaboratorilor-difuzori o documentare asupra proiectelor teatrelor pe următoarele luni : titluri, autori, distribuții. La unele piese, secretariatul literar le pune la dispoziție un rezumat ; oamenii au astfel timp să se informeze în dreapta și în stînga, să mai comenteze. După premieră, organizăm cîteodată reprezentații cu discuții. În timp, aceste mici avansuri se acumulează, ajung să constituie un capital de disponibilitate față de fenomenul teatral în genere.

— Credeți că fiecare teatru are un public al său ? Cine sînt spectatorii Teatrului „Bulandra” ?

G. L. Fără să existe demarcații nete, fiecare categorie de public și fiecare instituție de artă își operează propria sa selecție. Azi, la Teatrul „Bulandra”, predomină tineretul : peste 60% din spectatori sînt elevi, studenți, uteciști din fabrici și uzine. Aceasta e de altfel sfera de influență în care ne străduim să și organizăm ceva, să ne pregătim, în mod activ, un public pentru mine. Cu regularitate se includ în repertoriu piese destinate tinerilor, fie nemijlocit, prin problematică (în ultimii ani, Valentin și Valentina, Noile suferințe ale tînărului W.),

fie prin adresa montării. Avem grijă să fie utilizate pentru elevi și studenți cotele de bilete mai ieftine, posibilitățile legale de a da reprezentări cu preț redus (50% din sală la cîte două spectacole serale pe săptămîină, plus, integral, cîte un matineu). Programăm matinee pentru școlari, cu piese utile formării culturii lor generale, recomandate de programa analitică. Încercăm să vedem mai departe de interesul momentului; ca să dau un exemplu, deși Serisoarea pierdută „se vinde” excelent, o programăm duminică dimineața, pentru elevi. Încasările vor fi ceva mai mici, dar e o „investiție în perspectivă”, sigur rentabilă.

Tinerii reprezintă un public de o disponibilitate formidabilă, receptiv la nou; așa că e firesc să se atașeze de un teatru ca „Bulandra”, pentru că echipa de actori e deosebit de înzestrată, practică un stil de joc modern și se creează montări deschise, cu o regie interesantă. Spectacole ca A 12-a noapte ori Elisabeta I sînt, prin natura lor, pe gustul omului tînr; unii le-au văzut de cîteva ori, au preferințe pentru una sau cealaltă din distribuții. Există simpatizanți pentru bufonul lui Caramitru și simpatizanți pentru bufonul lui Pittiş, se fac comparații, mai vin odată, să se convingă, să-și convingă prietenii. Sînt polemici care, pe neștiință, cizelează gustul, modelează criteriile.

Și modificarea arhitecturală a spațiului de joc de la Grădina Icoanei a înclinat balanța în acest sens; sala aceea a devenit locul de elecție al tinerilor, le aparține, se simt bine acolo, în ambianța lipsită de emfază care favorizează simplitatea, spontaneitatea reacției.

E de prisos să insist asupra răspunderii pe care o implică ascendentul asupra acestei categorii de spectatori...

— Cum se profilează impactul Teatrului „Bulandra” în actuala stagiune?

G. L. Printr-un complex de împrejurări, stagiunea debutează cu oarecare întîrziere. Anul trecut, într-o lună și jumătate de la deschidere, avusesem deja trei premiere; tot anul s-a păstrat o ritmicitate foarte bună. Acest lucru a făcut un imens serviciu echilibrării forțelor teatrului, aflat atunci într-un moment dificil. Spectacolele, însă, n-au depășit, calitativ, nivelul mediu al Teatrului „Bulandra”. Neîind de lungă respirație, ele nu pot rezista cîteva stagiuni; deci, la sala din Schitu Măgureanu se simtea, din primele săptămîni, nevoia unei premiere care să le susțină. Dar, după acest început mai greoi, stagiunea se profilează ca o construcție pe piloni înalți. Sînt în program cîteva montări importante, despre care se poate afirma cu certitudine că se vor ridica la cota superioară a posibilităților echipei.

Publicul, la rîndul său, are o „foame” de teatru care nu poate decît să ne bucure; de vreme ce am jucat în septembrie cu săli pline, înseamnă că, dacă vom ști să-l ispitim, nu ne va ocoli. Mai curînd aș adresa o invitație specială acelei categorii de spectatori despre care știu prea bine că iubesc teatrul, dar îl iubesc cu un fel de resemnare, renunțînd la spectacolul dorit după una sau două tentative neizbutite de a-și procura bilete. Practic, ne e imposibil să ieșim în întîmpinarea tuturor, să pătrundem în toate colectivele, mari și mici, din oraș; dacă inițiativa ar veni și din partea spectatorilor, delegatul unui grup stabilind contactul, problema ar fi ca și rezolvată; iar noi am fi fericiți să ne sporim numărul prietenilor.

— Oricum, sper să mă numărați printre ei... Și vă mulțumesc pentru această introducere în orizontul profesiei dumneavoastră.

Ileana Popovici