

Alma Mater Studiorum – Università di Bologna

**DOTTORATO DI RICERCA IN
SOCIOLOGIA E RICERCA SOCIALE**

Ciclo XXXV

Settore Concorsuale: 14/C2 - SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI

Settore Scientifico Disciplinare: SPS/08 - SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI

**I festival culturali come strumento di creazione di cittadinanza attiva:
il caso di Arona Città Teatro**

Presentata da: Giulia Alonzo

Coordinatore Dottorato

Supervisore

Prof. Antonio Maturo

Prof.ssa Roberta Paltrinieri

Esame finale anno 2023

Indice

Introduzione	p.	5
PARTE 1. Il mondo dei festival	p.	10
1. Introduzione	p.	10
2. L'esperienza festival	p.	11
2.1 In cerca di una definizione	p.	11
2.2. Dal rito al festival	p.	15
2.3. Time out of time	p.	17
2.4. Turismo esperienziale: il modello festival	p.	19
2.5. Il <i>festival goer</i>	p.	22
2.6. Festival come sistema eterotopico	p.	25
3. Cenni storici	p.	27
3.1. Quando tutto inizia: breve storia dei festival	p.	27
3.2. I festival in età moderna	p.	29
3.3. I festival nell'era del consumo di massa	p.	31
3.4. Le reti dei festival, ovvero la settorialità degli eventi	p.	36
3.5. Festivalia, il paese dei festival, una prima mappatura	p.	40
4. A cosa servono i festival	p.	42
4.1. La funzione dei progetti culturali	p.	42
4.2. Immagine, valorizzazione e riqualificazione del territorio (<i>Tangible Cultural Heritage</i>)	p.	45
4.3. I festival come ricostruzione dell'identità locale (<i>Intangible Cultural Heritage</i>)	p.	47
4.4. I festival come sviluppo culturale e creazione di comunità	p.	50
4.5. I festival come leva turistica ed economica	p.	52
5. La cittadinanza attiva	p.	56
5.1. La cittadinanza attiva	p.	56
5.1.1. Ruolo, potere e significato della cittadinanza attiva	p.	60
5.2. I tre capitali: culturale, umano e sociale	p.	63
5.3. Il welfare culturale	p.	65
5.4. Verso nuove forme di partecipazione	p.	68
5.5. Essere un volontario	p.	75
6. La cittadinanza attiva e i festival	p.	78
6.1. Festival, partecipazione e <i>audience engagement</i> : verso nuovi modelli di <i>leadership</i>	p.	78
6.1.1. I festival per attirare il pubblico	p.	81
6.1.2. I festival fatti dai giovani per i giovani	p.	83
6.2. Festival e volontariato	p.	84
7. Conclusioni: i festival alla prova del Covid	p.	85
PARTE 2. Il contesto di ricerca	p.	89
1. Introduzione	p.	89
2. <i>Event Studies</i> : chi si occupa dei festival	p.	89
3. Disegno di ricerca	p.	92
3.1. Contesto e domanda di ricerca	p.	92
3.1.1. Livello teorico	p.	92
3.1.2. Livello empirico	p.	93

3.2. La scelta del caso studio	p.	94
3.2.1. I festival tra Lombardia e le province di Novara e Verbano-Cusio-Ossola	p.	95
3.2.2. Milano e i grandi agglomerati urbani	p.	98
3.2.3. I criteri di individuazione del caso studio	p.	99
3.2.4. Preliminare analisi territoriale dei cinque festival in- dividuati	p.	101
4. Come analizzare un festival di teatro e letteratura	p.	103
4.1. L'approccio <i>mixed method</i>	p.	103
4.1.1. Tematiche qualitative: l'osservazione partecipante	p.	104
4.1.2. Tecniche qualitative: le interviste	p.	105
4.1.3. Tecniche qualitative: laboratorio verso un progetto di ricerca-azione	p.	106
4.1.4. Tecniche quantitative: il questionario	p.	107
5. Conclusioni di capitolo	p.	108

PARTE 3. Arona Città Teatro: analisi del caso	p.	111
1. Introduzione	p.	111
2. Osservare una città che si fa festival	p.	112
2.1. "Teatro sull'Acqua": introduzione al caso studio	p.	112
2.1.1. Il festival di settembre edizione 2021	p.	115
2.1.2. Il festival di settembre edizione 2022	p.	116
2.1.3. Lo spin off per i bambini	p.	117
2.1.4. Alternanza scuola/lavoro (PCTO)	p.	117
2.2. Osservazione partecipante	p.	119
2.2.1. Contesto fisico	p.	120
2.2.2. Contesto sociale	p.	125
2.2.3. Le interazioni formali e informali	p.	126
3. Intervistare chi fa il festival	p.	127
3.1. Testimoni significativi intervistati: gli organizzatori del festival	p.	128
3.1.1. Storia della manifestazione	p.	128
3.1.2. Programma della manifestazione	p.	131
3.1.3. Rapporto con il territorio	p.	132
3.1.4. Le economie del festival	p.	135
4. Intervistare chi partecipa al festival	p.	136
4.1. Testimoni significativi intervistati: i collaboratori del festival	p.	138
4.1.1. Legame con il festival	p.	139
4.1.2. Output della manifestazione	p.	139
4.1.3. Futuro della manifestazione	p.	141
4.2. Testimoni significativi intervistati: i commercianti	p.	142
4.2.1. Legame con il festival	p.	142
4.2.2. Output della manifestazione	p.	144
4.2.3. Futuro della manifestazione	p.	144
4.3. Testimoni significativi intervistati: i cittadini	p.	145
4.3.1. Legame con il festival	p.	146
4.3.2. Output della manifestazione	p.	148
4.3.3. Futuro della manifestazione	p.	149
4.4. Testimoni significativi intervistati: gli amministratori della città	p.	150
4.5. Testimoni significativi intervistati: la stampa	p.	152
4.6. Sintesi interviste: territorio, partecipazione e cittadinanza attiva	p.	154

5. I questionari	p. 157
5.1. Il pubblico di Teatro sull'Acqua	p. 158
5.1.1. Sezione anagrafica	p. 162
5.1.2. Sezione sulla partecipazione culturale	p. 163
5.1.3. Sezione sulla fruizione e sull'accesso al festival	p. 165
5.1.4. Sezione di valutazione dell'esperienza	p. 166
5.2. Feedback pubblico	p. 167
5.3. Valutazione PCTO con il festival "Teatro sull'Acqua"	p. 169
5.4. Arona Attiva	p. 171
5.4.1. Sezione anagrafica	p. 175
5.4.2. Sezione di valutazione d'impatto	p. 176
5.4.3. Sezione cittadinanza attiva	p. 182
6. Conclusioni: identificazione di un modello del festival "Teatro sull'Acqua"	p. 196
6.1. La profilazione del pubblico del festival "Teatro sull'Acqua"	p. 196
6.2. Il festival "Teatro sull'Acqua" come strumento di cittadinanza attiva e welfare culturale	p. 199
PARTE 4. Conclusioni	p. 201
Ringraziamenti	p. 211
Appendice	p. 213
Bibliografia	p. 254
Abstract	p. 274

Introduzione

*Culture grows where people meet.
Chris Torch, 2007*

Un clown francese che con la magia della sua arte ipnotizzò una intera piazza in una calda serata estiva di tanti anni fa: questa immagine ricordo ha accompagnato la scrittura di questa tesi. Era un piccolo festival, in una piccola cittadina di provincia, più rinomata per le sue specialità gastronomiche che per le sue attrazioni turistiche, praticamente nulle. Ma in quelle serate di giugno, il paese cambiava volto, diventando meta di curiosi che arrivavano da ogni dove per passare una serata diversa, una serata di festa.

20 anni dopo, un'altra immagine: quattro amici in una trattoria nel cuore di Milano, pianificando i tour estivi alla ricerca dei debutti nei festival da non mancare. Così, su una tovaglietta di carta paglia nasce, nel 2016, la bozza di quello che sarà TrovaFestival, una mappa online per geolocalizzare tutte le manifestazioni culturali in Italia.

Da quel momento i festival non sono stati più solo mete fuori stagione e fuori mano, ma fenomeni da studiare, analizzare e comprendere, inglobati in un sistema culturale più ampio, che però non era in grado di riconoscerne l'autonomia e il valore sociale, culturale ed economico. Per me i festival continuano a essere momenti di lavoro, dove assistere a nuove creazioni artistiche, partecipare a convegni e seminari, incontrare colleghi e aggiornarsi sulle ultime tendenze, ma soprattutto diventano momenti di osservazione di un paese che mette in mostra la sua vitalità. Rubando le parole di Paolo Fresu, i festival introducono a:

«Un'Italia continentale composta da una caleidoscopica palette di diversità e contrasti che contribuiscono alla costruzione di un cammino e di un racconto policromo e ricco di idiomi e sapori, visi e attitudini laddove anche l'arte, la cultura e la conoscenza si esprimono anche attraverso lo strumento della programmazione festivaliera.

Del resto il festival è un rito comunitario. Una danza collettiva che respira di vita e di passione e che indaga nei territori descrivendoli al meglio e narrandone divisioni, ricchezze e condivisioni.

È un ballu tundhu isolano, una pizzica o una taranta salentine da consumare assieme e nelle quali perdersi per poi ritrovarsi prosperi di ciò che si è vissuto, mettendo in comunicazione mente e cuore attraverso i sensi» (2022, p. 9)

In questa tesi ho cercato di comprendere se un festival culturale possa essere anche uno strumento di creazione di cittadinanza attiva e di sviluppo di welfare culturale, partendo dall'analisi di “Teatro sull'Acqua”, un festival di libri e teatro che si svolge ad Arona dal 2011, adottato come caso studio di questa indagine.

I festival sono un fenomeno culturale complesso (Quinn 2005), strutture organizzative con ricadute, oltre che sociali e culturali, anche economiche sui territori in cui agiscono. Nello specifico questa tesi si è concentrata sui “festival di approfondimento culturale” (Guerzoni 2008), etichetta sub settoriale che individua quei festival che pongono al centro del proprio progetto artistico la diffusione di messaggi, idee e riflessioni attraverso il dialogo e il confronto. Per farlo si sono adottate le principali teorie sociologiche, che mettono in relazione il concetto di cultura con il lato espressivo della vita umana, inteso come comportamenti, oggetti, idee, pratiche ed eventi, ovvero come simbolo e ritualità del quotidiano (Griswold 2018 [1997]; Sciolla 2012; Paltrinieri 2019a).

La prima parte di questa tesi prova a delineare il *framework* teorico, partendo dall'analisi della parola “festival” (CAP. 2), ponendo l'accento su tre diversi elementi:

- La ritualità: con la sua ciclicità e relativa sacralizzazione, il festival diventa un momento di condivisione e celebrazione in cui condividere sulla pubblica piazza i valori che animano una comunità (Durkheim 2005 [1912]; Caillois 2001 [1950]; Turner 1982). Dei veri e propri rituali comunitari usati a scopo religioso, sociale e culturale, che favoriscono il senso di comunità (Van Winkle, Woosnam 2013), la cui efficacia si riscontra nella capacità di creare «stati mentali collettivi» (Giannini 2020, p. 33), ovvero quell'effervescenza, già narrata da Durkheim, che determina la coesione e la riaffermazione periodica del gruppo (CAP. 2.3).
- Lo spazio: che si svolgano in un luogo pubblico o privato (e oggi anche digitale), i festival diventano arene di pubblico scambio in cui si produce, si muta e si trasforma il sapere locale (Quinn 2005; Getz 2009), generando quindi una risemantizzazione dello spazio in un tempo fuori dal quotidiano (Falassi 1987) (CAP. 2.3). I festival si possono interpretare usando il concetto di eterotopia di Foucault (CAP. 2.6), le interruzioni spaziali e temporali dovute ai festival trasformano l'ordine sociale, seppur solo temporaneamente (Quinn, Wilks 2017).
- Il patrimonio culturale: i festival sono un momento di pubblica celebrazione attorno a un tema che la comunità ritiene di interesse comune e quindi che possa diventare motivo di orgoglio sociale (Frey 1994; Getz 2009; del Barrio *et al* 2012).

Nel terzo capitolo della prima parte di questa tesi si è provato a tracciare un excursus storico dell'evoluzione dei festival, partendo dalle feste Dionisiache greche ai Saturnali romani, passando ai

Carnevali (CAP. 3.1) per arrivare ai festival culturali nell'Inghilterra del XVIII secolo, precursori delle manifestazioni contemporanee come il “Festival di Bayreuth”, le “Fêtes Romaines”, la “Biennale di Venezia”, il “Festival Puccini”, o la “Sagra Musicale Umbra” (CAP. 3.2).

Ma è dopo la Seconda Guerra Mondiale, con il boom economico, che i festival assumono un ruolo centrale per la ridefinizione di cultura, cercando di abbattere la distinzione tra cultura alta e cultura bassa (CAP. 3.3). I nuovi festival che nascono nel dopoguerra incarnano un profondo cambiamento politico, antropologico e culturale, dando spazio ai bisogni, e mettendoli in primo piano, della nuova categoria commerciale dei giovani, e mostrando come l'arte possa essere altro rispetto all'intrattenimento (Duvignaud 1973b). Cambia anche il modello di partecipazione alle manifestazioni: partecipare non vuol dire più solo essere spettatori, ma aderire alle idee e ai valori che quella manifestazione abbraccia e promuove.

Il boom economico ha generato un aumento del numero manifestazioni, il cui censimento è pressoché impossibile, seppur diversi siano stati i tentativi (Frisby, Getz 1989; Galeotti 1992; Rolfe 1992; Maillard 1994; Getz 2007; Gibson et al 2010; Cudny 2014).

Il primo tentativo di mappatura risale al 1952 in Svizzera quando il filosofo Denis de Rougemont fonda l'Association Européenne des Festivals de Musique, una rete sinergica in cui presentare insieme i diversi programmi, formulati in base alle location e alla storicità di alcuni tra i più noti festival di musica in Europa (CAP. 3.4). In Italia oggi le reti di festival sono diverse: tra tutte si segnala TrovaFestival, il portale online che dal 2017 ha mappato oltre 1290 manifestazioni (CAP. 3.5).

Nel quarto capitolo della prima parte si è analizzata la funzione dei festival a partire dalla funzione dei progetti culturali (CAP. 4.1) che possono innescare possibili significati sociali, per esempio essere un'occasione di auto-definizione di un gruppo o di una comunità; attivatori di partecipazione, richiedendo un'azione diretta dei membri che vi prendono parte; la creazione di un tempo altro rispetto alla quotidianità (Argano 2012). Sono anche elementi di rilancio del *Tangible Culturale Heritage* (CAP. 4.2) e dell'*Intangible Culturale Heritage* (CAP. 4.3). Si è poi avuto modo di vedere come i festival, in quanto occasioni di creazione di nuova identità, ritrovata socialità e consapevolezza, accrescendo il capitale culturale e cognitivo nelle località nelle quali si svolgono, possano svolgere una significativa funzione sociale e culturale (Bailey *et al* 2004; Small *et al* 2005; Wood 2005; Getz 2009; Quinn 2012; Tankova, Vassenska 2015; Richards 2017) (CAP. 4.4), ed economica (CAP. 4.5).

Nel quinto capitolo della prima parte si affronta il tema della “cittadinanza attiva”, il primo di due importanti riferimenti sociologici. Partendo dall'analisi di Giovanni Moro (2013), in questo contesto

di ricerca, la cittadinanza attiva è interpretata come la presa di consapevolezza del proprio ruolo e delle proprie possibili azioni in un determinato ambito della società. I cittadini si trovano immersi in politiche pubbliche (Moro, Sorice 2022) che toccano direttamente le loro vite e le questioni di interesse comune (Micheletti 2010), quindi costituiscono un momento collettivo che celebra ed esalta l'individuo e che implica una presa di “responsabilità, auto-riflessività e attivismo quotidiano” (Paltrinieri, Allegrini 2020) (CAP. 5.1).

Dopo un breve excursus sulle definizioni di “capitale culturale”, “capitale umano” e “capitale sociale” (CAP. 5.2), nel terzo paragrafo del quinto capitolo si affronta l'altro riferimento sociologico: l'attuale dibattito sul “welfare culturale”, inteso come «un nuovo modello integrato di promozione del benessere e della salute e degli individui e delle comunità, attraverso pratiche fondate sulle arti visive, performative e sul patrimonio culturale» (Cicerchia *et al* 2020). Uno strumento quindi «di coesione sociale, intesa come leva di sviluppo essenziale nella prospettiva di mettere tutto il complesso della popolazione in condizione di esprimere al meglio le proprie capacità, competenze, modalità di espressione personale e professionale» (Manzoli, Paltrinieri 2021, p. 17) (CAP. 5.3).

Il quarto paragrafo è dedicato alla “partecipazione” (CAP. 5.4), con un focus dedicato alla “fruizione culturale”; il quinto al tema del “volontariato” (CAP. 5.5), un'espressione di principi fondamentali della società come la solidarietà, la coesione sociale e la democrazia (Tocqueville 2018 [1835-1840]; Putnam 1993; Brady *et al* 1995; Hustinx *et al* 2010).

Il sesto capitolo della prima parte è dedicato al rapporto tra i festival e la cittadinanza attiva, cercando di capire come i festival possano essere strumento di creazione di benessere. Nel primo paragrafo si sono analizzate le nuove forme di *leadership* attuate dai festival per aumentare la partecipazione, portando a esempio casi studio e buone pratiche (CAP. 6.1). Nel secondo paragrafo si è poi analizzato il rapporto, strettissimo, tra festival e volontariato (CAP. 6.2).

La prima parte di questa tesi si conclude con una riflessione sul post Covid e sul ruolo che sta assumendo il digitale nella fruizione culturale (CAP. 7).

La seconda parte di questa tesi è stata dedicata al contesto di ricerca. Il secondo capitolo è dedicato agli *Event Studies*, ipotizzando di aprire un possibile filone interamente dedicato al settore dei festival, che attinge a diverse discipline accademiche e necessita di un approccio interdisciplinare, sia nella teoria sia nei metodi, “basato sulla conoscenza” (CAP. 2.2).

Il terzo capitolo è dedicato al disegno di ricerca, nello specifico al livello teorico e al livello empirico del contesto e della domanda di ricerca (CAP. 3.1), che hanno portato alla definizione del caso studio (CAP. 3.2). Una volta stabilito il caso studio, per cogliere le sfumature e le profondità

dei fenomeni complessi di cui si compone il reale si è optato per un approccio *mixed method*, analizzato nel quarto capitolo, che ha conciliato tecniche qualitative come l'osservazione partecipante e le interviste con la tecnica quantitativa del questionario (CAP. 4.1).

La terza parte di questa tesi è stata dedicata al caso studio, il festival di letteratura e teatro “Teatro sull'Acqua”, diretto dalla scrittrice Dacia Maraini e organizzato da Luca Petruzzelli, che si svolge dal 2011 ad Arona, sulla sponda piemontese del Lago Maggiore. L'analisi del caso inizia con una disamina della struttura organizzativa del festival e del rapporto con la città e i cittadini (CAP. 2.1), analizzando nello specifico le tre edizioni del festival in cui si è effettuata l'osservazione, quella del 2021, del 2022 e lo spin off dedicato ai bambini nel 2021, e la questione dell'Alternanza scuola/lavoro (PCTO). Il secondo paragrafo è dedicato all'osservazione partecipante (CAP. 2.2), con un'analisi del contesto fisico, del contesto sociale e delle interazioni formali e informali osservate.

Il terzo e il quarto capitolo di questa terza parte sono dedicati alle interviste agli organizzatori del festival (CAP. 3), ai collaboratori del festival (CAP. 4.1), ai commercianti (CAP. 4.2), ai cittadini (CAP. 4.3), agli amministratori (CAP. 4.4), e alla stampa (CAP. 4.5).

Il quinto capitolo è dedicato all'analisi dei questionari. Nello specifico, quello dedicato al pubblico del festival (CAP. 5.1); i feedback del pubblico dopo la fruizione (CAP. 5.2); la valutazione PCTO (CAP. 5.3); infine l'analisi del questionario denominato Arona Attiva (CAP. 5.4).

Il lungo percorso intrapreso ha generato di continuo nuove domande e le risposte analizzate hanno dato vita a nuove curiosità e nuovi stimoli. La quarta e ultima parte di questa tesi vuole gettare le basi per alcune provvisorie conclusioni, senza avere la pretesa di raggiungere l'esaustività, ma provando a collocare l'analisi nel dibattito scientifico di riferimento e ponendo alcuni interrogativi che possano aprire eventuali future indagini.

E ora posso solo sperare in una lettura curiosa, la stessa curiosità di una bambina davanti al circo in una notte d'estate.

Maggio 2023

PARTE 1. Il mondo dei festival

*Now it's festivals, festivals everywhere.
Big ones, small ones, wild ones, silly ones, dutiful ones, pretentious ones, phony ones.
Many have lost purpose and direction, not to mention individual profile.
Place a potted plant near the box office, double the ticket prices and
—whoopee—we have a festival.
Konrad Otto Bernheimer, 2003*

1. Introduzione

Il boom dei festival culturali avvenuto negli ultimi decenni ha portato numerosi accademici in tutto il mondo ad avvicinarsi all'analisi di questo fenomeno. La prima parte di questa tesi di ricerca vuole provare a individuare il *framework* di riferimento teorico per comprendere se un festival culturale possa essere uno strumento di creazione di cittadinanza attiva e di sviluppo di welfare culturale.

Si è partiti dal provare a contenere la parola “festival”, analizzando le definizioni teoriche per poi arrivare a tracciare un percorso storico, che accompagna i festival dall'antica Grecia al contemporaneo. Si analizza quindi la funzione che le manifestazioni culturali svolgono nella società, concentrandosi sui possibili significati sociali.

Gli ultimi capitoli della prima parte sono dedicati alla cittadinanza attiva e al welfare culturale, i due riferimenti sociologici nei quali questa tesi si posiziona. Partendo dall'analisi di Giovanni Moro (2013), in questo contesto di ricerca la cittadinanza attiva è interpretata come la presa di consapevolezza del proprio ruolo e delle proprie possibili azioni in un determinato ambito della società. Cittadini quindi immersi in politiche pubbliche (Moro, Sorice 2022) direttamente coinvolti e responsabili delle questioni di interesse comune. Il welfare culturale è invece uno strumento di promozione del benessere sociale attraverso la cultura e «di coesione sociale, intesa come leva di sviluppo essenziale nella prospettiva di mettere tutto il complesso della popolazione in condizione di esprimere al meglio le proprie capacità, competenze, modalità di espressione personale e professionale» (Manzoli, Paltrinieri 2021, p. 17). Questi due riferimenti teorici sono messi in relazione al mondo dei festival, partendo dal concetto di partecipazione e *leadership*.

Alla pandemia, che ha profondamente trasformato la percezione alla partecipazione culturale, è dedicata l'ultimo capitolo di questa prima parte.

2. L'esperienza festival

2.1. In cerca di una definizione

Ci sono parole il cui significato risulta di dominio pubblico, a volte talmente radicato da far dimenticare il significato originario e altre da far acquisire negli anni molteplici significati, tanto da diventare iperonimi, o *ombrella term*, come dicono gli inglesi, ovvero una di quelle parole che raccolgo una tale quantità di significati da racchiudere l'intera evoluzione della cultura umana. Un po' come quando si prova a tracciare la definizione di cultura, i cui i significati semantici, epistemologici, tecnici e linguistici si sommano e si scontrano (Argano 2021), e in cui il vissuto di ognuno lo popola con i suoi immaginari. Questo accade anche per la parola festival, tanto che c'è chi dichiara, scherzando ma neanche troppo, che «a festival is whatever its organisers regard as a festival. Any definition should relate to the actual objective and should function as a kind of working definition» (Hunyadi *et al* 2006, p. 8).

È tuttavia utile tentare di dare una definizione di festival per diversi motivi. Il primo è strettamente legato alla tesi che si sta sviluppando: senza una chiara delimitazione del tema di partenza, diventa complesso definire il quadro di riferimento. Il secondo motivo è invece semantico: qualsiasi evento oggi può essere definito festival, dalla sagra del peperone nel borgo agricolo alla manifestazione di musica rinascimentale nella chiesa sconsacrata in pieno centro cittadino. Come già proclamava Ennio Flaiano, siamo il paese dei festival (1972), dove ogni scusa è buona per accendere le luci e festeggiare.

Dare un nome alle cose consente soprattutto di poterle vedere, analizzare, studiare e anche comunicare. Provare a dare una definizione di “festival” potrebbe essere un primo passo per una migliore comunicazione tra le manifestazioni e i loro fruitori e poter procedere ad analisi comparate in ambito accademico (Arcodia, Robb 2000; Cudny 2014).

La voce nell'*Enciclopedia Treccani* dedicata ai festival recita:

festival (alla fr. festivàl; raro festivaie) s. m. [dall'ingl. Festival {fèstèvèl}, che è dal fr. Ant. Festival {festivàl} «festivo», lat. Mediev. Festivalis]. –1. Festa popolare, spesso all'aperto, con musiche, balli, luminarie. 2. Serie di manifestazioni e spettacoli, musicali, teatrali, cinematografici, per lo più periodici: f. della canzone, f. del cinema; il f. di, di, ecc. Con uso più partic., f. scacchistico internazionale, manifestazione agonistica che comprende un distinto torneo di scacchi per ognuna delle varie categorie.

Nell'*Enciclopedia dello Spettacolo*, la Bibbia per chi si occupa di spettacolo pensata e voluta da Silvio d'Amico nel 1954, «il festival è una manifestazione musicale, teatrale o cinematografica della durata di più giorni o di più settimane, caratterizzata da un particolare contenuto, dall'eccellenza artistica, dal periodo dell'anno e dal luogo in cui si svolge» (d'Amico 1958, p. 234).

Analizzando queste due definizioni si notano diversi aspetti: in quella della *Treccani* emergono subito il carattere ludico e la dimensione di gaiezza popolare che riportano i festival al concetto di *festa popolare*, associata anche a un periodo estivo, in cui è possibile godere di balli e musiche all'aperto. Nella seconda accezione enciclopedica c'è una concordanza con la definizione data dall'*Enciclopedia dello Spettacolo*, che pone l'attenzione sulla tematica dell'oggetto di cui si sta dando la definizione (musicale, teatrale o cinematografica) e della sua “eccellenza artistica”. Entrambe le voci accennano alla temporalità periodica della manifestazione. La socialità, la partecipazione della comunità e la ritualità con cui il rito si compie e si rinnova a cadenza temporale è lasciato a intendere senza specifiche esplicazioni, forse proprio perché già il nome in sé riporta a riti atavici, intrinseci nella natura umana.

La parola “festival” deriva dal latino *festum*, che indicava la festività intesa come momento di festa pubblica o cerimonia solenne. Il “festa die” diventa poi nel Middle English “festa dai”, storpiandosi in “festival” (Falassi 1987), designando semplicemente un giorno di festa. Nell'inglese attuale, così come in molte delle lingue latine, la parola festival è associata secondo l'antropologo Alessandro Falassi (1987) a 5 significati: 1) il tempo dedicato a una celebrazione, sacra o profana; 2) la ricorrenza di una persona o di un evento significativo; 3) un evento culturale che consiste nella serie di performance di lavoro nel campo delle arti, dedicate a un singolo artista o a un genere 4) una fiera; 5) un generico momento di convivialità o di gaiezza.

Oltre quindi a essere una “festa popolare”, un momento di convivialità condivisa, secondo Falassi il concetto di festival porta con sé altre dimensioni, ampliando i propri orizzonti. **La ritualità:** con la sua ciclicità e relativa sacralizzazione della festa, il festival diventa un momento di compartecipazione e celebrazione in cui condividere nello spazio pubblico i valori che animano una comunità (Durkheim 2005 [1912]; Caillois 2001 [1950]; Turner 1982; Falassi 1987). **Lo spazio:** che si svolgano in spazi pubblici o privati (e oggi anche digitali), i festival diventano arene di pubblico scambio in cui si produce, si muta e si trasforma il sapere locale (Quinn 2005; Getz 2009), generando una risemantizzazione dello spazio. **Il patrimonio culturale:** i festival sono un momento di pubblica celebrazione attorno a un tema che la comunità ritiene meritevole del valore comune e quindi che possa diventare motivo di orgoglio sociale. Che sia una manifestazione artistica o performativa, musicale o cinematografica, dedicata alla memoria di una persona o di un

avvenimento, il festival riproduce il sapere locale, la storia e le tradizioni di una comunità. I festival sono un bene comune, costituendo espressione del patrimonio culturale immateriale e delle strutture sociali che distinguono un luogo dall'altro (Frey 1994; Getz 2009; del Barrio *et al* 2012).

L'International Festivals & Events Association (IFEA), associazione su base volontaria di eventi, produttori di eventi, fornitori di eventi e relativi professionisti e organizzazioni, che ha tra i suoi obiettivi la produzione e presentazione di festival, eventi e celebrazioni civiche e private. Secondo il suo codice etico, i festival sono tra le caratteristiche che distinguono le comunità umane e l'interazione, promuovendo l'orgoglio civico, la cultura, il patrimonio e la comunità¹.

Tra le diverse definizioni analizzate, una delle più complete è quella proposta da Waldemar Cudny: «a festival is an organized socio-spatial phenomenon that is taking place at a designated time – outside the everyday routine – increasing the overall volume of social capital and celebrating selected elements of tangible and intangible culture» (2014, p. 643). Ma forse nel desiderio di completezza questa visione perde il carattere festoso, conviviale e comunitario che è proprio dell'evento festival, che invece vien enfatizzato da Alessandro Falassi. L'antropologo italiano suggerisce una prima definizione di festival che unisce la funzione delle manifestazioni a una dimensione sia simbolica sia sociale, richiamando il concetto di rito di Émile Durkheim: «a periodically recurrent, social occasion in which, through a multiplicity of forms and a series of coordinated events, participate directly or indirectly and to various degrees, all members of a whole community, united by ethnic, linguistic, religious, historical bonds, and sharing a worldview» (Falassi 1987, p. 2). Una ricorrenza periodica, un'occasione sociale che coinvolge la comunità, unita da un valore condiviso.

I festival sono quindi un fenomeno culturale complesso, un'espressione culturale a sé stante e anche un processo in cui la cultura viene consumata, riprodotta e creata (Quinn 2005). Questo implica ovviamente che i festival siano anche strutture organizzative con delle ricadute, oltre che sociali e culturali, anche economiche sui territori in cui agiscono, ma su questo aspetto torneremo nelle prossime pagine.

Occorre precisare la differenza tra il concetto di festival e quello di evento: mentre il primo ha una cadenza temporale, dettata dalla ritualità a cui si è menzionato, l'evento invece può verificarsi anche una sola volta.

La parola “evento” deriva dal latino *eventus* da *evenire*: è un avvenimento, caso, fatto che è avvenuto o che potrà avvenire (Treccani). Nell'ambito di un progetto culturale, gli eventi possono

¹Per approfondimenti si veda: <https://www.ifea.com/>

essere «circostanze nuove prodotte dalle azioni progettuali, sia come elementi che fanno scaturire nuovi passi di avanzamento» (Argano 2012, p. 113). Un evento è dunque una cosa che può accadere, come può accadere un qualsiasi avvenimento accidentale (Didi-Huberman 2011), senza per forza implicare una pianificazione progettuale: è questa la differenza con i festival.

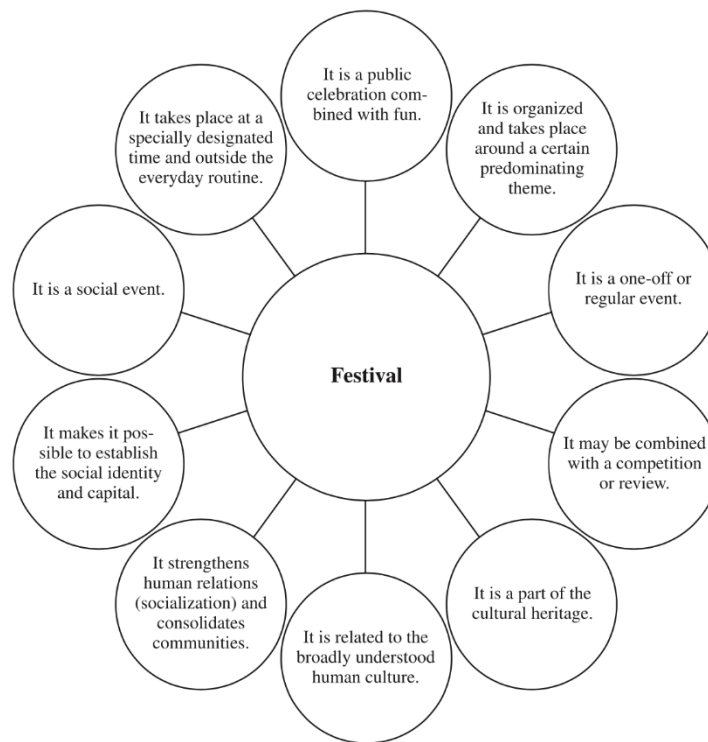


Fig. 1 – Rappresentazione di cosa sono i festival. Fonte Cudny 2014.

In questa tesi non si analizzerà l'intera gamma dei festival, ma si prenderanno in considerazione solo le manifestazioni denominate “festival di approfondimento culturale” (Guerzoni 2008), etichetta sub settoriale che individua quei festival che non sono facilmente riconducibili a un genere preciso, come letteratura, musica, cinema, ma la cui centralità rimane la diffusione di messaggi, idee e riflessioni attraverso il dialogo, il confronto e la parola (ivi).

Senza allungarsi nella definizione di cultura, un arduo lavoro che necessiterebbe di alcuni altri progetti dottorali, basti dire che a livello ministeriale e legislativo la cultura è in genere associata al Patrimonio, alla storicità e al passato, spesso collegata a un bene immobile economicamente quantificabile (Ponte di Pino 2023). Ma la cultura è anche un elemento di innovazione e di rottura, che spinge a «superare la contrapposizione tra la valorizzazione del patrimonio culturale in termini economici e la valorizzazione del patrimonio culturale in termini estetici a favore di un approccio

che attribuisca ‘responsabilità sociale alla cultura’ ed ai suoi attori sia dal punto di vista dell’offerta, la produzione culturale che della domanda, o fruizione, di cultura» (Paltrinieri 2019a, p. 122). Le principali teorie sociologiche mettono in relazione il concetto di cultura con il lato espressivo della vita umana, inteso come comportamenti, oggetti, idee, pratiche ed eventi, ovvero come simbolo e ritualità del quotidiano (Griswold 2018 [1997]; Argano 2012; Sciolla 2012).

Di conseguenza un festival culturale può essere definito come la progettazione di un evento specifico all'interno del dominio culturale, che si avvale di un contributo significativo in termini di originalità o innovazione nel suo campo, intesa come un cambiamento atto a generare nuovo valore (Argano 2012), o come specifica l'economista Guido Guerzoni: «una manifestazione dedicata a un preciso tema culturale, che prevede una pluralità di eventi concentrati spazio-temporalmente, appositamente concepiti per un pubblico non specialistico, in cui vi sia contestualità tra produzione e consumo, unicità del prodotto offerto e centralità dell'oralità, senza forme di competizione, discriminazioni extratariffarie, finalità di lucro e vendite predominanti di prodotti e servizi» (2008, p. 80). Dall'analisi sono quindi esclusi i premi e i concorsi, le sagre e le feste locali, e anche gli eventi *una tantum* come le città culturali.

Questo comporta un certo livello di organizzazione, unito a una durata minima, e di determinate stabilità e frequenza nel tempo e nell'organizzazione (Getz 2009; del Barrio *et al* 2012).

In questo senso, parafrasando Wendy Griswold (1987), per la quale il significato di un oggetto è dato dalla sua totalità, con una presenza reale e concreta nel mondo, i festival rappresentano un esempio dei tanti *cultural texts* che compongono la cultura delle persone.

2.2. Dal rito al festival

Feste ed eventi come momento di celebrazione pubblica e condivisa esistono da tempo come pratiche culturali significative e concepite come forme di esibizione pubblica, celebrazione collettiva e rituale civico (Quinn 2009). Spesso il termine “festa” si sovrappone ambigualmente al termine “rito” (Giannini 2020) che «rimanda a una sequenza formalizzata di azioni, la festa a un vissuto collettivo. Da qui deriva la considerazione che se il rito rimanda all'azione, la festa rimanda necessariamente alla sensazione» (ivi, p. 28).

Punto nodale per l'interpretazione del rito restano ancora oggi le riflessioni formulate all'inizio del secolo scorso da Émile Durkheim, insieme a Max Weber uno dei padri della sociologia. Le sue teorie sul sacro e sul rito si ritrovano nel trattato *Forme elementari della vita religiosa* (2005 [1912]): «un viaggio nelle fonti inconse dell'agire religioso dei fedeli e della vita sociale, con

l'obiettivo di capire meglio la «natura religiosa dell'uomo» e, in realtà, l'identità, la natura, le patologie e il futuro dell'uomo moderno» (Rosati 2012, p. 15) ovvero, come riporta Jeffrey C. Alexander, «rendere visibile l'inconscio sociale, rivelare agli uomini e alle donne i miti di cui sono plasmati» (2003, p. 21). Secondo Durkheim la funzione del rito è duplice: sociale, intesa come regolatrice delle credenze e dunque le azioni rituali sono rappresentazioni collettive. Infatti per Durkheim il rituale è capace di provocare stati di “effervescenza” collettiva, per creare e corroborare e il sentimento identitario di una comunità, rafforzandone la solidità. Ma per raggiungere una identità collettiva coesa, che si riconosca nella creazione di quel valore rituale sociale, diventa fondamentale che il rito abbia anche una funzione individuale, per lo stato di benessere che ne traggono i partecipanti, in quanto l'azione rituale ha la forza di rigenerare la moralità (Durkheim 2005 [1912]). Falassi individua diverse tipologie di ritualità: riti di purificazione, per espellere le negatività dalla comunità, che includono benedizioni e processioni; riti di passaggio, liminali e transitori (Turner 1982), già teorizzati da Arnold van Gennep nel suo *Rites de passage* (2012 [1909]), che segnano appunto il passaggio da uno stadio della vita a un altro, come le forme di iniziazione in età adolescenziale (come il ballo delle debuttanti), ma anche alcune cerimonie in ambito militare o religioso²; riti di inversione, che capovolgono l'organizzazione societaria dei ruoli e delle relazioni sociali, come i carnevali o le feste in maschera; i riti di cospicua esibizione, ovvero le ritualità che permettono di toccare con mano gli elementi più importanti della comunità. Come i pellegrinaggi, le processioni o le parate, in cui i partecipanti si mostrano come i depositari del potere che quella reliquia contiene. Questi eventi differiscono dai riti di consumo ostentativo (Veblen 2007 [1899]), che solitamente coinvolgono il cibo, come i banchetti sacrificali che si usavano fare nell'antica Grecia per omaggiare gli dei e ringraziarli dei loro doni per esempio in un raccolto. Poi ci sono i drammi rituali, fortemente legati al mito, rievocazioni mitologiche come la lotta tra un re/dio e un mostro; la scomparsa, il ritorno e il sacro matrimonio di un giovane dio; o peregrinazioni negli inferi. I riti di scambio, che esprimono l'astratta uguaglianza dei membri della comunità, come i simbolici e pubblici atti di pace, o le giornate di ringraziamento o di redistribuzione, solitamente sponsorizzate dai benestanti per donare a chi ne ha più bisogno. Infine i riti di competizione, che trovano il loro momento più catartico nel gioco.

Indipendentemente dalla tipologia, il rito diventa la rappresentazione dei rapporti invisibili tra

²Van Gennep approfondisce, dettagliandolo, il concetto di passaggio, dividendolo in 3 momenti: *separation, transition, and incorporation*. La separazione è *the phase which clearly demarcates sacred space and time from profane or secular space and time*. La transizione, chiamata da van Gennep "limen" (meaning "threshold" in Latin) is “the ritual subjects pass through a period and area of ambiguity, a sort of social limbo which has few (though sometimes these are most crucial) of the attributes of either the preceding or subsequent profane social statuses or cultural states”. Infine la terza fase “includes symbolic phenomena and actions which represent the return of the subjects to their new, relatively stable, well-defined position in the total society” (in Turner 1974, p. 57).

l'uomo e le leggi della natura, una vera e propria istituzione attraverso cui i legami tra i membri di una società vengono mantenuti, rigenerati e riprodotti (Durkheim 2005 [1912]; Caillois 2001 [1950]). Il rito assume dunque funzione sociale e significato simbolico nelle collettività in cui viene messo in azione. Come sottolinea l'antropologo inglese Victor Turner, in tutte le società le persone sentono la necessità di riservare determinati tempi e spazi per la creatività e la celebrazione comuni (1982), mettendo in scena il grande gioco delle credenze e delle mitologie (Duvignaud 1973b). L'antropologo sviluppa il concetto di *communitas*, ovvero quella comunità transitoria che è accomunata dalla partecipazione al rito e non dai criteri di ruolo e status solitamente adottati nella quotidianità (1982).

I festival possono essere considerati atti rituali, perché avvengono in un determinato frangente temporale e locale e il loro significato va al di là del loro aspetto letterale ed esplicito (Falassi 1987). Sono veri e propri rituali comunitari usati a scopo religioso, sociale e culturale, che favoriscono il senso di comunità (Van Winkle, Woosnam 2013), la cui efficacia si riscontra nella capacità di creare «stati mentali collettivi» (Giannini 2020, p. 33), ovvero quell'«effervescenza» già narrata da Durkheim che determina la coesione e la riaffermazione periodica del gruppo.

2.3. Time out of time

“Quotidiano” deriva dal latino *quotidianus*, ciò che avviene ogni giorno, con una cadenza temporale precisa e ripetitiva. Implicita dunque nel suo significato è la dimensione di ordinarietà e banalità che caratterizza la vita borghese in epoca industriale. Seppur già indagato verso la fine dell'Ottocento da Max Weber con la sua teoria del senso comune, inteso come l'insieme di regole che permettono l'agire in una cerchia sociale, il concetto di vita quotidiana è iniziato a entrare nel dibattito sociologico alla fine degli anni Sessanta.

Intesa come “cultura materiale”, ovvero quell'insieme di pratiche e orientamenti di senso mediante cui ogni giorno prende forma la vita sociale (Paltrinieri 2022b), la sociologia della vita quotidiana può essere considerata una dimensione della sociologia della cultura, ovvero quell'insieme di tradizioni, disposizioni morali e conquiste intellettuali che esprimono lo spirito più profondo e autentico di un popolo, e che vengono acquisite dagli uomini e dalle donne come parti di una società (Griswold 2018 [1997]; Sciolla, 2012).

Il quotidiano è quindi prima di tutto una dimensione temporale, «un tempo o meglio una forma della temporalità vissuta» (Jedlowski, Leccardi 2003, p. 13); «il tempo viene considerato un fattore di produzione insieme ad altri beni domestici e viene finalizzato dal gruppo familiare alla

produzione di beni e servizi» (Belloni 1983, p. 21)³, per poter inquadrare il comportamento della popolazione e scoprire quali attività si svolgono in una giornata.

Questa routinarietà è oggi scandita tra il tempo lavorativo e il tempo libero, quello che socialmente «viene considerato «effimero», «frivolo», riguardante aspetti non importanti della realtà sociale» (Lo Verde 2009, p. 34), ovvero quella quota di tempo che inevitabilmente si contrappone al tempo “occupato”, che in una società capitalistica è quello dedicato al lavoro e alla produzione. Il concetto di libertà è associato quindi a tutto ciò che ambigualmente non è dedicato a un'attività che genera retribuzione, comprendendo quelle porzioni di giornata che gli individui riempiono con attività scelte liberamente, compresi i tempi destinati ad attività necessarie, come dormire, mangiare, gli spostamenti, la cura di sé, della famiglia e della casa (Belloni 1983). All'interno della società neoliberista, «il tempo è una derrata rara, preziosa, sottomessa alle leggi del valore di scambio. Questo è chiaro per il tempo-lavoro perché è venduto e acquistato. Ma sempre di più il tempo libero stesso deve essere, perché sia consumato, direttamente o indirettamente acquistato. Norman Mailer analizza il calcolo di produzione relativo al succo di arancia messo sul mercato congelato o liquido (in cartoni). Quest'ultimo costa più caro perché nel prezzo vengono inclusi i due minuti guadagnati rispetto alla preparazione del prodotto congelato: *al consumatore è in tal modo venduto il proprio tempo libero*. Ed è logico, perché il tempo “libero” è in effetti tempo guadagnato, capitale capace di fornire reddito, forza produttiva virtuale, che occorre dunque riacquistare per poterne disporre» (Baudrillard 2012 [1972], p. 181). Attraverso una inconscia sopraffazione dei comportamenti tesi al consumo, il tempo libero diventa di conseguenza un ulteriore condizionamento sociale che si limita a un atto proteso all'omologazione consumistica, segno di scissione sempre più irreparabile della scansione del quotidiano in tempo della produzione e tempo della non produzione (Deleuze 2007). Gli inglesi contrappongono al tempo lavorativo il *leisure time*, che riprende il concetto latino di liceità, l'assenza di costrizioni. Proprio dai paesi anglofoni arrivano i *leisure studies*, disciplina transdisciplinare che identifica il *leisure* come “dimensione umana” (Lo Verde 2009). Una dimensione temporale delle attività umane che in Italia è stata ribattezzata “tempo liberato” (Balbo 1991), ovvero quel tempo «non residuale rispetto al tempo di lavoro, non coincidente con il tempo di riposo, né con il tempo funzionalmente necessario alla riproduzione sociale e culturale» (Minardi 1997, p. 14).

È nel tempo libero che si ha la possibilità di costruire la propria personalità individuale (Belloni 1983), in cui capire e coltivare i propri interessi, quelle attività che, in contesti meramente produttivi, danno il senso all'esistenza: «l'individuo prende progressivamente le distanze da quella

³ Per approfondimenti sull'analisi del concetto di tempo nell'epoca contemporanea si veda: Belloni M.C. (1983), *Il tempo della città*, FrancoAngeli, Milano.

identità sociale che gli deriva dal rango sociale o dalla collocazione che occupa in ambito professionale o lavorativo – e *inizia un percorso di ricerca identitaria sempre più personale*. Inizia cioè a caratterizzarsi e a misurarsi con gli altri sulla base di un proprio sistema di valori peculiare che esplicita attraverso atteggiamenti, espressioni e modelli di comportamento utili a definirlo in quanto tale» (Pollarini 2010, p. 221).

In questo tempo liberato, di gioia ed emancipazione dalla routine (de Rougement, in Isar 1976; Piette 1992) i festival trovano spazio e attuazione: «The framing ritual that opens the festival is one of valorization (which for religious events has been called sacralization) that modifies the usual and daily function and meaning of time and space» (Falassi 1987, p. 4). Chi partecipa a questi riti comunitari compie azioni che in contesti quotidiani o altri non farebbe, magari portando all'estremo comportamenti solitamente regolati da canoni sociali o invertendo i modelli della vita sociale quotidiana. Alessandro Falassi introduce il concetto di *time out of time* ovvero «a special temporal dimension devoted to special activities. Festival time imposes itself as an autonomous duration, not so much to be perceived and measured in days or hours, but to be devided internally by what happens within it from its beginning to its end, as in the “movements” of mythical narratives or musical scores» (ivi, p. 4). In questo “tempo fuori dal tempo” il festival, che nella sua accezione rituale rimanda alla mitologia e alla sacralità, riporta chi vi partecipa a una dimensione onirica e primordiale, dove è possibile destabilizzare e trasgredire la quotidianità (Piette 1992) e al tempo stesso arricchire e stimolare la personalità attraverso atti e incontri in un uso catartico e creativo del tempo libero.

2.4. Turismo esperienziale: il modello festival

Dagli anni Ottanta circa, con l'aumento del benessere pro-capite si è riscontrato un aumento della spesa del tempo in attività legate ai settori culturali e turistici: «Con 1,5 miliardi di persone che si spostano fuori dal proprio paese per viaggi e vacanze e circa 6,5 miliardi che si muovono entro i propri confini nazionali, il turismo ha infatti assunto nel nuovo Millennio un ruolo di primo piano nell'economia globale contemporanea, arrivando a generare nel 2019, circa il 10% del PIL mondiale, il 7% delle esportazioni e un decimo dell'occupazione (Fonte dei dati: UNWTO, 2019). In Italia, prima del Covid-19, il turismo valeva circa il 13% del PIL e occupava 3,5 milioni di persone (Fonte dei dati: WTTC, 2020)» (Friel 2021, p. 17). Il turismo culturale sarebbe infatti per alcuni paesi, come l'Italia e la Francia che dispongono di un patrimonio di beni tangibili da sfruttare per attrarre turisti culturali, il "nuovo petrolio" (Richards 2022). Con punte che superano il 50%

dell'intero comparto turistico nazionale, e considerando che l'Italia è al primo posto al mondo nella classifica UNESCO con 55 siti riconosciuti “patrimonio dell'umanità” e 12 quelli iscritti nella lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale, il turismo culturale è la voce trainante. Inizialmente definito come un «turismo motivato dalla visita al patrimonio storico-monumentale e museale, si sono inserite nel corso del tempo declinazioni che vanno dalla partecipazione a festival, mostre e spettacoli alla scoperta del patrimonio immateriale e della cultura materiale» (Friel 2021, p. 22) o come lo definisce la sociologa Barbara Maussier «turismo culturale postmoderno» (2010, p. 102), dove l'interesse per il diverso, il nuovo e l'altrove, si unisce al bisogno di esperienze uniche e dal carattere soggettivo, dove il desiderio di estetismo si coniuga al *loisir* (Morin 2017). Il turista culturale è altamente istruito e fruisce la cultura anche tramite le nuove piattaforme digitali: questo ha portato molte destinazioni a progettare forme di fruizione del proprio patrimonio attraverso questi media, con l'uso di *reading*, *storytelling* e di esperienze curatoriali (Richards 2017).

In ambito anglofono il turismo culturale è ulteriormente subcategorizzato nel settore degli eventi, *Event tourism*, comparso per la prima volta in un report del 1987 del Dipartimento del Turismo e della Pubblicità della Nuova Zelanda (Getz 1989): da allora generalmente include gli eventi programmati in un approccio integrato allo sviluppo e al marketing (Getz 2012; Getz, Page 2016b). Di conseguenza l'evento culturale diventa «un prodotto che viene offerto, che viene domandato, che viene cioè scambiato sul mercato» (Bollo 2018, p. 245).

Secondo il Decreto Ministeriale del 2014, i festival contribuiscono alla diffusione e allo sviluppo della cultura e alla promozione del turismo⁴, anche se manca una chiara definizione delle funzioni e degli obiettivi di un festival. Restano criteri puramente quantitativi, a scapito di quelli qualitativi.

⁴Dalla Gazzetta Ufficiale n.191: «1. Fermo restando quanto previsto nell'articolo 5 del presente decreto, è concesso un contributo a soggetti pubblici e privati organizzatori di festival di particolare rilievo nazionale e internazionale che contribuiscano alla diffusione e allo sviluppo della cultura teatrale, alla integrazione del teatro con il patrimonio artistico e alla promozione del turismo culturale. Tali manifestazioni devono comprendere una pluralità di spettacoli nell'ambito di un coerente progetto culturale, di durata non superiore a sessanta giorni e realizzati in uno spazio territoriale limitato. 2. Il contributo è subordinato ai seguenti requisiti: a) sovvenzione di uno o più enti pubblici; b) direzione artistica in esclusiva, relativamente all'ambito teatro, rispetto ad altri festival sovvenzionati; c) disponibilità di una stabile ed autonoma struttura tecnico-organizzativa; d) programmazione di almeno dodici recite sia di ospitalità, sia di produzione, sia di coproduzione, con la partecipazione di un minimo di cinque compagnie; e) programmazione di almeno uno spettacolo in prima nazionale; f) prevalenza di compagnie italiane» p.18. Per approfondimenti si veda: http://www.spettacolodalvivo.beniculturali.it/wp-content/uploads/2014/09/DM_1-luglio-2014_FUS.pdf

Motivazioni/ destinazioni	Dimensione economica (% spesa su totale vacanza)	Dimensione fisica (% pernottamenti sul totale della vacanza)	Spesa media per presenza (euro)
Balneare	23,80%	29,80%	91
Montano	5,80%	6,10%	107
Lacuale	6,30%	7,60%	94
Culturale	57,40%	48,90%	134
Paesaggio culturale	6,70%	7,50%	100
TOTALE (su vacanza)	100,00%	100,00%	114

Fonte: Ciset, 2019.

Tab.1 – Motivazioni che muovono al turismo. Fonte Friel 2021.

Con la postmodernità, o modernità liquida come la definisce Zygmunt Bauman (2011a [1999]), si passa dal bisogno al desiderio: l'*homo consumens* afferma la propria esistenza attraverso il consumo (Paltrinieri 2012). Uno sciame inquieto di consumatori si aggrega e disgrega in base all'occorrenza e afferma la propria identità individuale e collettiva in gran parte sulla sua capacità di consumare (Bauman 2011b).

Il valore dei prodotti e dei servizi non è più solo legato alle loro caratteristiche e funzionalità, ma è determinato soprattutto dall'esperienza che riescono a far vivere in chi li consuma. È l'“economia dell'esperienza” teorizzata da Joseph Pine e James Gilmore alla fine dello scorso secolo (1999). Il valore simbolico ed esperienziale sono diventati le componenti principali nelle scelte dei consumatori, soprattutto nell'ottica del *leisure time*, in cui la qualità tempo diventa l'elemento essenziale nella scelta in cui questo viene impiegato.

Nel grande mercato dell'esperienza, che include anche i viaggi e il turismo (Rifkin 2001), la domanda non è più “Cosa vorrei possedere?”, ma “Che cosa posso provare che non ho ancora provato?” (Ogilvey 2002).

In un'ottica di rafforzamento della componente esperienziale nelle attività turistiche, i festival, con la loro ampia gamma di potenziali esperienze e ritualità come la cultura e le arti performative in genere, si fanno strumento di comunicazione e marketing in un progetto più ampio di promozione e diversificazione dell'offerta turistica (Getz, Page 2016b; Friel 2021).

Ancora prima della pandemia, che ha reso maggiormente evidente l'interdipendenza tra cultura e territori, intensificando il cosiddetto turismo di prossimità alla riscoperta delle bellezze a chilometro zero, alcuni amministratori locali stavano già portando avanti processi culturali, tra cui festival, di cambiamento e riqualificazione (Alonzo 2022). L'obiettivo di questi interventi è la ridefinizione dell'identità del territorio a partire da politiche di produzione e promozione culturale, volte alla valorizzazione delle risorse locali nell'ambito di nuovi immaginari turistici, che prediligono esperienze di viaggio uniche e il desiderio di condividere uno stile di vita locale, autentico e memorabile (Gemini 2008; Maussier 2010; Salvatore, Chiodo 2020).

In una prospettiva turistica, i festival possono offrire momenti di svago da combinare alla scoperta delle location dove l'evento si svolge. Questo è uno dei motivi che ha portato negli ultimi decenni a uno sviluppo esponenziale su tutto il territorio del settore dei festival, viaggi di piacere (Getz 2009), e corollario di una fuga più ampia, per integrare cultura e svago a una gita fuori porta o a una vacanza estiva.

La parola chiave è autenticità, volta ad attrarre nuovi turismi, o anche solo a far riscoprire le tradizioni dimenticate: «L'autenticità non corrisponde più a una dimensione esterna, potenzialmente oggettiva, ma è principalmente un modo individuale e soggettivo di leggere e soprattutto vivere ciò che sta attorno a noi. È vero e reale e quindi autentico ciò che entra in relazione sensoriale con noi e ci trasmette emozioni, che, per l'appunto, sono sempre vere e reali. Questa nuova dimensione fortemente esperienziale, che ha una logica fundamentalmente consumistica e riflette un processo tipicamente postmoderno di recessione individualistica dalle grandi strutture sociali, politiche e culturali del passato, ha fortemente trasformato il nostro modo di vivere il tempo libero e di fare turismo» (Melotti 2021, p. 60-61).

L'autenticità diventa una caratteristica che si attribuisce a determinati oggetti e condizioni attraverso precisi processi sociali (Wang 1999), che può essere esperita e raggiungibile solo con un cambio di ruolo assegnato al turista postmoderno, al quale si richiede una nuova modalità di partecipazione (Olsen 2002).

Questo ha portato alla nascita di progettualità orientate a quella che Bauman ha definito la conservazione della *retrotopia contemporanea* (2017), che trasforma i borghi in presepi da ammirare attraverso il filtro di una serie di cliché, privandoli della loro capacità di produzione e creazione (De Rossi 2020). Altri progetti puntano invece a un abbattimento di questa conservazione, alla scoperta di rinnovate forme di partecipazione e coinvolgimento degli abitanti e del pubblico, come il trend già ampiamente diffuso in Europa dei micro-festival⁵, manifestazioni con programmi

⁵In Francia nel 2019 quasi il 40% dei festival si definisce di piccole dimensioni. Per approfondimenti si veda francefestival.fr

e format alternativi rispetto ai calendari dei grandi festival e delle fiere tradizionali. Tra le formule più innovative ci sono i festival itineranti, manifestazioni che si spostano proponendo percorsi di visione culturale e letture paesaggistiche alternative a quelle abituali (Alonzo 2022).

2.5. Il *festival goer*

Per il *festival goer*, ovvero il frequentatore abituale di festival, il consumo culturale e la partecipazione a un evento diventano l'occasione per condividere rituali collettivi e per sentirsi parte di una comunità temporanea, che si aggrega in base ad affinità comuni (Derrett 2003). Daniele Francesconi, direttore scientifico presso il Consorzio per il “Festivalfilosofia” di Mantova, descrive il suo pubblico come «una comunità che definirei liquida, intermittente, non solida, una comunità mobile che ha un alto livello di fidelizzazione e reiterazione della partecipazione, ma che è anche profondamente mutevole. È un gruppo che ha un focus di interesse condiviso e che si raduna. Nelle forme è molto analogo al tipo di gruppi che noi potremmo trovare in un concerto, in uno stadio» (2021, p. 68).

In una società della performance e della prestazione che trasforma i soggetti in attori e fautori della creazione della propria scala di valori culturali, intellettuali, religiosi, e politici, e in una società sempre più mediata dal digitale e altamente individualizzata che punta alla «progressiva erosione dei legami di comunità che porta allo smantellamento di collettività un tempo coese» (Bauman 2016, p. 93), la fruizione dei festival, intesi come manifestazioni «riconducibili a modelli ideativi e organizzativi che riprendono in parte il concetto e la prassi della festa e della celebrazione» (Bollo 2008, p. 153), diventa consumo culturale, ovvero quello strumento di investimento esistenziale nonché di costruzione e affermazione della propria dimensione identitaria (Bourdieu 2001 [1979]; Paltrinieri 2012; Morin 2017).

Chi partecipa a manifestazioni culturali è attento ai propri consumi e al soddisfacimento dei propri bisogni estetici, sociali e culturali (Maussier 2010) ed è per questo che Donald Getz distingue due tipologie di *event goer*, chi cerca l'autenticità, come abbiamo raccontato precedentemente, e chi invece è alla ricerca del solo piacere. Le motivazioni per partecipare possono essere differenti (Getz 2007). Diversi studi condotti già alla fine del secolo scorso hanno provato a indagare il perché il pubblico partecipi ai festival, rilevando che le motivazioni più comuni fossero “scappare dalla quotidianità”, “emozionarsi e divertirsi”, “socializzare” e “stare insieme alla famiglia” (Formica, Murrmann 1998; Nicholson, Pearce 2001). I *festival goer* vogliono dare un significato alle proprie esperienze, ma su questo aspetto Getz sembra abbastanza scettico sulle modalità con cui richiedere

direttamente al pubblico le motivazioni, che possono essere molteplici:

People might not be able to articulate the meanings they assign to event experiences; they might not think of meanings at all. You could ask them what benefits they expected and derived from the experience, and that comes close. They can be asked to respond to a list of statements or adjectives about the event to see if they found it memorable, transforming or meaningful in terms of the above-mentioned dimensions. People want to give meaning to their experiences and to their lives in general, but expressing those meanings requires deep thought and a good vocabulary! (Getz 2007, p. 198).

La progettazione di eventi partecipati, basati sul coinvolgimento di una pluralità di soggetti diversi (Bishop 2015), è resa possibile anche da forme di “individualismo cooperativo e altruistico”, ovvero il “pensare a sé e vivere per gli altri” teorizzato da Ulrich Beck nell'opera *La società del rischio* (Beck 2013 [1986]). Questo atteggiamento rientra nel processo che il sociologo Zygmunt Bauman definisce “diventare cittadini”, ovvero porsi nell'orizzonte tra la dimensione individuale della costruzione dell'io e la dimensione collettiva (2011b). Si tratta di riempire lo spazio pubblico, inteso per Bauman come spazio aperto alla riflessione critica e alla sperimentazione, non più di preoccupazioni individuali, ma di una riflessione condivisa, in grado di confrontarsi con la complessità della modernità (ivi). Queste pratiche di cittadinanza possono portare alla costruzione di comunità e allo sviluppo di capacità, le *capabilities* teorizzate da Amartya Sen (2001) e poi riprese da Martha Nussbaum (2012) e successivamente da Arjun Appadurai in un'ottica di immaginazione civica (2012). Partendo dalla definizione di Nico Carpentier, il concetto di partecipazione è strettamente interconnesso all'attuazione democratica nelle politiche contemporanee; infatti i dibattiti sulla partecipazione sono «part of a political-ideological struggle for how our political realities are to be defined and organized. It is also not a mere semantic struggle, but a struggle that is lived and practised. In other words, our democratic practices are, at least partially, structured and enabled through how we think participation» (2015, p. 18). La partecipazione è d'altronde uno dei tre componenti del paradigma della cittadinanza, intesa «non solo come uno status giuridico, ma anche come un processo sociale, culturale, politico e istituzionale» (Moro 2013, p. 33).

E dopo due anni di pandemia mondiale, in cui siamo stati costretti nelle nostre case, «i festival offrono l'occasione per tornare ad abitare lo spazio pubblico: i convegni occupano le piazze, i funamboli camminano sulle acque, le performance animano i nostri borghi, i grandi concerti riempiono i parchi e quelli più intimi ridanno vita a pietre millenarie» (Alonzo, Ponte di Pino 2022b, p. 12). Partecipare a un festival può avere un significato sociale, culturale o anche politico e

i benefit che i *festival goer* possono essere incalcolabili, come esemplifica Donald Getz (2007, p. 197), citando il lavoro di Steve Diller, Nathan Shedroff e Darrel Rhea (2006) che li elenca dettagliatamente:

- *Communitas (as a result of belonging and sharing, from reaffirmation of roots or of connections and values).*
- *Esteem: validation of oneself in the opinions of others, self-worth, prestige and reputation (such as may be realized through competitive or intellectual accomplishments).*
- *Learning, enlightenment (e.g., from new cultural experiences or a connoisseur's appreciation of food, art or music).*
- *Self-discovery, self-actualization, understanding, wonder.*
- *Transformation (in religious terms, or of personality or character; or in motivation).*
- *Redemption and atonement (from failure or sins).*
- *Mastery (from skills, physical triumph).*
- *Accomplishment or success (from business, trade, commerce, networking, creativity, artistic expression).*
- *Creativity or innovation (making a lasting contribution).*
- *Fulfilment of responsibility (professionalism, or as a dedicated sport fan, or from getting involved as a volunteer).*
- *Health and well-being (through physical activity, learning).*
- *Security (living without fear).*
- *Duty (military or civic) fulfilled, patriotism and loyalty to a cause.*
- *Truth, honesty, integrity (a meaning given to relationships and to one's own behaviour).*
- *Beauty or aesthetic appreciation.*
- *Freedom (acting without constraint, intrinsically rewarding pursuits).*
- *Harmony (with nature or others) and oneness (belonging, unity).*
- *Justice (fairness and equality, democratic expression).*

Questo elenco rimanda al concetto di capitale culturale, sviluppato dal sociologo Pierre Bourdieu (2001 [1979]) quando ha analizzato come la cultura potesse creare distinzione tra le classi, e poi ripreso dall'economista australiano David Throsby (1999) in un'ottica di impatto economico della cultura. Diversi studi recenti hanno dimostrato come i festival siano da un lato un efficace strumento di incremento del capitale culturale e dall'altro un'importante risorsa economica per i territori in cui si svolgono (Wood 2005; Getz 2007; Wood *et al* 2009; Quinn 2012; Getz, Page 2016a). I festival possono essere anche strumenti per la presa di consapevolezza dei propri diritti e

doveri di cittadini in una democrazia. Giovanni Moro, sociologo politico, parla di attivismo civico come «fenomeno evolutivo della cittadinanza democratica» (2013, p.36). Nei prossimi capitoli si proverà a capire se e in che modo i festival possano rientrare nella definizione di attivismo civico e di conseguenza creare cittadini attivi.

2.6. Festival come sistema eterotopico

Si è già accennato a come i festival invadano gli spazi pubblici e comuni, diventando luoghi di creazione di comunità. Vari ricercatori hanno analizzato il sistema spaziale dei festival elaborando diverse teorie. La prima vede il festival come un “terzo spazio”. Proposta da Clayton J. Hawkins e Lee-Anne J. Ryan nel 2013, questa teoria si rifà al concetto di “terzo luogo” teorizzato dal sociologo americano Ray Oldenburg nel 1989. Oldenburg distingue il “primo luogo”, ovvero l'ambiente domestico, e il “secondo luogo”, ovvero il luogo di lavoro. Ipotizza che ci debbano essere luoghi “altri”, che in equilibrio con gli altri due mantengono e garantiscono il benessere degli individui. Questi “terzi luoghi” sono gli spazi sociali, come le caffetterie, le librerie, ma anche i ristoranti e i saloni di bellezza, ovvero quelle location che, con il loro carattere amichevole, mettono in connessione le persone tra loro, fondamentali per creare momenti di interazione sociale indipendentemente dal ceto di appartenenza. Luoghi dunque di inclusione sociale, di crescita del capitale sociale individuale e collettivo, generata dalla possibilità di incontri e confronti tra le persone: anche i festival lo sono (Hawkins, Ryan 2013). Il concetto di *third-space* è ripreso anche da Raphaël Besson, in un'ottica di lettura degli spazi in chiave digitale: «Third Places deploy a series of experiments which affect the immaterial infrastructure of cities: digital networks, urban services, data, urban planning, the intangible heritage of cities. From the point of view of the fabric of this immaterial infrastructure, the effect of the Third Places may be analysed with respect to three orientations: conceiving, placing and co-producing the digital city» (2021)⁶.

Un'altra categorizzazione proposta da Bernadette Quinn e Linda Wilks rimanda invece al concetto di eterotopia di Foucault, per approfondire come le interruzioni spaziali e temporali dovute ai festival trasformino l'ordine sociale, seppur solo temporaneamente (Quinn, Wilks 2017).

Per Michel Foucault l'eterotopia è un controsito, un «tounter-sites, a kind of effectively enacted utopia in which the real sites, all the other real sites that can be found within the culture, are simultaneously represented, contested, and inverted. Places of this kind are outside of all places,

⁶Per approfondimenti si veda: <https://journals.openedition.org/tem/8345#tocto1n2>

even though it may be possible to indicate their location in reality» (Foucault, Miskowiec 1986, p. 24), che si trovano nello spazio-tempo reale, fisico, e servono a introdurre temporaneamente modi diversi di ordinare la società e lo spazio in luoghi e momenti particolari. Sono quei territori sospesi tra il reale e l'immaginario, spazi ibridi in cui esercitare e sperimentare contro-condotte, «cercare e saper riconoscere chi e cosa, in mezzo all'inferno, non è inferno, e farlo durare, e dargli spazio» (Calvino 1972, p. 160).

Attraverso una serie di casi studio, le ricercatrici analizzano i sei principi alla base dell'idea di eterotopia di Foucault, teorizzando come anche i festival possano rientrare tra le eterotopie.

1) Sebbene in forme diverse, tutte le culture costituiscono eterotopie. I festival culturali sono manifestazioni artistiche che, in modalità e formati differenti, rappresentano diverse culture, mettendo in mostra la creatività e celebrando la comunità. Si richiama l'idea di Turner che «people in all cultures recognise the need to set aside certain times and spaces for community creativity and celebration» (1982, p. 11).

2) La funzione dei sistemi eterotopici può cambiare nel tempo. Anche i festival, come si vedrà, possono cambiare: la loro funzione evolve, anche e soprattutto in base ai cambiamenti della società in cui i festival sono pensati.

3) Giustappongono diversi siti incompatibili all'interno di un unico luogo reale. La maggior parte dei festival si svolgono in più location, anche simultaneamente: spazi pubblici e/o privati che vengono trasformati in luoghi "altri" rispetto al normale uso per cui sono stati pensati, sconvolgendo la routine e il normale ordine sociale.

4) I sistemi eterotopici rompono o sconvolgono i tradizionali concetti di tempo. Questo è l'unico punto in cui lo stesso Foucault prende a esempio i festival: a differenza delle biblioteche e dei musei, sistemi che accumulano l'eternità del tempo, «there are those linked, on the contrary, to time in its most fleeting, transitory, precarious aspect, to time in the mode of the festival. These heterotopias are not oriented toward the eternal, they are rather absolutely temporal [chroniques]» (Foucault, Miskowiec 1986, p. 26). Dunque sono sistemi che interrompono l'ordinarietà e l'abitudine della vita quotidiana.

5) I sistemi eterotopici possono richiedere determinati atti, spettacoli o rituali per accedervi. Come si è già accennato, alcuni festival sono veri e propri rituali di passaggio (Wood *et al* 2020), spazi liminali (Turner 1982) che danno accesso a nuove fasi dell'esistenza (Falassi 1987). Ma in generale tutte le manifestazioni prevedono piccole ritualità, sia per il pubblico, dall'acquisto del biglietto al parcheggio, sia per gli artisti, dalla preparazione alla messa in scena.

6) I sistemi eterotopici esistono solo in relazione a tutti gli altri siti e spazi. Poiché i festival si collocano in un preciso contesto spazio-temporale e sociale, questo implica una mediazione con la

comunità e con gli enti locali per la sola realizzazione della manifestazione. I festival diventano così lo specchio di politiche culturali pubbliche locali, mostrando la capacità di dialogo con la comunità, di promuovere il territorio, e di valorizzare il patrimonio culturale, sia quello tangibile sia quello intangibile (Quinn, Wilks 2017).

3. Cenni storici

3.1. Quando tutto inizia: breve storia dei festival

I festival hanno uno stretto legame con la vita sociale dell'uomo. Datare con precisione il primo festival è improbabile. Ma la storia delle antiche culture che abitavano la Cina, l'Africa, il Sud America e l'Egitto hanno tramandato narrazioni di feste legate alla celebrazione degli dei o di fenomeni naturali (Cudny 2014). Si pensa però che la prima manifestazione pubblica in onore di una divinità si sia tenuta ad Atene nel 534 a.C. in onore di Dioniso, il semidio della vite, del vino, del delirio mistico e del teatro (HOLND FSTVL 2002). La leggenda vuole infatti che le rappresentazioni teatrali nascano come celebrazione religiosa in onore del dio Dioniso, amante della danza e della musica. Nell'Atene del VI secolo a.C. il rito religioso diventa festival sociale, in cui tutti sono chiamati a partecipare.

Un'altra festività greca sono le Kronia, che si svolgono tra luglio e agosto: per festeggiare i raccolti, servi e padroni banchettavano insieme. Assimilabile a questa ritualità, nell'antica Roma si trovano i Saturnali, celebrazione pagana introdotta dall'ultimo imperatore della dinastia Flavia, Domiziano. Sette giorni, dal 17 al 23 dicembre, in cui l'ordine sociale era completamente ribaltato, i servi potevano vestirsi da padroni, non si lavorava e c'era tempo per il piacere (Phillips, Pritchard 2003).

Il Carnevale, dal latino “togliere la carne”, sembra sia la prosecuzione dei Saturnali, iniziando in epoca tardo romana per poi aver assunto maggior popolarità nel medioevo, e iniziava il 6 gennaio, giorno dell'Epifania, e proseguiva fino al Mercoledì delle Ceneri, 46 giorni prima di Pasqua, concludendosi con una grande celebrazione, il martedì grasso. Oltre un mese di sfilate, spettacoli e feste in maschera, una sorta di grande festa comune prima della Quaresima. Secondo Bakhtin, l'inversione dei valori ufficiali nel gioco carnevalesco è l'anticipazione di un altro mondo utopico in cui domina l'antigerarchismo, la relatività dei valori, la messa in discussione dell'autorità, l'apertura, l'anarchia gioiosa, la messa in ridicolo di tutti i dogmi: un mondo dunque in cui sono consentiti il sincretismo e una miriade di prospettive diverse (Bakhtin 2001 [1965]; Lachmann 1989). Forme

carnevalesche si ritrovano in diverse culture e ancora oggi il carnevale brasiliano, con le sue danze e le sue parate, attira turisti da tutto il mondo. Il caso di Venezia (Quinn 2007) meriterebbe una riflessione a parte: festa importata obbligatoriamente nelle colonie per sottolineare la dominazione anche nell'imposizione dei rituali comuni, è stata poi rivitalizzata negli anni Ottanta per attrarre nuovo turismo (ivi), in cui tutti i partecipanti sono invitati a indossare una maschera e sfilare per i suoi vicoli.

Durante il Carnevale arrivavano in città il circo e il teatro e le città si animano con quelli che Roy Strong (1984) ha classificato come tre avvenimenti che si possono ricondurre agli antesignani dei festival contemporanei. Il primo comprende quegli eventi organizzati quando il sovrano o il re arrivava in città per esempio con truppe in marcia e cortigiani in parata, e si allestivano un pasto festoso, spettacoli e incontri con l'aristocrazia locale. Il secondo sono i tornei dei cavalieri; il loro scopo originario era addestrare i cavalieri all'arte del combattimento, successivamente si sono trasformati in concorsi, accompagnati da elementi culturali come recitazioni di poesie e spettacoli musicali. La terza tipologia di avvenimenti include gli intrattenimenti che si svolgevano alla corte reale, come incontri di cortigiani e aristocratici, feste, balli, recitazioni di poesie e spettacoli teatrali. Nella Francia del XVII secolo diventano celebri i festival inventati da Luigi XIV per intrattenere i propri ospiti, mettendo insieme danza, musica e pantomima, ampiamente descritti nel romanzo di Michail Bulgakov *La vita del signor de Molière* (2022 [1932]).

3.2. I festival in età moderna

Per assistere a manifestazioni festivaliere culturali che conservano aspetti di ritualità e performatività artistica, ma tralasciano la celebrazione del divino, è necessario arrivare nell'Inghilterra del XVIII secolo a Hereford, dove dal 1719 si svolge il festival musicale "The Three Choirs Festival", la più antica manifestazione pubblica che viene organizzata ancora oggi⁷. Sempre in Inghilterra, nell'Abbazia di Westminster a Londra, fu organizzato dal 26 maggio al 5 giugno 1784 il primo festival dedicato a Händel e patrocinato dal re, a cui parteciparono quattromila persone (Frey 1994).

Con lo sviluppo industriale del XIX secolo, segnato da importanti progressi nel mondo dei trasporti, le persone iniziano a muoversi spinte da interessi culturali, sviluppando così le prime forme di turismo. Il turismo di massa emerge come un'industria commerciale, grazie alle tecnologie moderne

⁷Per approfondimenti si veda: <https://3choirs.org/>

e al numero crescente di persone che potevano pagare. I processi industriali a vapore, come treno e nave, furono fondamentali per la crescita del turismo di massa (Butcher 2020) e di quello più culturale e di formazione come il Grand Tour (Savelli 2012). È in questo momento storico che nascono anche grandi eventi fieristici, come le Esposizioni Universali a partire dal 1851 al Crystal Palace di Londra (Cudny 2014).

In questo contesto, i festival si impongono nell'immaginario come un elemento di affermazione per le élite urbane. I festival nati tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento tendono a presentare programmi di opere classiche di alta qualità, interpretate da rinomati artisti all'interno di prestigiosi teatri o sale da concerto a beneficio degli intenditori d'arte. Come riporta Quinn citando Basset (1993), «support for the arts was implicit in the efforts made by social élites to exert their dominance and demarcate social boundaries between themselves and the population at large. Festivals like those at Bayreuth and Salzburg contributed to the process of reaffirming the civilising and educational values of 'high' culture» (Quinn 2005, p. 3).

In Germania nel 1810 fa la sua comparsa il primo “German Oktoberfest”, creato in occasione del matrimonio tra il principe ereditario Ludwig e la principessa Therese⁸, oggi uno degli eventi festivi più importanti del mondo con oltre sei milioni di visitatori. Nel 1876 Richard Wagner lancia il “Festival di Bayreuth”, speciale kermesse pensata appositamente per ospitare in una maratona l'intera rappresentazione *Der Ring des Nibelungen* e *Parsifal*. Da allora il festival continua tutti gli anni nella cittadina bavarese per omaggiare il grande compositore tedesco con oltre 60.000 spettatori ogni estate⁹. Dal 1920, nella città natale di Wolfgang Amadeus Mozart si tiene il “Festival operistico di Salisburgo”¹⁰, inaugurato con la rappresentazione *Jedermann*, di Hofmannsthal nella piazza del Duomo.

Dal 1869 a Orange, nel sud della Francia, il teatro romano di Arausio, l'Antico Teatro d'Orange, ospita le “Fêtes Romaines”, festival di opera lirica poi ribattezzato nel 1902 “Le Chorégies d'Orange”¹¹. Nel 1924 il regista e pedagogo Jacques Copeau, trasferitosi in Borgogna, inizia a promuovere l'antesignano dei progetti *site specific*, ovvero la ricerca di “luoghi alti dell'arte e dello spirito” dedicati a rappresentazioni «eccezionali» (Guccini, Ferraresi 2019, p. 18)

In Italia la prima manifestazione culturale di rilevanza internazionale a Venezia nel 1895: è la prima edizione della “Biennale Arte”. Sono poi nate la “Biennale Musica”, dal 1930; “La Mostra del Cinema”, dal 1932, il primo festival di cinema al mondo; e la “Biennale Teatro”, dal 1934. Queste tre manifestazioni si svolgono annualmente. Molto più recenti invece le “Biennali Architettura”, dal

⁸Per approfondimenti si veda: <https://www.oktoberfest.de/en>

⁹Per approfondimenti si veda: <https://www.bayreuther-festspiele.de/>

¹⁰Per approfondimenti si veda: <https://www.salzburgerfestspiele.at/>

¹¹Per approfondimenti si veda: <https://www.choregies.fr/>

1980, e “Biennale Danza”, dal 1999)¹².

Il primo festival di teatro antico in Italia, che ricorda le manifestazioni straniere è a Siracusa nel 1911, quando il grecista Ettore Romagnoli inizia a «riproporre i testi antichi nei teatri di Pompei e Siracusa. A partire da questa esperienza, nel 1913 Mario Tommaso Gargallo fondò l’INDA (Istituto Nazionale del Dramma Antico), per riportare in vita il Teatro Greco di Siracusa, datato V secolo a.C. Nasce così quello che è forse il primo festival teatrale italiano» (Alonzo, Ponte di Pino 2022, p. 193). Seguono poi il “Festival Puccini”¹³, nato nel 1930 a Torre del Lago in Toscana e la “Sagra Musicale Umbra”¹⁴ nel 1937, festival che si svolge in Umbria ogni anno a settembre.

Ma è solo dopo la Seconda Guerra Mondiale che si ha una significativa crescita dei festival culturali in tutta Europa (Frey 2000; Giorgi, Segal 2009), per sottolineare il bisogno di ricominciare e di rivitalizzare le città, anche partendo dalla cultura e dal turismo che questa avrebbe innescato. Molti sono gli storici festival iniziati in questi anni che continuano ancora oggi:

- Bregenzer Festspiele (1946)¹⁵;
- Festival de Cannes (pianificato prima della guerra, nato nel 1946)¹⁶;
- Locarno Film Festival (1946)¹⁷;
- BookExpoAmerica (1947)¹⁸;
- Edinburgh International Festival (inizialmente di teatro e cinema) (1947)¹⁹;
- Festival d'Avignon (1947)²⁰;
- Frankfurter Buchmesse (1949)²¹;
- Montecatini International Short Film Festival (1949)²²;
- Berlinale | Internationale Filmfestspiele Berlin (1951)²³;
- Melbourne International Film Festival (1952)²⁴;
- Trento Film Festival (1952)²⁵;
- Taormina Festival (1955)²⁶;

¹²Per approfondimenti si veda: <https://www.labiennale.org/>

¹³Per approfondimenti si veda: <https://www.puccinifestival.it/>

¹⁴Per approfondimenti si veda: <https://perugiamusicaclassica.com/it/sagra-musicale-umbra/>

¹⁵Per approfondimenti si veda: <https://bregenzerfestspiele.com/de/>

¹⁶Per approfondimenti si veda: <https://www.festival-cannes.com/en/>

¹⁷Per approfondimenti si veda: <https://www.locarnofestival.ch/it/LFF/home.html>

¹⁸Per approfondimenti si veda: <https://www.bookexpoamerica.com/>

¹⁹Per approfondimenti si veda: <https://www.eif.co.uk/>

²⁰Per approfondimenti si veda: <https://festival-avignon.com/en>

²¹Per approfondimenti si veda: <https://www.buchmesse.de/en>

²²Per approfondimenti si veda: <https://www.filmvideomontecatini.it/>

²³Per approfondimenti si veda: <https://www.berlinale.de/en/home.html>

²⁴Per approfondimenti si veda: <https://miff.com.au/>

²⁵Per approfondimenti si veda: <https://trentofestival.it/>

²⁶Per approfondimenti si veda: <https://www.taorminafilmfest.it/>

- Festival dei Due Mondi (Spoleto) (1958)²⁷;
- Fiera dei Librai di Bergamo (1958)²⁸;

3.3. I festival nell'era del consumo di massa

Il boom economico senza precedenti seguito alla seconda Guerra Mondiale ha dato alla classe media e operaia inedite possibilità di spesa grazie alla capacità dei sindacati di ottenere aumenti salariali e riduzione della settimana lavorativa (Butcher 2020), e innescando nuovi bisogni. È l'avvio dell'americanizzazione del quotidiano dove gli elettrodomestici cambiano l'organizzazione domestica, l'auto e il motorino cambiano il concetto di mobilità, la televisione cambia la comunicazione e si inizia a pensare come impiegare e investire il proprio tempo libero (Paltrinieri 2012; 2022b). Dopo il 1945 si registra un aumento del turismo di massa, questo anche perché il progresso e l'aumento dei redditi nei paesi altamente sviluppati ha permesso di soddisfare i bisogni sociali di base, e di conseguenza di potersi concentrare sui bisogni di alto livello, compresi quelli legati alla cultura e all'intrattenimento, tra cui la partecipazione ai festival e alle manifestazioni culturali (Getz 1989; Frey 1994). Tra gli anni Cinquanta e Sessanta la partecipazione ai festival cresce proprio in quella fascia che fino a quel momento non aveva avuto possibilità fino allora, come i giovani e le persone con redditi più bassi (Frey 2000).

Le rivolte operaie e studentesche del '68 mettono in discussione il sistema capitalistico e mettono in discussione i paradigmi fondanti della società, come la famiglia, la scuola, i ruoli, il sesso, proponendo nuove forme di comunità, originali e alternative (Paltrinieri 2022b). La cultura è strettamente interconnessa con il capitale e con l'identità nei sistemi di produzione delle città. La cultura suggerisce la coerenza e la consistenza di un prodotto di marca. Come ogni merce, il paesaggio "culturale" ha la possibilità di generare altre merci (Zukin 2005). Per questo motivo i luoghi lontani dalle capitali culturali iniziano a fungere da stimolo liberatorio per lo sviluppo di nuove idee di festival e per superare le restrizioni e l'inflessibilità associate alle istituzioni culturali consolidate, seguendo anche quelle che erano le tendenze dei movimenti sociali, a sfidare le norme prevalenti e l'ordine sociale esistente (Frey 1994; Quinn 2005).

In più occasioni un luogo più periferico, lontano dai capoluoghi culturalmente meglio organizzati e dotati di infrastrutture culturali, è stato lo stimolo liberatorio per lo sviluppo del festival che diventano centro di sperimentazione e avanguardia culturale in cui la parola chiave, per artisti e

²⁷Per approfondimenti si veda: <https://festivaldispoletto.com/>

²⁸Per approfondimenti si veda: <https://www.fieradeilibrai.it/it>

pubblico, è inclusività. I festival assumono così un ruolo centrale per la ridefinizione di cultura, cercando di abbattere la distinzione sociale tra cultura alta e cultura bassa. Questo processo avviene anche con la risemantizzazione sia dei luoghi solitamente non adibiti alle pratiche culturali, come le sale concerto, i teatri e le arene (Duvignaud 1973a). I festival, come nella tradizione pagana, tornano a occupare le piazze rendendo operativo questo ripensamento radicale della ridefinizione dei confini della libera espressione artistica e culturale (Quinn 2005). Cambia anche il modello di partecipazione alle manifestazioni. Partecipare non vuol dire più solo essere spettatori, ma aderire alle idee e ai valori che quella manifestazione abbraccia e promuove. Per la prima volta “Essere spettatori non è più un atto innocente”, parafrasando *i pay off* pensati da Romeo Castellucci molti anni dopo, per l'edizione di “Santarcangelo” 2015²⁹. I nuovi festival che nascono nel dopoguerra incarnano il cambiamento politico, antropologico e culturale, dando spazio ai bisogni, mettendoli in primo piano, della nuova categoria commerciale dei giovani, e mostrando come l'arte possa essere altro rispetto all'intrattenimento (Duvignaud 1973b).

Diversi i casi emblematici in tutta Europa, come il “Festival di Avignone”³⁰. Fondato nel 1947 dal regista teatrale Jean Vilar con l'idea di promuovere l'inclusività, l'accessibilità e nuove forme di interazione tra pubblico, artisti e luogo in una manifestazione nazional-popolare lontano dai “confini” di Parigi (Isar 1976). Qui, come al “Edinburgh Fringe Festival” si mette in luce l'off, la scena che non arriva nei grandi teatri, ma che parla alle nuove generazioni e che riesce ad abbattere le barriere culturali e di classe.

Da menzionare anche l'esperienza avveniristica del “Festival Mondial du Théâtre Universitaire de Nancy”³¹, che ha fatto scoprire nell'Europa occidentale i maestri dell'Europa dell'Est come Jerzy Grotowski e Tadeusz Kantor. Per la prima volta si associa la parola “mondiale” a un festival sottolineando come la cultura non conosca confini geografici o politici. E ancora il “Music Biennale Zagreb”, il festival di musica classica e contemporanea che ha fatto da ponte tra Est e Ovest per i musicisti di tutto il mondo, fondato dal compositore Milko Kelemen nel 1961³².

Anche in Italia lo spirito di contaminazione e innovazione inizia a propagarsi tra i festival. Il “Festival dei Due Mondi” di Spoleto, in Umbria, nato nel 1958 dal gemellaggio tra l'Italia e gli Stati

²⁹ “Guardare non è più un atto innocente” e “Sarà come non poter distogliere gli occhi dallo sguardo di Medusa”: le due frasi scritte per Santarcangelo da Romeo Castellucci, parlano agli artisti e agli spettatori, e parlano anche a tutti noi come cittadini» (Silvia Bottiroli, per approfondimenti si veda: <https://www.santarcangelofestival.com/>), un invito al coraggio dell'azione di guardare.

³⁰Per approfondimenti si veda: <https://festival-avignon.com/en>

³¹Qui narrato dal giornalista francese Jean-Pierre Thibaudat: “De 1963 à 1983, le Festival mondial du théâtre de Nancy, créé par Jack Lang, a bouleversé le paysage théâtral. Surfant sur la vague du théâtre universitaire en Europe, forte au début des années soixante, le Festival allait bientôt devenir mondial et professionnel, parcourant la planète pour faire venir à Nancy les nouveaux talents étrangers, s'imposant comme un rendez-vous précieux”. Per approfondimenti si veda: <https://www.franceculture.fr/emissions/fictions-theatre-et-cie/le-festival-mondial-de-theatre-de-nancy>

³²Per approfondimenti si veda: <https://www.mbz.hr/>

Uniti e da una idea del compositore e librettista Gian Carlo Menotti, oggi è una delle manifestazioni italiane più note al mondo³³. Nel 1971 Piero Patino venne chiamato dall'allora sindaco di Santarcangelo, nell'entroterra riminese, per dirigere il nuovissimo “Festival Internazionale del Teatro in Piazza”, da lui stesso così ribattezzato e che trovava “propulsione nelle istanze politiche legate al '68 e nel folklore locale”³⁴. “Umbria Jazz” viene fondato nel 1973 dal commerciante perugino Carlo Pagnotta appassionato di jazz e frequentatore festival europei, che dopo l’ennesimo viaggio all’estero decide di organizzarne uno nella sua città, Perugia³⁵.

Negli anni Ottanta inizia a diffondersi tra gli studiosi dei festival e degli eventi culturali il termine “turismo dei festival”. Il festival viene analizzato principalmente in termini di potenziale economico (Quinn 2005). D'altronde sono gli anni in cui il reddito procapite continua ad aumentare così come la spesa per intrattenimenti, turismo, consumi immateriali. Sono gli anni in cui la civiltà dei consumi profetizzata da Pier Paolo Pasolini prende forma (2015 [1974]) e si fa sempre più spazio in una società che inizia a riflettere le proprie disuguaglianze sociali nell'impiego del proprio tempo libero, che passa attraverso logiche di consumo (Bourdieu 2001 [1979]; Paltrinieri 2022).

Per le città i festival diventano uno strumento di rinnovamento della propria immagine (Quinn 2005; Getz 2012). Anche l'Unione Europea seguendo questo trend lancia nel 1985 l'iniziativa della Capitale Europea della Cultura, in cui ogni anno una città designata può mettere in mostra le sue peculiarità culturali e artistiche, diventando per molti un momento di forte attrattività economica e turistica³⁶.

Un numero crescente di studi empirici ha analizzato l'impatto economico delle manifestazioni, monitorando guadagni in termini di numero di visitatori attratti, entrate generate, estensione della stagione turistica. Ma considerare i festival e in genere le manifestazioni culturali e artistiche solo dal punto di vista economico sarebbe riduttivo, oltretutto fuorviante (Getz 2007).

Anche se i dati però parlano da soli. Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo, il numero di

³³Per approfondimenti si veda: <https://festivaldispoletto.com/>

³⁴Per approfondimenti si veda: <https://www.santarcangelofestival.com/storia/>

³⁵Per approfondimenti si veda: <https://www.umbriajazz.it/>

³⁶Il tema delle città creative meriterebbe un capitolo a sé, sia per approfondire il tema della creazione delle Città Creative Europee, sia per approfondire il tema degli impatti economici, culturali e sociali una volta che si spengono i riflettori su questi eventi. Per approfondimenti si veda tra gli altri: Bianchini F., Landry C. (1995) *Creative Cities*, Demos; Bianchini F., Felicori M. (2011), *Offerta, produzione, internazionalizzazione: le chiavi per la creative city*, in Cammelli M., Valentino P. (a cura di), *Citymorphosis Politiche culturali per le città che cambiano*, Giunti; Garcia B., Cox T. (eds) (2013), *European Capitals of Culture: Success Strategies and Long-Term Effects*, Unione Europea; Argano L. (2021), *Guida alla progettazione della città culturale. Rinnovare le geografie, il design, l'azione sociale, la pianificazione nello spazio urbano*, FrancoAngeli, Milano.

viaggi turistici è aumentato da 25 milioni nel 1950 a circa 1,4 miliardi nel 2018³⁷. Tra la fine degli anni Novanta e l'inizio del nuovo secolo si registra il numero più alto di nascita di nuovi festival culturali. Zsuzsa Hunyadi, Péter Inkei e János Zoltán Szabó (2006) individuano tredici principali motivazioni per spiegare l'aumento esponenziale dei festival negli ultimi decenni, tra cui l'esperienza comune; lo sradicamento delle differenze sociali proprie della quotidianità; la diffusione della cultura e dell'arte. E nasce anche il bisogno di nuova socialità e di interazioni interpersonali, ora che le nuove tecnologie stanno limitando le occasioni di incontro e di scambi (Goldblatt 2000; Giorgi *et al* 2011).

Guido Guerzoni nel 2008 parla di soglia critica ampiamente superata, tanto da definire i festival come un “format” che ha subito un vero e proprio abuso terminologico ed etichetta il loro dilagare come una «festivalmania, dai contorni sempre più confusi» (2008, p. 18). Negli ultimi decenni diversi sono stati i tentativi di censimento e monitoraggio delle manifestazioni culturali, in Italia e in Europa. Rolfe nel 1992 ha stimato 529 festival musicali in Europa (1992); nel 1994 Maillard ne ha censiti 864 musicali, di cui 350 dedicati solo alla musica colta (1994). Galeotti (1992) si è lanciato in un censimento europeo, contando oltre 2000 festival solo musicali. A livello globale

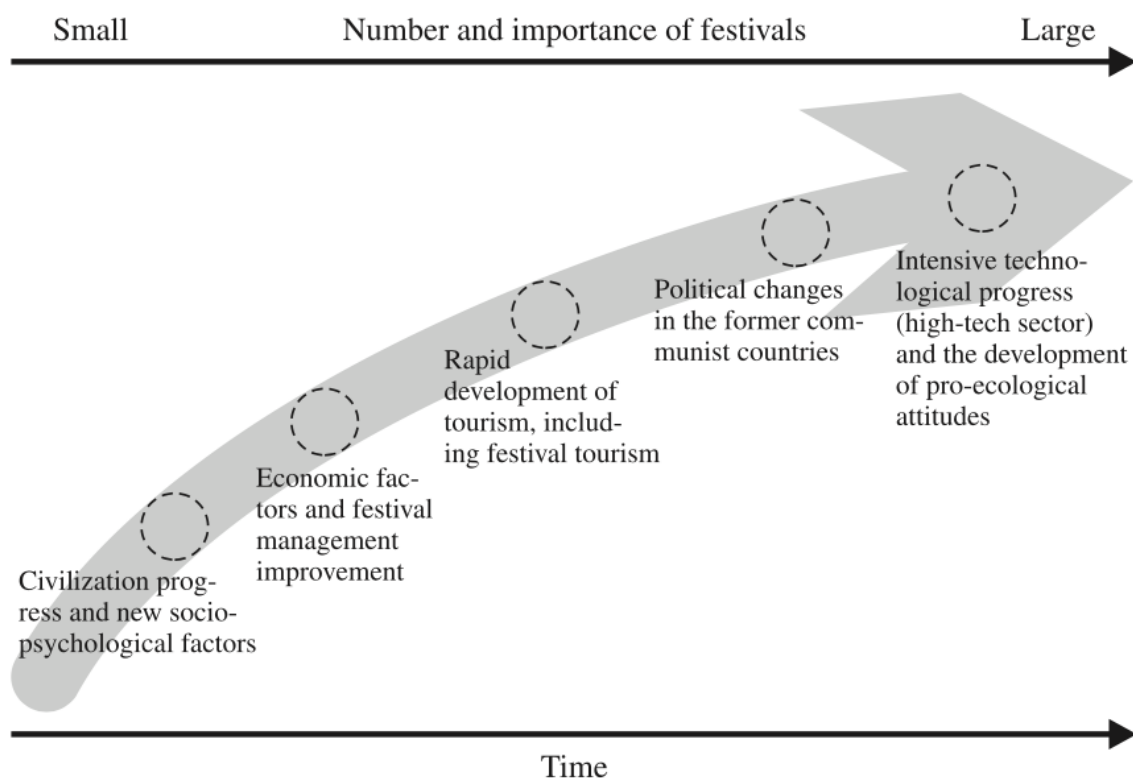


Fig.2- Aumento dei festival. Fonte Cudny 2014.

³⁷Per approfondimenti si veda: <https://www.unwto.org/4>

Getz e Frisby (1989) hanno iniziato una catalogazione dei festival del mondo, dividendoli per generi e confermando che quello musicale è quello più diffuso.

Getz (2005), citando Janiskee, riporta che solo negli Stati Uniti siano state contate oltre dodicimila feste comunitarie. In Australia, Gibson (2010) segnala 2.856 manifestazioni regolari tra Tasmania, Victoria e New South Wales. In Svezia nell'estate 1993 sono stati contati 430 festival musicali (Faulkner *et al* 1999). Cudny presenta la situazione polacca come ricca di festival: «In Łódź, the third largest city in Poland, about 60 festivals of different kinds are organized every year (Cudny 2006). In other Polish cities the situation is alike: Kraków holds 100 events annually, Warsaw about 80, Szczecin and Wrocław – each city about 70, and Gdańsk has close to 50 annual festivals» (2014, p. 646). Nel 2005 in Italia l'AIE, l'Associazione Italiana Editori, ha contato 193 manifestazioni di libri e approfondimento culturale.

Infine ci sono alcuni portali che provano a monitorare sistematicamente il numero delle manifestazioni nei diversi paesi europei, per offrire un servizio utile agli utenti finali, il pubblico dei festival. Come Francefestival.com in Francia³⁸, Efestival nel Regno Unito³⁹, o TrovaFestival in Italia. Ma calcolare il numero preciso di festival attivi oggi è pressoché impossibile, vista la grande mole di manifestazioni che nascono e muoiono e la fuorviante autoclassificazione tra rassegne, festival ed eventi.

3.4. Le reti dei festival, ovvero la settorialità degli eventi

À la fin de 1951, répondant à une invitation lancée par le CEC, sur une proposition de son conseiller musical, Igor Markevitch, les directeurs d'une quinzaine de grands festivals se réunissaient à Genève et décidaient, dans un enthousiasme unanime, de créer entre eux une Association européenne des festivals de musique. Un an plus tard, le Secrétariat qu'ils avaient constitué au Centre, publiait une première brochure contenant les programmes de tous les Festivals membres pour la saison suivante. Premier témoignage tangible d'un esprit de collaboration substitué à l'esprit de concurrence, et d'une vision européenne, dépassant les intérêts locaux tout en les servant⁴⁰ (Denis de Rougemont, 1955, p. 17)

Il filosofo Denis de Rougemont racconta così la nascita dell'Association Européenne des Festivals

³⁸Per approfondimenti si veda: <https://www.francefestivals.com/>

³⁹Per approfondimenti si veda: <https://www.efestivals.co.uk/festivals/>

⁴⁰Per approfondimenti si veda: https://www.unige.ch/rougemont/articles/bcec/ddr195510bcec_p17 «Pour les grands festivals de musique l'Europe est faite!», *Bulletin du Centre européen de la culture*, Genève, n.1, octobre 1955, p. 17-18.

de Musique, fondata nel 1952, di cui sarà presidente fino al 1982, insieme al direttore Igor Markewitch e a quindici festival musicali che ne costituiscono il nucleo centrale, ovvero il “Festival Aix-en-Provence”, il “Bayreuther Festspiele”, “Berliner Festspiele”, il “Festival Internazionale di Musica di Besançon”, il “Festival de Musique Bordeaux”, il “Teatro del Maggio Musicale Fiorentino”, l’ “Holland Festival”, il “Festival di Lucerna”, il “Münchner Opernfestspiele”, la “Sagra Musicale Umbra”, il “Festival de Musique de Strasbourg”, la “Biennale di Venezia”, sezione Musica, il “Festival di Vienna”, il “Festival Internazionale di Maggio” a Wiesbaden e il “Festival di Zurigo”.

È la prima volta che un gruppo di festival di caratura internazionale si unisce intorno a un obiettivo comune e crea una rete sinergica in cui presentare i diversi programmi, formulati in base alle location e alle storicità perché, scrive de Rougemont «Mozart peut donner plus de joie à Salzbourg que n’importe où ailleurs» (1955, p. 18). L’associazione si presenta come l’insieme dei migliori festival musicali, un’unica manifestazione che rappresenta la musica europea e la sua unità. L’associazione vuole celebrare un’unione appena ritrovata dopo la Guerra, aperta a un futuro unito e coeso, in cui la cultura è un linguaggio universale che travalica i confini e fortifica le identità e unisce in uno spirito di apertura e rispetto. Nel 1997, durante l’annuale assemblea dei soci a Torino, viene approvato il cambio di nome in European Festivals Association (EFA),⁴¹ accogliendo nell’associazione anche manifestazioni non musicali, sempre con l’obiettivo di unire e rappresentare i festival membri in tutta Europa e nel mondo, contribuendo alla vita artistica europea. A oggi EFA conta cento festival e reti di festival di quaranta paesi differenti. La domanda per l’adesione deve essere supportata da un altro festival già partner della Rete. Seppur tutti i festival possano aderire, la soglia d’accesso è considerevole: 4.250 euro annui per i soci ordinari, 1.100 euro annui per i membri del collettivo, 2.100 euro annui per i membri affiliati.

Nel 2020, grazie al sostegno europeo, l’associazione appoggia il progetto FestivalFinder, un portale online che in poco più di due anni ha censito oltre 2.300 festival culturali, dalla musica al teatro, dalla letteratura alla danza, in più di quarantacinque paesi, non solo europei, per collegare il pubblico ad artisti e organizzatori⁴².

I festival rappresentano ormai un elemento centrale del panorama culturale italiano, sia a livello quantitativo sia per quanto riguarda la loro funzione. Ma quanti sono i festival culturali in Italia è difficile dirlo. Il portale di riferimento istituzionale, cofinanziato con fondi pubblici, è ItaliaFestival. Nato alla fine degli anni Ottanta, rappresenta una quarantina di manifestazioni in tutto il territorio

⁴¹Per approfondimenti si veda: <https://www.efa-aef.eu/>

⁴²Per approfondimenti si veda: <https://www.festivalfinder.eu/>

nazionale. Come si legge sul sito, ItaliaFestival è “l’associazione multidisciplinare formata da alcuni tra i più prestigiosi festival italiani. Nata nel 1987 in seno all’Agis, l’Associazione Generale dello Spettacolo, oggi rappresenta quaranta festival italiani e sei reti di festival che operano nell’ambito musicale, teatrale, delle arti performative e della danza, della letteratura e di altre manifestazioni artistiche”⁴³. Per entrare a far parte della rete di ItaliaFestival, oltre a essere “un prestigioso festival italiano”, è richiesta una quota associativa di 1.600 euro annui e in cambio la rete garantisce servizi e rappresentanza istituzionale nazionale e internazionale, mettendo la manifestazione in relazione con l'EFA. ItaliaFestival rappresenta anche tre reti di manifestazioni:

- Areasud, “un’associazione finalizzata a realizzare una rete di iniziative legate al mondo della cultura tradizionale, sia nel settore artistico degli spettacoli, sia nel settore della valorizzazione del patrimonio culturale legato agli usi ed ai costumi tradizionali” composta da sette realtà;
- Jazz Italian Platform, associazione di otto organizzazioni musicali in tutto il territorio nazionale.
- Rete Ar.Te., rete che rappresenta cinque festival multidisciplinari divisi tra Friuli Venezia Giulia, Toscana e Lazio, ovvero “Terre in festival”, “Portraits on Stage”, “Festival Palco Fluviale”, “Teatri Fuori dai Teatri”, “Tor Bella Monaca Teatro Festival”;

Negli anni sono nate altre reti di festival, con obiettivi differenti. Tra le altre:

- AFIC – Associazione Festival Italiani di Cinema, nasce nel 2003 come “polo di aggregazione di quelle manifestazioni cinematografiche italiane che riconoscono l’importanza e il valore di far parte di un network informativo che sia anche luogo di scambio ed elaborazione progettuale”. Possono fare richiesta di adesione tutti i festival cinematografici che abbiano svolto almeno tre edizioni; la quota annuale ammonta a 150 euro per i festival che dichiarano un budget inferiore a 100.000 euro, e a 250 euro per le manifestazioni che dichiarano un budget superiore a 100.000 euro. Nel 2022 oltre cento soggetti tra festival, premi e rassegne di cinema, distribuiti su tutto il territorio nazionale, erano iscritti all'AFIC⁴⁴.
- Arcipelago Sicilia – Osservatorio per i Festival della Scena Contemporanea, nato nel 2019 è “una rete di festival diffusi e attivi sul territorio che intende mappare e fare entrare in

⁴³Per approfondimenti si veda: www.italiafestival.tv

⁴⁴Informazioni da scambio telefonico con Valentina Pompili, segreteria organizzativa dell’associazione, in data 18 gennaio 2023. Nel Regolamento dell’Associazione è ben spiegata la differenza tra festival, premi e rassegne e le modalità di adesione alla rete. Per approfondimenti si veda: <http://www.aficfestival.it/>

relazione le manifestazioni che, in varie parti dell'isola, si offrono come spazio di programmazione aperto alla scena contemporanea e ai linguaggi performativi". Una rete a struttura libera che conta oggi trentanove festival mappati nella sola regione Sicilia. Per aderire basta essere un festival o una rassegna di teatro, danza o circo contemporaneo e sottoscrivere il Manifesto, senza dover pagare alcuna quota associativa⁴⁵.

- I-Jazz, "l'Associazione Nazionale che raccoglie alcuni dei più conosciuti e seguiti festival jazz Italiani". A inizio 2023 conta quattordici iscritti.
- Network Risonanze, la rete "per la tutela del teatro under 30 nato ad opera di un insieme di realtà, disseminate su tutto il territorio nazionale, che hanno individuato nella promozione e nel sostegno delle nuove generazioni di artisti del teatro contemporaneo il fulcro della propria attività"⁴⁶. La rete non include esclusivamente festival: diciassette le realtà coinvolte, tra cui 10 manifestazioni teatrali. Il requisito per far parte della rete è la vocazione alla tutela e alla valorizzazione delle nuove generazioni di artisti e spettatori, con una quota associativa annuale di 300 euro. In cambio la rete offre l'accesso a informazioni inerenti all'ambito trattato dalla Rete; scambio di buone pratiche in materia di ricambio generazionale e formazione di nuovo pubblico; relazioni con giovani artisti e compagnie e con operatori che condividono le medesime visioni⁴⁷.
- Rete dei Festival, "associazione che contribuisce a tutelare e favorire lo sviluppo dei Festival per Musica emergente in Italia"⁴⁸, nata nel 2008 nell'ambito del MEI, il Meeting degli Indipendenti. La Rete dei Festival fa aderire quei festival e contest che hanno al loro interno una selezione (locale, regionale, nazionale) pensata per valorizzare i giovani talenti emergenti dal vivo. L'iscrizione costa 30 euro all'anno e in cambio la Rete si pone come portavoce ai tavoli istituzionali nazionali, regionali e locali; offre aggiornamenti su bandi, rapporti con società di raccolta diritti, connessioni per network di lavori comuni, e collabora alla circuitazione degli artisti a festival e contest del network.

⁴⁵Informazioni da intervista telefonica a Filippa Ilardo, cofondatrice della rete, in data 14 settembre 2022. Per approfondimenti si veda: <https://www.arcipelagofestival.com/>

⁴⁶Per approfondimenti si veda: <https://www.risonanzenetwork.it/il-network/>

⁴⁷Informazioni da scambio telefonico e via mail con Cesare D'Arco, Presidente Risonanze Network, in data 20 gennaio 2023.

⁴⁸Per approfondimenti si veda: <https://meiweb.it/rete-dei-festival/>

- Nel 2021 nasce la Rete Festival Italiani Musica in Montagna e ne fanno parte “I Suoni delle Dolomiti”, “Musica sulle Apuane”, “MusicaStelle Outdoor”, “Paesaggi Sonori”, “RisorgiMarche”, “Suoni Controvento”, “Suoni della Murgia” e “Time in Jazz”.
- Rete Intersezioni, “una rete di festival di arte e spettacolo dal vivo in spazi urbani e non convenzionali della Regione Friuli Venezia Giulia”, composta dai festival “Area Danza”, “Art tal ort”, “Contaminazioni Digitali”, “Invisible Cities”, “Micro Festival” e “Terminal Festival”. La rete non ha un capofila, ma una struttura orizzontale con un unico portavoce. Il requisito per entrare nella rete è la condivisione di una idea di arte contemporanea svolta in spazi urbani e/o aperti, ma la possibilità di accesso è determinato dalla valutazione di chi è già parte della rete. La partecipazione non prevede un contributo, i partecipanti condividono delle spese comuni decise a inizio anno che solitamente riguardano: la figura del portavoce; l'ufficio stampa; il sito; l'organizzazione di attività comuni, come bandi nazionali per progetti specifici. L'idea centrale della rete è di armonizzare l'attività dei partecipanti per creare un calendario di eventi comuni e superare l'effetto nicchia che ogni realtà soffre e che in parte dipende dall'offerta culturale ricercata di cui la rete si fa promotrice. Essere parte della rete ha dei vantaggi su due piani. Il primo è di servizio: si condividono contatti (artisti, tecnici, amministrativi) e possibili progettualità. Inoltre un ufficio stampa comune e altre funzioni che possono esser messe a valor comune. Il secondo piano è da gruppo di pressione: far crescere il peso culturale (e di conseguenza politico) dell'arte contemporanea in regione. L'adesione alla rete non ha scadenza: c'è piena libertà di uscita⁴⁹.
- Rete Italiana Festival di Fumetto ovvero la “Rete nazionale costituita dai Festival italiani di Fumetto che hanno come obbiettivo la valorizzazione del fumetto in tutte le sue forme: arte, filiera industriale e motore di sviluppo sociale. Nasce ufficialmente come Associazione di categoria”⁵⁰. A gennaio 2023 conta trentacinque realtà.
- Rete italiana world music, la cui missione è “sostenere il mondo della world music italiana e contribuire alla diffusione di un modello di sviluppo sostenibile e inclusivo per il nostro Paese in cui la musica è strumento di costruzione della propria identità culturale ma anche di conoscenza e di contaminazione con le altre culture del mediterraneo, e quindi fonte di

⁴⁹Informazioni da intervista via mail al portavoce della rete, Paolo Ermano, in data 16 settembre 2022. Per approfondimenti si veda: <https://www.intersezionifvg.it/>

⁵⁰Per approfondimenti si veda: <https://www.retefumetto.it/#about>

innovazione”⁵¹. Della rete fanno parte diciannove manifestazioni.

3.5. Festivalia, il paese dei festival, una prima mappatura

Il lavoro di mappatura di Italiafestival è un primo tentativo di analisi, il numero esiguo di manifestazioni rappresentate non dà la giusta prospettiva di *Festivalia!*, il paese dei festival (Flaiano 1972). E la moltitudine di piccole reti fa capire quanto ancora si sia distanti da una collaborazione a favore di un persistente campanilismo in cui il pubblico fatica a orientarsi.

Nel 2016, un po' per gioco, nasce il progetto indipendente TrovaFestival, fondato da Giulia Alonzo e Oliviero Ponte di Pino, ai quali poi si sono aggiunti negli anni Erica Magris, Stefania Minciullo, Luca Monti, Elena Puccinelli, Stefano Romagnoli, con cui hanno costituito l'Associazione Culturale TrovaFestival nel 2021⁵². Il progetto nasce per mettere in relazione i festival, e tutti gli operatori che vi circuitano attorno, con l'utente finale, offrendo un facile strumento di interazione e ricerca per geolocalizzare le manifestazioni su un territorio d'interesse. La mappatura su TrovaFestival è gratuita, come si legge sul sito: “La metodologia applicata trova ispirazione nella *Grounded Theory*, dove l'osservazione sul campo e l'elaborazione teorica procedono di pari passo, in un'interazione continua. Di conseguenza anche le fonti di TrovaFestival sono molteplici e coniugano diversi livelli di analisi. Uno dei primi problemi che si è trovato ad affrontare il portale è stato quello di avere una definizione del concetto di “festival” per poter da un lato trattare i festival e le fiere culturali come fenomeno unitario, con una propria specificità e caratteristiche comuni e dall'altro quello di poter compiere una analisi critica sulle manifestazioni che venivano segnalate.

I criteri adottati sono stati:

- 1) l'ambito di indagine, ovvero i macrosettori arti visive e architettura, cinema, circo, danza, libri e approfondimento culturale, musica, teatro;
- 2) durata e frequenza degli eventi: un festival deve dunque avere una durata di più giorni ma limitata nel tempo, da due giorni a tre mesi circa;
- 3) continuità, che non sia quindi un evento spot come le Città della Cultura o le Città del Libro;
- 4) localizzazione: i festival agiscono in genere su un preciso territorio, anche se negli ultimi anni si sono sviluppate forme di festival “diffusi” o “itineranti”, di cui ci è parso inevitabile tenere conto”⁵³.

⁵¹Per approfondimenti si veda: <https://www.italiaworldmusic.it/>

⁵²Per approfondimenti si veda: www.trovafestival.it

⁵³Per approfondimenti si veda: www.trovafestival.it

La parola chiave del progetto è dunque multidisciplinarietà e territorialità, perché partendo dall'utopia di superare i confini dell'omofilia, ovvero la tendenza ad avvicinarsi alle persone con cui si condividono gli stessi interessi e gli stessi gusti (Mazzoli, Raimondi 2015), il portale dà la possibilità di investigare il fermento culturale in una determinata area del nostro paese e scoprirla a partire dalla manifestazione a cui si è interessati a partecipare.

Il portale a oggi, maggio 2023, ha censito oltre 1100 festival culturali su tutto il territorio italiano, isole comprese, per la precisione, 217 festival di cinema e audiovisivo, 274 di musica, 315 di teatro, danza e circo, settanta di arti visive e 311 di libri e approfondimento culturale⁵⁴. È un'offerta impressionante in un paese che, stando all'ultimo rapporto BES 2021, ha speso in servizi culturali e protezione della biodiversità e del paesaggio una frazione del proprio PIL inferiore a quella del 2010, con il 2,8 per mille contro una media Ue del 4,8 per mille, posizionandosi al ventiduesimo posto su ventisette paesi europei per spesa pubblica in ambito culturale⁵⁵. Per quanto riguarda i consumi culturali, la situazione è ancora peggio: terzultimi in Europa, seguiti solo da Croazia, Bulgaria e Romania⁵⁶.

Dopo oltre cinque anni di lavoro, la mappatura rimane il cuore del progetto TrovaFestival, al quale però si sono affiancate altre attività parallele e congruenti: lezioni, seminari e workshop in festival e università sia in Italia sia in Europa; affiancamento e progetti di comunicazione per i festival; pubblicazioni scientifiche e partecipazione a convegni sul tema dei festival. Dal 2018 una stretta collaborazione con il Master di Eventi e Comunicazione per la cultura dell'Università Cattolica di Milano ha dato vita due iniziative: una borsa di studio destinata a giovani under 25 appassionati di festival per poter frequentare il master gratuitamente, e il progetto ComunicaFestival, il primo concorso in Italia dedicato alla comunicazione e alla grafica dei festival. Nel 2019 TrovaFestival ha iniziato una collaborazione con l'associazione Culturale Ateatro, fondata da Oliviero Ponte di Pino e Mimma Gallina nel 2001. Ateatro è stato il primo webzine online dedicato al teatro e alle politiche culturali in Italia, diventando il punto di riferimento per il settore e una memoria attiva dello spettacolo dal vivo in Italia. La collaborazione tra le due associazioni si attua con il progetto Festival e Territori, una ricerca su scala nazionale per indagare e monitorare lo stato dei festival culturali in Italia, sottolineandone le funzioni, partendo dalle buone pratiche riscontrate⁵⁷.

⁵⁴Il lavoro di TrovaFestival, che opera con una progettualità dal basso e autofinanziata, senza fondi pubblici.

⁵⁵Rapporto BES 2021. Si veda: <https://www.istat.it/it/files//2022/04/9.pdf>

⁵⁶Rapporto Eurostat 2019. Si veda: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/culture/overview>

⁵⁷Per approfondimenti si veda il sito: www.trovafestival.it

4. A cosa servono i festival

4.1. La funzione dei progetti culturali

Lucio Argano, nel suo volume indispensabile per chi si occupa di cultura, compie una ampia e approfondita disamina sulla morfologia della progettazione culturale, partendo dalla definizione di progetto come «la *sintesi* tra *pensiero* e *azione*» (2012, p. 95), intesa come l'unione, l'accordo, tra l'intuizione e la volontà di metterla in atto, dare quindi una soluzione a problemi reali (Munari 1981; Norman 2015 [1988]). La progettazione ha dunque sempre fatto parte della natura umana, diventando espressione di diverse discipline, anche in modo trasversale e multidisciplinare, sviluppando ognuna la sua metodologia più consona allo sviluppo e alla realizzazione dell'idea. Tra le molteplici tipologie di progettazione, c'è anche quella culturale, intesa come «un processo cognitivo, trasformativo ed esperienziale, che consente di inventare artefatti molto complessi» (Leone, Prezzo 1999 in Argano 2012, p. 123).

Pertanto le funzioni della progettazione culturale, e di conseguenza le azioni attraverso cui queste funzioni si compiono, possono essere altrettanto molteplici: la conservazione, che coinvolge il patrimonio culturale; l'identità e la celebrazione, ove la cultura diventa «espressione dell'identità e dell'immagine locale e nazionale» (Argano 2012, p. 134); la critica e l'innovazione, stimolando il progresso della società; l'educazione, contribuendo alla crescita educativa delle persone; una funzione ricreativa, ovvero un momento di svago; la socialità; lo sviluppo turistico, economico e territoriale delle località nelle quali si svolgono gli eventi, e infine una funzione democratica, perché «la cultura permette l'affermazione della libertà individuale» (ivi, p. 134). «Nei progetti culturali può concretizzarsi un sogno del progettista come linea guida, immaginario individuale e sforzo e nel contempo concentrarsi anche la forza del mito come immaginario collettivo» (De Toni 2009 in Argano 2012, p. 124). Come nel caso dei festival o di determinati eventi culturali, con la loro capacità di rispondere a quelle domande poste dalla società nel momento in cui si instaura e si attua uno stretto rapporto con il territorio nel quale si svolge (Dalla Sega 2005; Argano 2012). In questo modo i progetti culturali possono innescare possibili significati sociali, diventare un'occasione di auto-definizione di un gruppo o di una comunità; diventare attivatori di partecipazione, richiedendo un'azione diretta dei membri che vi prendono parte; creare un tempo altro rispetto alla quotidianità (Falassi 1987).

Il progetto culturale è quindi visto anche come un sistema di relazione con il territorio nel quale si

crea e si sviluppa. La catalogazione delle funzioni e le sottofunzioni di un progetto culture, per Chiara Camerada e Daniele Pitteri, si basa sul presupposto che un evento debba lasciare una traccia, una eredità, sul territorio nel quale si compie, perché altrimenti non può essere definito come un evento dotato di efficacia, e di conseguenza debole a livello relazionale (2010), come da Tab.2.

Nei prossimi paragrafi, attraverso l'esemplificazione tramite alcuni casi studio, si delineeranno meglio le funzioni dei festival partendo dallo schema di Camerada e Pitteri (ivi) aggregando voci e aggiungendone una, basilare per la tesi che si vuole supportare, ovvero funzione di “approfondimento culturale e creazione di comunità”, che merita una voce a sé rispetto all'identità locale, in quale si vuole soffermare maggiormente l'attenzione sugli aspetti sociali che i festival possono stimolare, in un'ottica di welfare di comunità, e di conseguenza culturale, e di creazione di cittadinanza attiva, temi che verranno ripresi nel prossimo capitolo.

4.2. Immagine, valorizzazione e riqualificazione del territorio (*Tangible Culturale Heritage*)

Come si è già avuto modo di vedere, i festival possono essere un importante fenomeno attrattivo nella valorizzazione e nel rilancio culturale di una determinata area geografica. Il festival, con le sue connotazioni di socialità e festività, si propone come un format già pronto di “immagini positive” per la presentazione di una località, un perfetto esempio di *image maker*, manipolabile in base agli obiettivi di posizionamento turistico (Zukin 2005), subordinando la cultura a un bene a fini commerciali. Una scuola di pensiero ha associato il turismo allo svilimento dei significati culturali, sostenendo che solo i residenti sanno effettivamente i costi, e i danni, del turismo a livello locale (Greenwood 1976; Zukin 2005). Emma H. Wood (2005) notava che l'incremento delle presenze turistiche in alcuni contesti ha fatto registrare tassi crescita di microcriminalità e atti di vandalismo, di tensione tra residenti e visitatori, di perdita di autenticità del tessuto locale, e rifiuti. Clark (2004) ha constatato che la globalizzazione ha portato un appiattimento dell'originalità e dell'identità delle manifestazioni, per rispondere alle esigenze di una massa sempre più abituata a fruire di non-luoghi. In queste situazioni, una collaborazione sinergica con le istituzioni è il primo passo per la buona realizzazione di una manifestazione, e la garanzia di una sua durata nel tempo (Richards 2017).

Format	Target	Funzioni	
		Sottofunzioni	
• Eventi Sportivi	Mediale - Di Nicchia - Specialistico - Economico (Spender) Esterno - Economico - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale Globale - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale - Economico City Users - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale - Economico Interno - Istituzionale - Economico - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale	Immagine del territorio	
			Promozione Rilancio o Consolidamento Posizionamento/Riposizionamento
		Sviluppo turistico	
			Destagionalizzazione Ampliamento tipologica dell'offerta Consolidamento tipologico dell'offerta Consolidamento quantitativo dell'offerta Infrastrutturazione connessa alla/e offerta/e
		Trasformazione del territorio	
			Infrastrutturazione mirata Servizi (Recupero/Restauro) (Destinazione/Modifica Destinazione)
		Sviluppo economico	
			Attrazione investimenti diretti Creazione impiego momentaneo/stagionale Valorizzazione/Formazione professionalità locali
		Valorizzazione del territorio	
			Patrimonio paesaggistico Patrimonio Prodotti/Culture tipiche
		Finalità politico istituzionali	
			Ampliamento /consolidamento rapporti e relazioni Rilancio centralità regionale/nazionale Legittimazione nazionale/internazionale
		• Festival tematici di prodotto • Festival tematici di argomento	Esterno - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale City Users - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale Interno - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale - Economico - Generalista - Istituzionale
	Promozione Posizionamento/Riposizionamento		
Sviluppo turistico			
	Destagionalizzazione Ampliamento tipologico dell'offerta Modificazione tipologica dell'offerta Ampliamento quantitativo dell'offerta Consolidamento quantitativo dell'offerta Infrastrutturazione connessa alla/e offerta/e		
Trasformazione del territorio			
	Servizi Recupero/Restauro Destinazione/Modifica Destinazione		
Sviluppo economico			
	Attrazione investimenti diretti Creazione impiego momentaneo/stagionale Valorizzazione/Formazione professionalità locali		
Valorizzazione del territorio			
	Patrimonio urbanistico Patrimonio storico-artistico Patrimonio ambientale Patrimonio paesaggistico Patrimonio Prodotti/Culture tipiche Patrimonio Popolare/Folclorico		
Finalità politico istituzionali			
	Ampliamento /consolidamento rapporti e relazioni Rilancio centralità regionale/nazionale Legittimazione nazionale/internazionale		
• Premi tematici di prodotto/argomento • Premi generici	Esterno - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale - (Generalista) Globale - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale - (Generalista) City Users - Generalista - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale Interno - Generalista - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale - Economico - Istituzionale Mediale - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale - (Generalista)		
			Promozione Rilancio Posizionamento/Riposizionamento
		Sviluppo turistico	
			Rilancio De-stagionalizzazione Diversificazione tipologica dell'offerta
		Valorizzazione del territorio	
			Patrimonio urbanistico Patrimonio storico-artistico (Patrimonio ambientale) (Patrimonio Prodotti/Culture tipiche) (Patrimonio Popolare/Folclorico)
		Finalità politico istituzionali	
			Ampliamento /consolidamento rapporti e relazioni Rilancio centralità regionale/nazionale Legittimazione nazionale/internazionale
		Sviluppo economico	
			Creazione impiego permanente Creazione impiego momentaneo/stagionale Valorizzazione professionalità locali
		Ricostituzione Identità locali	
			Riaffermazione valori Tradizione Determinazione nuovi equilibri valoriali
		• Esposizioni temporanee	Esterno - Specialistico - Di Nicchia - Vocazionale Interno - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale - Generalista - Istituzionale City Users - Di Nicchia - Specialistico - Vocazionale - Generalista
	Promozione Rilancio Posizionamento/Riposizionamento		
Valorizzazione del territorio			
	Patrimonio urbanistico Patrimonio storico-artistico Patrimonio ambientale Patrimonio paesaggistico		
Trasformazione del territorio			
	Recupero/Restauro Destinazione/Modifica Destinazione		
Sviluppo turistico			
	Modificazione tipologica dell'offerta Ampliamento quantitativo dell'offerta Rilancio		
Sviluppo economico			
	Creazione impiego momentaneo/stagionale		

Con la pandemia e i progetti di riqualificazione legati al PNRR, e la promozione a un turismo di prossimità a chilometro zero, questa attenzione ai processi culturali come tentativi di cambiamento e riqualificazione è indubbiamente aumentata (Friel 2021), come dimostrano i dati di TrovaFestival: tra il 2020 e il 2021 sono nate oltre 50 nuove manifestazioni in tutto il territorio, di cui il 20% in località con meno di 10.000 abitanti. Le formule adottate dai festival, intenzionalmente o meno, possono essere diverse: il coinvolgimento della comunità, per dar vita a nuove tradizioni; interventi artistici e di arte partecipata, come il fenomeno della street art, per dare una nuova immagine alla località; legare il nome della manifestazione a quello della propria città, per un nuovo posizionamento reputazionale; le manifestazioni itineranti, per esplorare il territorio e leggerlo in maniera integrata (Alonzo 2022).

Coinvolgimento della comunità. Si pensi ai festival nei piccoli borghi (Wood, Thomas 2009), spesso nati proprio dal bisogno di fronteggiare lo spopolamento con interventi che inneschino processi di riqualificazione e di interesse locale, dando quindi una motivazione agli abitanti per non abbandonare la zona. Il “Teatro Povero di Monticchiello” è un festival che si svolge nell'omonimo borgo, una frazione di Pienza, nato nel 1967: tutte le estati i cittadini portano e rappresentano in piazza le loro storie. In questo “autodramma” alcuni abitanti del borgo raccontano le loro difficoltà e speranze, in parallelo all'evoluzione della società, in un esercizio di consapevolezza, che ha dato identità e forza alla comunità, generazione dopo generazione (Alonzo, Ponte di Pino 2022b)⁵⁸.

Interventi artistici e di arte partecipata. Il fenomeno dei festival di street art non è recente, come dimostra la storia della “Biennale del Muro Dipinto di Dozza”⁵⁹, nata nel 1960, che ormai conta oltre 200 artisti esposti sui muri delle case del borgo, ma solo da poco più di un decennio è cambiata la tendenza di associare la street art a opere di arte contemporanea, prima etichettata invece come vandalismo o atto di protesta (Ciampi 2017). Sono molti i borghi dell'Appennino che si stanno colorando, dal Nord al Sud Italia, in un processo di co-creazione che vede la collaborazione tra artisti e cittadini e che dà vita a un'arte pubblica creata nella collettività per la comunità (Paltrinieri, Allegrini 2020). In questi festival gli abitanti sono coinvolti in prima persona, poiché mettono a disposizione i muri delle proprie case, che diventano tele per gli artisti. Una forma artistica che obbliga a riconsiderare gli scenari «ri-significando, ma anche sottolineando, il degrado dei luoghi interessati: come pratica di riappropriazione spaziale, impone riflessioni sulla sua genesi, sulle motivazioni sociali e comunicative e sui processi di intermediazione dei vari soggetti coinvolti

⁵⁸Per maggiori informazioni si veda: <https://teatropovero.it/>

⁵⁹Per maggiori informazioni si veda: <https://www.fondazioneдозza.it/muro-dipinto.html>

(artista, Istituzioni, cittadini singoli e associati)» (Ciampi 2017, pp. 677-678). Ne sono un esempio “Borgo Universo” ad Aielli⁶⁰ nella provincia dell'Aquila, nato nel 2019 come festival e poi diventato un museo a cielo aperto, o “CVTà Street Fest” a Civitacampomariano⁶¹, borgo di 341 abitanti sulla montagna molisana nella provincia di Campobasso, che nasce nel 2014 da un'idea dell'artista Alice Pasquini, alias AliCè.

Festival itineranti. In una prospettiva turistica, i festival possono offrire momenti di svago da combinare alla scoperta delle location dove l'evento si svolge. Tra le formule più innovative ci sono i festival itineranti, che si spostano tracciando nuovi percorsi o riscoprendo itinerari dimenticati. Come “Borgate dal Vivo”, festival letterario nato nel 2016 da un gruppo di giovani che finiti gli studi nelle grandi città hanno deciso di tornare alle proprie origini, in Val di Susa, per promuovere e valorizzare territori montani a rischio spopolamento⁶².

Posizionamento reputazionale. In un mondo sempre più globalizzato, le città e le località cercano di sviluppare un proprio *place branding* che sia funzionale al proprio posizionamento (Richards 2021b). In questo ambiente competitivo globale, le città cercano di sviluppare un efficace *place branding* per posizionarsi e intraprendono campagne di *place marketing* per far sapere al mondo dove si trovano e cosa rappresentano. Negli ultimi anni, i festival e gli eventi culturali sono spesso stati usati come elemento di *image making*, diventando un tassello importante per il posizionamento delle località (Quinn 2005; Getz 2013; Richards 2017), anche a livello reputazionale. Si vedano i casi diversissimi di località come Sanremo, il cui nome è inevitabilmente associato al “Festival della canzone italiana”, ribattezzato appunto “Festival di Sanremo”⁶³, o seppur diversissimo, il caso di “Santarcangelo Festival”, nato nel 1971 come “Festival Internazionale del Teatro in Piazza”, e anche lui poi ribattezzato⁶⁴, legando la manifestazione all'immagine della città: che ne rispecchia gli ideali e ne incentiva la realizzazione degli obiettivi, innescando una sinergia di lavoro e di promozione.

⁶⁰Per maggiori informazioni si veda: <https://borgouniverso.com/>

⁶¹Per maggiori informazioni si veda: <https://www.cvtastreetfest.it/>

⁶²Per maggiori informazioni si veda: <https://www.borgatedalvivo.it/>

⁶³Per maggiori informazioni si veda: <https://www.lamialiguria.it/>

⁶⁴Per maggiori informazioni si veda: <https://www.santarcangelofestival.com/>

4.3. I festival come ricostruzione delle identità locali (*Intangible Cultural Heritage*)

Il termine "patrimonio culturale" ha cambiato notevolmente contenuto negli ultimi decenni, anche grazie al lavoro dell'UNESCO. Il patrimonio culturale non comprende esclusivamente i monumenti e le collezioni artistiche e manifatturiere. Comprende anche le tradizioni o le espressioni viventi ereditate dagli antenati e quelle che verranno tramandate ai discendenti, come le tradizioni orali, le arti dello spettacolo, le pratiche sociali, rituali, gli eventi festivi, le conoscenze e le pratiche riguardanti la natura e l'universo o le conoscenze e abilità, il know-how, per la produzione artigianale. Questo patrimonio prende il nome di Patrimonio Culturale Intangibile, *Intangible Cultural Heritage* (ICH)⁶⁵. Si tratta di un passo importante verso la presa di consapevolezza dell'uguale dignità di tutte le culture e del riconoscimento della diversità delle arti come "Patrimonio Comune dell'Umanità" e del ruolo sociale degli artisti, già riconosciuto nella Convenzione UNESCO per la Protezione e Promozione della Diversità delle Espressioni Culturali del 2005 (Vicenti 2021)⁶⁶.

Questo cambio di paradigma ha implicato una nuova attenzione da parte dei territori alla valorizzazione del proprio patrimonio culturale, che ha trovato finalmente un nome e una rivalutazione degli elementi intangibili. Il turismo culturale ha allargato i propri orizzonti: non più solo i monumenti negli angoli più fotografati del mondo, ma ogni ricchezza culturale diventa motivo di pellegrinaggio e ammirazione turistica (Richards 2022). I festival culturali forniscono un esempio importante sia di patrimonio culturale immateriale sia di consumo culturale, volto alla creazione di capitale sociale. Secondo María José del Barrio, María Devesa e Luis César Herrero (2012) questo avviene per due motivi principali: i festival culturali sono un'esperienza positiva per chi vi partecipa, ma della quale non rimane nulla nel momento stesso in cui si è fruita. Il festival vive della sua immaterialità ed esperienzialità. L'altro motivo è che «even though many of these cultural events are designed for the performance of new or more avant-garde productions in the corresponding sector, what is true is that all of them draw on the specific cultural background of accumulated cultural capital» (del Barrio *et al* 2012, p. 236).

I festival innescano meccanismi di creazione di patrimonio dal basso, volti proprio allo stimolo del turismo culturale immateriale. Da un sondaggio dell'Eurobarometro⁶⁷, il 31% dei cittadini europei intervistati inserisce i festival tra le forme più frequenti di coinvolgimento con il patrimonio

⁶⁵Per maggiori informazioni si veda: <https://unesdoc.unesco.org/>

⁶⁶Per maggiori informazioni si veda: <https://www.unesco.beniculturali.it/convenzione-sulla-diversita-delle-espressioni-culturali-2005/>

⁶⁷European Commission: Cultural Heritage. Special Eurobarometer 466, Brussels, European Commission, 2017

culturale, insieme a visite a musei, concerti e altri siti storici e archeologici (Richards 2020).

Alcune manifestazioni nascono proprio con l'intento di valorizzare il patrimonio culturale immateriale, come i festival dedicati agli strumenti musicali tradizionali, per esempio i festival “Ocarina Delta Festival” sul Delta del Po⁶⁸ e il “Ocarina Festival” a Budrio in provincia di Bologna; o la fisarmonica, annualmente omaggiata dal “Premio Internazionale della Fisarmonica” a Castelfidardo⁶⁹, che si narra essere la patria di questo strumento. Altri festival hanno adottato delle formule itineranti con una programmazione pensata per far scoprire e valorizzare lo spazio, come lo “Sponz Fest” ideato da Vinicio Capossela nel 2013 in Irpinia, che segue il percorso di una ferrovia in disuso e fa inzuppare, o “sponzare”, in dialetto, nella musica e nelle storie dei luoghi che si attraversano chiunque vi partecipi; o “Microfestival”, iniziativa che connette diverse località di confine tra Italia, Austria e Slovenia con musica e performance⁷⁰.

Particolarmente interessante negli ultimi anni il fenomeno dei *microfestival*, spesso volti a supplire le mancanze culturali istituzionali, e che dunque offrono un servizio e occasioni di partecipazione alla popolazione, ma sono anche un attrattore turistico di prossimità, mettendo in relazione gli artisti, gli spettatori e i territori grazie a una dimensione partecipativa ravvicinata (Alonzo 2022).

Alcune città sono poi negli anni diventate cuore di determinati *know-how*.

Per esempio la Città di Milano, diventata nell'arco di un decennio promotrice di un modello festivaliero unico nel suo genere: il sistema delle “Week” e delle “City” direttamente gestito dal Comune di Milano che coordina le diverse manifestazioni culturali attraverso una agenda cittadina collettiva⁷¹. Questo modello si accosta al processo di *image maker*, che si discosta leggermente dal modello precedentemente esposto, in quanto nel caso di Milano l'idea nasce dall'operatività che ha distinto il capoluogo meneghino negli anni, rendendolo noto nel mondo per il suo *know-how*. Oggi la città è capitale italiana dell'editoria (Dubini 2018; Ponte di Pino 2021a), tanto da essere diventata Città UNESCO per la Letteratura; ma è anche capitale mondiale della moda, del design e dell'architettura. Per esaltare queste competenze vi sono manifestazioni ad hoc, il “Salone del Mobile”, storia fiera del mobile nato nel 1961⁷² e che dal 1980 ha invaso le strade della città con la sua alternativa formula del “Fuorisalone”⁷³; poi “BookCity” una manifestazione che nasce dal basso e «che ha messo in atto un dispositivo inclusivo e partecipativo» (Ponte di Pino 2021a, p. 357) che ha visto nell'edizione 2021 oltre 1.400 eventi gratuiti, proposti e prodotti da editori, associazioni,

⁶⁸Per maggiori informazioni si veda: <http://www.ocarinadelpo.it/>

⁶⁹Per maggiori informazioni si veda: <https://www.pifcastelfidardo.it/>

⁷⁰Per maggiori informazioni si veda: <https://www.facebook.com/microfestival.eu/>

⁷¹Per approfondimenti si veda: <https://www.yesmilano.it/>

⁷²Per maggiori informazioni si veda: <https://www.salonemilano.it/it>

⁷³Per maggiori informazioni si veda: <https://www.fuorisalone.it/>

fondazioni, università, occupando e invadendo oltre 260 e confermandosi in soli 10 anni come una pratica cittadina (Boeri 2021; Ponte di Pino 2021a). O le *fashion week*, che dal 1958 attirano operatori da tutto il mondo, con quattro appuntamenti annuali organizzati dalla Camera di Commercio per valorizzare la manifatturiera italiana⁷⁴. A partire da Expo 2015, a queste week se ne sono iniziate ad aggiungere molte altre e il Comune di Milano ha istituito il sistema YesMilano, un tentativo di coordinare e comunicare tramite un unico calendario una offerta culturale di livello internazionale, unica nel suo genere in Italia⁷⁵.

Ma, in un continuo processo di risemantizzazione che unisce le aspettative e la realtà, come sottolineato da Greg Richards, «the most successful places are those that improve their reality, rather than just their image. The shift from place marketing to placemaking is marked by a more holistic concern with improving peoples' lives rather than simply attracting tourists or investors» (2021, p. 36).

4.4. I festival come sviluppo culturale e creazione di comunità

In quanto occasioni di creazione di nuova identità, ritrovata socialità e consapevolezza, accrescendo il capitale culturale e cognitivo degli abitanti delle località nelle quali si svolgono, i festival culturali hanno anche una significativa funzione sociale e culturale (Bailey *et al* 2004; Small *et al* 2005; Wood 2005; Getz 2009; Quinn 2013; Tankova, Vassenska 2015; Richards 2017). Questa socialità è basata sulla partecipazione e condivisione delle esperienze e delle emozioni, che si configurano come possibile strumento di *community development*⁷⁶. Consente ai residenti di crearsi una nuova visione del luogo che abitano (Bailey *et al* 2004), migliorando la comprensione reciproca dei gruppi sociali, etnici, di età e culturali (Klaic *et al* 2002). Si attivano meccanismi di partecipazione, come teorizzato da Alberto Melucci (1991) e Nico Carpentier (2015), intesa come un atto politico. Putnam in relazione al consumo culturale suggerisce di «discover new ways to use the arts as a vehicle for convening diverse groups of fellow citizens» (Putnam 2000, p. 411).

Nel prossimo capitolo si entrerà nel dettaglio del concetto, ma a questo proposito non si può non accennare ai processi di *audience engagement* e *audience development* applicati ai festival, grazie

⁷⁴Per maggiori informazioni si veda: <https://www.cameramoda.it/it/milano-moda-donna/>

⁷⁵Per maggiori informazioni si veda: <https://www.yesmilano.it/>

⁷⁶Per maggiori informazioni si veda tra gli altri, Moolaert F. *et al* (2010), *Social Innovation: Collective action, social learning and transdisciplinary research*, Katarsis Final Report.

Sulla partecipazione civica e la creazione di cittadinanza attiva si veda Paltrinieri R. (a cura di) (2020), *Culture e pratiche di partecipazione. Collaborazione civica, rigenerazione urbana e costruzione di comunità*, FrancoAngeli, Milano; Paltrinieri R., Allegrini G. (2020), *Partecipazione, processi di immaginazione civica e sfera pubblica. I laboratori di quartiere e il bilancio partecipativo a Bologna*, FrancoAngeli, Milano.

infatti all'attenzione posta anche dalla Comunità Europea nel settennato 2012-2019 relativo alla cultura, il cui focus erano appunto i meccanismi di allargamento e consolidamento del nuovo pubblico nella fruizione culturale (Bollo 2018; Da Milano, Gariboldi 2019).

I festival possono essere uno strumento di *audience development*, innescando meccanismi di partecipazione e attivazione dei cittadini e delle comunità, come ha testimoniato negli il progetto Be SpectACTive! Innescando e attivando la partecipazione sin dalla fase di programmazione della manifestazione, come racconta Lluís Bonet:

Participatory programming implies a deliberative process. It specifically consists in selecting a number of performances, that will be presented to the regular audience of specific venues or festivals, by a group of audience members. In some cases, it could be a complete section of a festival or theatre season; in other cases, only a smaller selection of shows and performances. It is not the only participatory mechanism or practice close to the prosumer phenomenon existing in the field of live entertainment, nor in the case of the Be SpectACTive! project. But it is a pioneering strategy of a wave of new ways of bottom-up initiatives that is changing the traditional relationship between performing arts projects and their audiences (2018, p. 45).

Tra i capifila del progetto il festival “Kilowatt” di Sansepolcro, in provincia di Arezzo, che dal 2003 coinvolge un gruppo di abitanti del borgo, i Visionari, per la progettazione di una sezione del festival. Il modello si è espanso, arrivando oggi a coinvolgere numerose realtà in tutta Italia e in Europa, grazie a un progetto europeo che ne ha consentito lo sviluppo su scala internazionale (Bonet *et al* 2018).

Un ruolo importante per la crescita di spettatori consapevoli lo gioca la funzione dei volontari, elementi fondamentali anche per la realizzazione di molte manifestazioni (Lancini, Buday 2013).

Un caso su tutti, il “Festivaletteratura” di Mantova, che fin dalla sua prima edizione accoglie centinaia di volontari, in gran parte giovani e giovanissimi provenienti da tutta Italia, per collaborare al festival e partecipare da protagonisti alla cinque giorni letteraria (Francesconi 2021).

Una delle pratiche che aumentano la consapevolezza degli abitanti delle location in cui avvengono le manifestazioni è il *placemaking*, ovvero la trasformazione degli spazi pubblici per rafforzare le connessioni tra le persone e il luogo che abitano e vivono. Il *placemaking*, originariamente associato al lavoro dei sociologi e urbanisti Jane Jacobs e William Whyte nei contesti newyorchesi tra la fine degli anni Cinquanta e l'inizio degli anni Sessanta, è un processo incentrato sulle persone e sui loro bisogni, aspirazioni, desideri e visioni, che si basa fortemente sulla partecipazione della comunità (1961). Inizialmente associato all'architettura, negli anni Ottanta è stato applicato anche nell'ambito

degli eventi culturali, con la crescente necessità per le città e le regioni di profilarsi e attirare l'attenzione e gli investimenti interni in seguito alla ristrutturazione economica e al riposizionamento urbano. Sulla scia di Henri Lefebvre (2018 [1974]) che delineava la necessità di considerare non solo lo spazio fisico, ma anche l'esperienza vissuta e lo spazio immaginato o simbolico della città. Uno dei primi esempi in questa direzione è l'edizione del 1992 delle Olimpiadi, in cui l'83% del budget è stato investito in progetti di sviluppo fisico (García *et al* 2013), in cui le dimensioni del *placemaking* erano importanti nell'economia simbolica delineata da Scott Lash, John Urry (1991). Sebbene molte grandi manifestazioni abbiano sviluppato anche programmi sociali e culturali nel tentativo di coinvolgere le comunità locali nei processi di rigenerazione, quando si associa un festival culturale al concetto di *placemaking* si fa solitamente riferimento agli aspetti fisici e spaziali dei luoghi (García *et al* 2013; Richards 2017). Invece gli eventi svolgono una funzione centrale nei processi di *placemaking* perché generano "cultura urbana liquida" che è in grado di cambiare il sistema nei contesti (Wynn 2016) e dare nuovo significato ai luoghi. Ma per far sì che l'effetto *placemaking* funzioni, i nuovi significati e la creatività impiegata deve travalicare la manifestazione e integrarsi ai bisogni degli abitanti che vivono quei luoghi, entrando nella quotidianità (Richards 2017). Per far sì che ciò accada, il patrimonio culturale diventa un perno indispensabile:

In the placemaking process heritage becomes far more than just a resource to be conserved or sold. It become the essential inspiration for the creation of new meanings that can engage both residents and visitors. [...] Building such programmes requires new ways of thinking about heritage and the connections with contemporary society. In particular, it involves a shift away from the idea of marketing heritage to tourists, and towards a wider concept of placemaking that uses physical, intangible and symbolic heritage resources for the benefit of all (Richards 2020, p. 9-10).

4.5. I festival come leva turistica ed economica

Tra le funzioni delle manifestazioni culturali quella economica è la più facilmente misurabile e comprensibile e giustificabile in termini di ritorno dell'investimento a potenziali *stakeholder*:

Even though cultural festivals are perceived as an expression of immaterial cultural heritage, they also feature a number of tangible elements in terms of consumption and activities linked to their planning, as well as a related economic impact, basically resulting from tourist and attendee spending. Firstly, organising this type of event usually implies the existence of some kind of fairly complex institution,

whose aim may be confined to supplying specific cultural production, but which also tends to seek other complementary goals such as promoting the city, aiding the development of the local cultural sector, or even the official recognition of the institution itself (del Barrio et al 2012, p. 236)⁷⁷.

In Italia gli studi sugli impatti economici degli eventi culturali hanno interessato soprattutto l'ambito turistico, basandosi sulla facile deduzione che riescono ad attrarre in un determinato territorio migliaia di visitatori, spesso facoltosi o con buone capacità di spesa (Guerzoni 2008; Getz 2009). Nonostante gli studi puntuali su determinati casi studio vengano condotti già da decenni (Vaughan 1979; Frey 1994; Galeotti 1992), in Italia, oltre alle Olimpiadi torinesi nel 2006 che hanno visto una analisi *desk*, il primo a compiere una indagine d'impatto economico su un festival culturale è stato nel 2008 Guido Guerzoni, docente all'Università Bocconi di Milano, in collaborazione con il "Festival della Mente" di Sarzana. Tra i dati più interessanti ci sono le spese nelle strutture alberghiere della città, pari a 478.536 euro; le spese per il trasporto, pari a 462.483 euro; le spese per il vitto 637.487 euro; e ancora oltre 152.000 euro in spesa di beni locali, come souvenir enogastronomici o prodotti artigianali (Guerzoni 2008). Anche nell'analisi di Giorgio Calcagnini e Francesca Maria Cesaroni del 2011 sull'impatto del ROF, "Rossini Opera Festival" nell'economia di Pesaro, dove si svolge il festival, mostra una spesa aggregata di circa undici milioni di euro: «le due principali categorie di spesa sono rappresentate dalle spese per bar e ristoranti, e dalle spese di alloggio (alberghi, appartamenti, ecc.). Nell'insieme queste due categorie di spesa sono valutabili in circa 8,2 milioni di euro e, nel complesso, pesano per più del 75% della spesa aggregata complessiva. [...] Considerando che il bilancio della Fondazione Rossini Opera Festival, sempre nel 2011, è stato di poco superiore ai 5 milioni di euro, dall'analisi effettuata risulta che il ROF è in grado di attivare risorse all'interno del processo produttivo locale pari a circa 2 volte le risorse disponibili» (p. 22-23). Questi dati, che non tengono conto di altri servizi e altre attività che nascono e si sviluppano in concomitanza dei festival, mostrano l'importanza dei festival per i territori. Secondo i dati raccolti da Impresa Cultura Italia-Confcommercio, il nuovo organismo di coordinamento delle imprese culturali e creative promosso da Confcommercio e Agis, nel 2018 i festival culturali italiani hanno generato una spesa di gestione pari a 23,9 milioni di euro, che ha innescato 41,2 milioni di produzione e 18,9 milioni di valore aggiunto. Prendendo in considerazione solo gli ambiti del cinema e dello spettacolo dal vivo (arte, danza, musica, teatro), ogni euro speso nella gestione organizzativa genera 1,7 euro di produzione di beni sul territorio e 2,4 euro di valore

⁷⁷Per approfondimenti sugli *stakeholder* negli eventi culturali si veda, tra gli altri, a Getz D. (2007), *Event Studies. Theory, research and policy for planned events*, Elsevier, Oxford; Maussier B. (2010), *Festival management e destinazione turistica*, Hoepli, Milano; Argano L. (2012), *Manuale di progettazione della cultura*, FrancoAngeli, Milano.

aggiunto. Analizzando l'indotto del comparto culturale, sempre in base ai dati della Confcommercio, la spesa media del pubblico, oltre al biglietto di ingresso, è di 53 euro a persona che si traduce in 5,3 miliardi di euro in beni e servizi e in 15,5 miliardi di euro di indotto a livello territoriale e 99.000 unità di lavoro (fonte: analisi Impresa Cultura Italia-Confcommercio, 2018)⁷⁸. Il numero di lavoratori risulta particolarmente significativo: ormai si sa che la cultura genera il 16% del PIL nazionale, ma troppo spesso le parole “cultura” e “lavoro” faticano a stare nella stessa frase⁷⁹. Con la pandemia i lavoratori della cultura e del turismo sono stati i più duramente colpiti e si è finalmente acceso il dibattito portando alla luce un fenomeno mai preso in considerazione neanche dalle istituzioni. I numeri riportati dal BES nel rapporto 2021 parlano di una perdita relativa del -6,7% tra il 2019 e il 2021, ovvero 55mila unità, una contrazione più che doppia rispetto a quella del complesso degli occupati (-2,4%) del settore culturale⁸⁰, ma ci si può assicurare confrontando la situazione italiana con quella globale. Secondo il Report *Unesco Re /Shaping Policies for Creativity*, «According to initial estimates, the global Gross Value Added in the cultural and creative industries contracted by US\$750 billion in 2020, and at least 10 million jobs were lost. In the countries for which data are available, the revenue of the cultural and creative industries decreased by between 20% and 40% in 2020, and cultural and creative industries generally performed worse than their national economies» (2022, p. 33)⁸¹.

Due tra le indagini condotte da TrovaFestival si sono focalizzate sul rapporto tra la manifestazione e il territorio in cui svolge. La prima è stata condotta a fine 2019, con 106 festival rispondenti. Alla seconda, lanciata a fine 2021 hanno risposto 104 festival, con quesiti focalizzati sulle differenze tra il pre e il post-pandemia (Alonzo, Ponte di Pino 2022a).

Confrontando i dati emersi dai due questionari, rispetto al 2019, si riscontra nel 2021 una diminuzione di oltre il 40% dei lavoratori assunti dai festival, di cui 24,5% a tempo pieno e 16,0% part-time, a fronte di un aumento di circa il 170% tra collaboratori esterni (+49,7%), stagisti (96,7%) e volontari a titolo gratuito (+31,1%), come riportato in Tab.3.

	2019	2021	Variazione %
Stabile (tempo pieno)	318	240	-24,5%
Stabile (part-time)	295	245	-16,0%

⁷⁸Report 2018, Impresa Cultura Italia – Confcommercio.

⁷⁹A questo proposito si rimanda a Gallina M., Monti L., Ponte di Pino O. (2018), *Attore...ma di lavoro cosa fai? Occupazione, diritti, welfare nello spettacolo dal vivo*, FrancoAngeli, Milano, sulle forme di lavoro nel sistema culturale del paese, il cui titolo riprende provocatoriamente la domanda che purtroppo molti artisti si sentono ancora rivolgere; e a Taormina A. (2021), *Lavoro culturale e occupazione*, FrancoAngeli, Milano, una raccolta di esperti che restituisce riflessioni sull'evoluzione del lavoro culturale.

⁸⁰Rapporto BES 2021. Per approfondimenti si veda: <https://www.istat.it/it/files//2022/04/9.pdf>

⁸¹Per approfondimenti si veda: <https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en>

Collaboratori esterni	717	1073	49,7%
Stagisti	184	362	96,7%
Volontari	2289	3000	31,1%

Tab.3 - Variazione lavoratori nei festival tra il 2019 e il 2020. Elaborazione propria.

Anche AFIC, l'Associazione Festival Italiani di Cinema, riscontra una situazione analoga, come emerge dal questionario “Spazio Festival. Quali nuovi territori” lanciato nel 2021: «Se solo 13 festival sul campione di 72 dichiara di avere tra i propri collaboratori dei dipendenti a tempo determinato e sono solo in 7 ad averne a tempo indeterminato, l'83,3% del campione offre compensi a ritenuta d'acconto e il 72,2% si affida a lavoratori autonomi a partita IVA. Resta ancora molto alta la percentuale di collaboratori volontari a titolo gratuito (come dichiarato da oltre il 60% dei partecipanti al questionario)»⁸²(Rapporto 2022, p. 52).

Nella maggior parte dei festival rispondenti al sondaggio di TrovaFestival, il personale è locale. Nel 2019, 80 festival hanno dichiarato che oltre il 50% dei lavoratori proviene dal territorio in cui si svolge la manifestazione, mentre nel 2021 il numero di festival è sceso a 71. Sale da 11 a 20 festival la fascia 25%-50%, così come quella da 10% -25%. Scende solo di un'unità, da 5 a 4 la fascia <10%, mentre nel 2021 nemmeno un festival dichiara che “Nessuno proviene dal territorio in cui si svolge il festival”, come da Tab.4.

È forse evidente la centralità dei settori festivaliero e culturale per la filiera turistica, sia come attrattore di nuovo pubblico sia per le ricadute di *brand image* in un'ottica di marketing esperienziale, che continua a vedere il pubblico come un cliente alla ricerca della soddisfazione di nuovi bisogni.

	2019	2021
Nessuno proviene dal territorio in cui si svolge il festival	2	0
<10%	5	4
10% - 25%	4	7
25% - 50%	11	20
>50%	80	71

Tab.4 - Numero di festival con personale proveniente dal territorio in cui si svolge la manifestazione. Elaborazione propria.

Nonostante questi numeri dimostrino l'importanza dei festival, per lo meno da un punto di vista

⁸²AFIC (2022), “Spazio Festival. Quali nuovi territori?”, p. 52.

economico, l'esponenziale nascita di nuove manifestazioni culturali in Italia non ha però corrisposto a una presa di consapevolezza da parte dei soggetti coinvolti sia da parte della politica sia dell'amministrazione. I festival vengono in genere considerati un sottosectore all'interno di settori e discipline specifici: questo ha determinato negli anni una mancanza di visione di insieme, necessariamente trasversale agli ambiti culturale, sociale, turistico ed economico. Così come le forme di rappresentanza sono frammentate e scarsamente efficaci, se non per sostenere i soggetti affiliati (Alonzo 2021).

Oltre alle differenze tra i vari settori e ambiti, anche al loro interno le differenze sono significative: per obiettivi, modalità operative, dimensione (budget e incassi, numero spettatori, numero eventi). Non è un processo facile, ma «Le istituzioni locali dovrebbero perciò affiancare e sostenere progetti che svolgono un attento lavoro sul territorio per registrarne i cambiamenti che ne derivano, non dal punto di vista dello sviluppo della piccola economia del luogo, ma da quello più importante della consapevolezza degli individui. Interagire e costruire insieme, intrecciando competenze ed esperienze potrebbe portare a un ulteriore sviluppo di quel territorio e a una maggiore coesione fra i cittadini con nuove possibilità e prospettive del vivere» (Bianco *et al* 2021, p. 69).

5. La cittadinanza attiva

5.1. La cittadinanza attiva

Due scuole di pensiero trovano nella partecipazione del pubblico e nell'ingaggio civico un punto di contatto. Da un lato la cittadinanza attiva e dall'altro l'idea di welfare culturale. Giovanni Moro, nel volume *Cittadinanza attiva e qualità della democrazia* (2013), riprendendo il suo precedente *Azione civica* (2005), traccia le linee del fenomeno politico delle organizzazioni di cittadinanza attiva.

L'espressione "cittadinanza attiva" è composta da due parole.

La cittadinanza si riferisce tradizionalmente a un insieme di pratiche politiche che coinvolgono specifici diritti e doveri pubblici in una comunità politica data. Per Moro «la cittadinanza opera come un incrocio, ossia come luogo in cui dimensioni rilevanti della vita delle società contemporanee si incontrano. La cittadinanza è, infatti, il luogo in cui le dimensioni istituzionale e sociale, individuale e collettiva o comunitaria entrano in contatto, interagiscono e si fondono» (p. 31).

Riprendendo Richard Bellamy, i cittadini sono i componenti le cui azioni danno forma alla vita

collettiva di una comunità politica che, a sua volta, riflette ciò che i cittadini sentono e fanno. La più importante forma di azione è il voto, che implica una uguaglianza nella scelta della propria rappresentanza: «Cittadinanza è una condizione di eguaglianza civica. Essa consiste nell'appartenenza a una comunità politica dove tutti i cittadini possono determinare la condizione della cooperazione sociale su una base di eguaglianza» (Bellamy 2008, p.17 in Moro, p. 46). La cittadinanza non è quindi solo uno status giuridico, ma anche un processo sociale, culturale, politico e istituzionale, che secondo Bellamy si basa su diversi componenti:

1) Appartenenza (*membership*). Distingue chi è e chi non è cittadino, quindi chi fa «parte della comunità politica, ossia di un gruppo che esiste con riferimento a un sistema di istituzioni, norme, valori, consuetudini, che presiedono alla vita collettiva» (Moro 2013, p. 47). L'appartenenza ha due aspetti, una parte cognitiva, centrata sul concetto di identità, ovvero “sentirsi” cittadini; quindi, “sentirsi” parte di una comunità i cui membri condividono lo stesso sentimento di appartenenza; la seconda faccia è quella materiale: l'appartenenza è sancita da documenti che attestano la *membership*. Per uno Stato può essere la carta d'identità o il passaporto (Moro 2013).

2) Diritti. Parafrasando Hannah Arendt (2016 [1958]) essere cittadini implica il “diritto ad avere diritti”, infatti: «un cittadino è qualcuno a cui è attribuito un insieme di diritti riconosciuti dalla comunità politica e protetti dalle istituzioni dello Stato» (Moro 2013, p. 50). Quindi si tratta di una prerogativa individuale che all'interno di una comunità assume connotati e dimensioni collettive, perché consente agli individui di vivere la propria vita secondo le proprie scelte.

3) Partecipazione. È il meccanismo attraverso il quale si fanno riconoscere i propri diritti e si dà forma alla vita collettiva. Partecipare ha una stretta connotazione politica, in quanto implica l'agire in modo da promuovere gli interessi e i bisogni di un singolo che si identifica con una comunità (Melucci 1989; Carpentier 2015). Ritornando a Giovanni Moro, la meccanica della partecipazione politica avviene tramite la rappresentanza, ovvero «la relazione in forza della quale qualcuno (il rappresentante) parla e agisce per conto di qualcun altro (il rappresentato), rendendolo presente» (Moro 2013, p. 53) è un elemento fondamentale, che fa sì che le persone siano incluse nel processo politico e che si possa attuare la cittadinanza.

Il concetto di cittadinanza è stato rilanciato con il passaggio dalle società tradizionali alla modernità e dalle sfide che l'hanno e la caratterizzano: la globalizzazione, l'identità e l'ambiguità tra pubblico e privato (Beck 2013 [1986]; Giddens 1991; Bauman 2011a [1999]; Moro 2013). È quella che Ulrich

Beck definisce “modernità riflessiva”, in quanto «si fa tema e problema di sé stesso» (2013 [1986], p. 26), dove emerge una «nuova cultura politica, nella quale centri eterogenei della sub politica, in virtù di un esercizio effettivo dei diritti costituzionali, influenzano il processo di formazione ed applicazione delle decisioni politiche» (ivi, p. 270): in questi momenti storici, i movimenti politici fanno spazio a movimenti “post-politici”, nella definizione di Alberto Melucci (1984), meno ideologizzati, che hanno l’obiettivo di rovesciare i codici dominanti e dare nuovo significato a tempo e spazio. Le trasformazioni hanno non solo ricadute politiche, ma anche sociali. Nella nuova cultura politica la conoscenza assume un ruolo centrale (Beck 2013 [1986]; Melucci 1998), che trova attuazione da un lato in nuovi sistemi di *governance globale* e dall’altro con il crescente ruolo dei cittadini, che diventano attori e partecipi del cambiamento in un agire collettivo (Beck 2013 [1986]; Paltrinieri 2012; Moro 2013).

La società perde le proprie narrative di riferimento e si fa spazio il rischio (Beck 2013 [1986]) e l’incertezza (Bauman 2011a [1999]), in cui si ha sempre meno fiducia nei poteri forti e nelle istituzioni, emerge una nuova concezione di fiducia, intesa come cognizione attiva di conoscibilità, impegno e partecipazione (Giddens 1991). Trovano spazio “nuove cittadinanze”, caratterizzate da «un indiscutibile grado di realtà perché mobilitano persone e gruppi, suscitano l’attenzione dell’opinione pubblica e dei media, inducono a varare leggi, comportano l’investimento di risorse economiche e materiali pubbliche e private, in una parola producono sensibili alterazioni nella realtà» (Moro p. 64). Tra queste nuove cittadinanze emergenti, la “cittadinanza attiva” è determinata da una «molteplicità di forme organizzative attraverso le quali i cittadini agiscono non come elettori ma come attori del policy making» (Moro p. 69), assumendosi così un ruolo di responsabilità all’interno della società e supplendo al deficit della democrazia contemporanea (Eriksson, Stephensen 2015).

Il binomio “cittadinanza attiva”, come sottolinea Moro, è diventato un termine ombrello che è per i più, specialmente gli amministratori e i *practitioner*, una aspirazione o un auspicio per i risultati della propria progettualità (Moro 2013). Dare una definizione univoca è complesso: lo stesso Moro lo arricchisce di significati, passando da «liberazione del cittadino da una condizione di sudditanza, che permane e diventa anzi più stridente malgrado i passi avanti nella storia della democrazia, una condizione di sovranità effettiva, concreta e percepibile come parte dell’identità degli individui nelle società contemporanee» (ivi, p. 20) a una «pratica di cittadinanza che consiste in una molteplicità di forme organizzative e di azioni collettive volte a implementare diritti, curare beni comuni e/o sostenere soggetti in condizioni di debolezza attraverso l’esercizio di poteri e responsabilità nel *policy making*» (ivi, p. 28), fino alla più generica definizione di «fenomeno

organizzativo composto da cittadini non previsto, non riconducibile alle forme tradizionali, che ha come campo di azione la trattazione di problemi di pubblico rilievo e che ha un tale impatto da non poter essere ignorato, ma che nello stesso tempo è difficilmente definibile» (ivi, p. 79).

Nella prospettiva della sociologia americana, il concetto di cittadinanza attiva assume il connotato generico di “pratica sociale”. Partendo dal concetto di scena di Goffman, ovvero la «definizione di cosa sta succedendo in una specifica situazione implicitamente condivisa tra i suoi partecipanti» (Citroni 2022, p. 25), Paul Lichterman e Nina Eliasoph definiscono come *group style* i «recurrent patterns of interaction that arise from members’ shared assumptions about what constitutes good or adequate participation in the group setting» (2014, pp. 813-814). I sociologi americani riassumono in tre elementi la definizione:

One is a collectivity’s implicitly shared map of reference points in the wider world— other groups, individuals, social categories—in relation to which participants draw their group’s boundaries in the setting. Another is its group bonds or shared assumptions about obligations between members in the setting. The third is the speech norms, or shared assumptions about the appropriate speech genres for a setting and the appropriate emotional tones to display there (ivi).

La cittadinanza attiva è solo uno dei possibili «stili di scena», ovvero un modello ricorrente di interazione praticato «a seconda della scena o situazione di volta in volta considerata» (Citroni 2022, p. 25). La cittadinanza attiva diventa un nuovo modo di percepire le proprie prerogative e il proprio ruolo nella gestione dei problemi pubblici da parte degli individui, incoraggiando la discussione e la riflessione (Citroni 2022). Gruppi di cittadini che decidono di mettersi insieme per perseguire un obiettivo condiviso, supplendo alla perdita di autorevolezza ed efficacia dei centri politici, dunque si impegnano in una organizzazione civica, e diventano attori civici e membri di qualcosa di più grande (Lichterman, Eliasoph 2014).

Nella accezione alla quale ci si riferisce in questo contesto di ricerca, la cittadinanza attiva è la presa di consapevolezza del proprio ruolo e delle proprie possibili azioni in un determinato ambito della società. I cittadini si trovano immersi in politiche pubbliche (Moro, Sorice 2022) che toccano direttamente le loro vite e le questioni di interesse comune. È quella che Michele Micheletti definisce *l'azione collettiva individualizzata*: «un’azione stimolata e creata dai cittadini» (2010, p. 49), quindi un momento collettivo che celebra ed esalta l'individuo (Raffini, Pirni 2019), che si differenzia dall'azione collettiva collettivistica, che invece, basandosi su processi consolidati, è

organizzata tramite una rappresentanza ai leader delle organizzazioni territoriali locali. Invece l'azione collettiva individualizzata implica da parte dell'individuo una presa di "responsabilità, auto-riflessività e attivismo quotidiano" (Paltrinieri 2012; Paltrinieri, Allegrini 2020).

Moro puntualizza che, in primo luogo, a differenza della coscienza di classe, la cittadinanza attiva non nasce dall'esterno (2013). Non è uno stile associativo, come invece ripreso dalla sociologia americana (Citroni 2015; 2022), ma una attitudine che esprime il significato politico dell'attivismo civico, che comporta la partecipazione intesa come «il concorso dei cittadini alla definizione, alla messa in opera e alla valutazione di finalità, standard, regole di convivenza e cooperazione, mobilitazione di risorse su questioni di interesse generale, attraverso una molteplicità di forme, procedure e modalità operative di carattere collettivo, che consistono nell'esercizio di poteri nella scena pubblica e nei conflitti che in essa hanno luogo» (Moro, Sorice 2022, pp. 23-24). In secondo luogo, il concetto di cittadinanza attiva non ha accezione morale, quindi non tutti i cittadini sono attivi ed è comunque legittimo essere "passivi" o meglio non impegnati in organizzazioni civiche. La cittadinanza attiva non determina uno status sociale, ma connota un impegno nella società (Moro 2013). Nella società della partecipazione (Bauman 2016) è un termine sempre più usato e, di conseguenza, richiesto dai cittadini stessi - per esempio nel corso dei processi o delle decisioni che li riguardano (Eriksson, Stephensen 2015).

5.1.1. Ruolo, potere e significato della cittadinanza attiva

La cittadinanza attiva tutela i diritti, cura i beni comuni e/o sostiene e promuove l'*empowerment*. Nel dettaglio questi tre elementi sono:

1) Tutela dei diritti. Il tema riguarda, oltre che il campo giurisdizionale, anche le *policies*, perché l'amministrazione non basta ad attuare le politiche necessarie per rendere effettivi i diritti dei cittadini, per mancanza di risorse, energie e poteri (Moro 2013). In questo campo la cittadinanza attiva è particolarmente rilevante.

2) Cura dei beni comuni. Per Carlo Donolo «i beni comuni sono beni che una società – per molti versi ormai il sistema-mondo – detiene in comune. I beni pubblici o comuni sono una classe di beni che si presentano nell'esperienza sociale come presupposti di ogni forma di agire e insieme come esiti – voluti e non voluti – dell'interazione tra attori» (1997, p. 20). O come incisivamente li

definisce Gregorio Arena, presidente di Labsus, il webzine online che si occupa di sussidiarietà, «i beni comuni sono quei beni che se arricchiti arricchiscono tutti, se impoveriti impoveriscono tutti» (2015)⁸³, quindi sono beni che possono essere usati da tutti i cittadini in quanto nessuno ne detiene l'esclusiva, come «i fiumi i torrenti e le loro sorgenti; i laghi e le altre acque; l'aria; i parchi come definiti dalla legge, le foreste e le zone boschive; le zone montane di alta quota, i ghiacciai e le nevi perenni; i lidi e i tratti di costa dichiarati riserva ambientale; la fauna selvatica e la flora tutelata; i beni archeologici, culturali, ambientali e le altre zone paesaggistiche tutelate»⁸⁴ e che «esprimono utilità funzionali all'esercizio dei diritti fondamentali e al libero sviluppo delle persone e dei quali, perciò, la legge deve garantire in ogni caso la fruizione collettiva, diretta e da parte di tutti, anche in favore delle generazioni future» (2007).

Due anni dopo Elinor Ostrom, prima donna a vincere il Premio Nobel per l'economia nel 2009 a partire anche dai suoi studi sulla capacità di autogoverno delle società locali e sulla regolazione dei beni comuni, rilancia il concetto di *commons* e lo attualizza (1990). Per la politologa americana i *commons* (beni comuni) sono quegli spazi e quelle risorse della collettività gestite da una comunità locale, sulla base di sistemi di regole conosciute e accettate dai membri della comunità (Vitale 2010).

Per il sociologo Pierpaolo Donati tra i beni comuni vanno annoverati anche i beni relazionali, ovvero quei beni che «può essere prodotto e fruito soltanto assieme da coloro i quali ne sono, appunto, gli stessi produttori e fruitori, tramite le relazioni che connettono i soggetti coinvolti: il bene è dunque detto relazionale per il fatto che è (“sta nella”) relazione» (1997), tuttavia questo accade solo nel caso esista un capitale sociale in un rapporto circolare e interdependente (2019). I beni relazionali si caratterizzano per due peculiarità: non possono essere goduti da soli, in quanto appunto generati dalle interazioni tra le persone; inoltre è difficile separare la produzione dal consumo del bene relazionale «poiché naturalmente coincidono. In questo senso, il contributo alla loro produzione assume tipicamente la forma di un problema di cooperazione, e il loro valore dipende dall'orientamento sociale dei soggetti coinvolti [...] esistono infatti contesti preferenziali per la loro produzione, per la natura delle interazioni specifiche che li caratterizzano. La maggior parte delle attività culturali sono certamente una di queste, in quanto comportano la presenza simultanea di molte persone che generalmente sono spinte da una motivazione intrinseca a partecipare» (Tavano Blessi *et al* 2014, p. 35)

Per Moro questo è un elemento importante per la definizione di “bene comune”, perché «mentre la

⁸³Per approfondimenti si veda: <https://www.labsus.org/>

⁸⁴ Definizione nella proposta di legge (art1.3c) dalla Commissione sui beni pubblici presieduta da Stefano Rodotà il 14 giugno 2007. Per approfondimenti si veda: https://www.giustizia.it/giustizia/it/mg_1_12_1.page?contentId=SPS47624&previousPage=mg_1_12_1

produzione e la cura dei beni comuni non sono ovviamente ruoli esclusivi delle organizzazioni civiche, secondo numerosi studiosi la produzione di beni relazionali di tipo collettivo ne è invece una caratteristica distintiva» (2013, p. 106) e costituisce dunque un elemento peculiare delle organizzazioni civiche.

3) Empowerment. È il processo attraverso il quale un soggetto si emancipa passando da una condizione di debolezza o subalternità alla capacità di saper esercitare le proprie prerogative (Rubin, Rubin 2001; Moro 2013). Secondo Giovanni Moro l'*empowerment* è costitutivo di due elementi: uno quantitativo, perché se a una manifestazione partecipano dieci persone è diverso che se ne partecipano mille; e uno organizzativo, relativo al fatto che la cittadinanza attiva è un fenomeno organizzativo (2013). È la conquista della consapevolezza attraverso l'appropriazione della propria memoria collettiva, delle proprie «abilità e forza che i cittadini possono prendere il controllo del proprio destino» (ivi, p. 108).

Il potere viene spartito e rivendicato dalla cittadinanza, che diventa consapevole del proprio ruolo e dei propri diritti, proponendo azioni politiche volte al cambiamento per il miglioramento della società e dei beni comuni. Moro identifica i poteri di cui dispongono le organizzazioni di cittadinanza attiva: produrre informazioni e interpretazioni sulla realtà; cambiare le coscienze usando i simboli; rendere le istituzioni efficaci; cambiare le situazioni; dare legittimazione sociale a soggetti, atti e programmi pubblici.

Il ruolo della cittadinanza attiva e il potere che può assumere nei contesti in cui si genera possono avere diversi significati: prima di tutto può avere un significato operativo, passando dal *government* alla *governance* (ivi), ovvero l'insieme dei principi e delle procedure per la gestione dei fenomeni complessi, come società, enti, istituzioni, con ricadute sociali. Poi può assumere un ruolo politico, passando dalla politica (*politics*) alle politiche (*policy*), o “una sub-politicizzazione della società” per usare le parole di Beck (2000), ovvero contribuire all'insieme dei programmi che una autorità istituzionale vara per fronteggiare un problema di pubblico interesse, prendendo in considerazione gli *output*, gli *outcome* e gli impatti sulla realtà nel suo complesso. In questo caso, la cittadinanza attiva diventa un attore delle politiche pubbliche, in grado di influire sul loro corso e sui loro impatti nella realtà. Infine vi è un significato costituzionale, quello della sussidiarietà, sancita appunto dall'articolo 118 della Costituzione (introdotto con la l. cost. n. 3/2001⁸⁵) che recita «Stato, Regioni,

⁸⁵Per approfondimenti si veda: https://www.senato.it/leg18/1025?sezione=136&articolo_numero_articolo=117

Città metropolitane, Province e Comuni favoriscono l'autonoma iniziativa dei cittadini, singoli e associati, per lo svolgimento di attività di interesse generale, sulla base del principio di sussidiarietà». Una sussidiarietà verticale, in cui appunto c'è un intervento da parte delle istituzioni nei confronti di chi è in difficoltà. Ma Giuseppe Cotturri allarga l'orizzonte, teorizzando una sussidiarietà circolare (2001), ovvero in «quella che si può definire sfera pubblica di socialità - uso questa espressione per dire stato e società come insieme indivisibile - è quindi il prodotto di una circolarità virtuosa [...] sussidiario è ciascun intervento rispetto all'altro, quello dell'azione pubblica delegata a istituzioni rappresentative, e quello dell'azione pubblica agita direttamente da iniziative sociali auto – organizzate» (2001, pp. 128-129). Le istituzioni sono dunque chiamate a valorizzare il contributo dei cittadini nel momento in cui ha una ricaduta nell'interesse generale (Moro 2013). Il principio è già implicitamente presente nei primi tre articoli della Costituzione (Cotturri 2021⁸⁶), dimostrando come le associazioni civiche siano elemento di democrazia in cui l'educazione e la formazione assumono un ruolo cruciale: «osservare l'attivazione e l'impegno dei cittadini da questa angolazione permette di ripensare la responsabilità da individuale a condivisa basata su fiducia e reciprocità, la quale, ad un livello “macro” può tradursi in forme di governance collaborativa» (Paltrinieri, Allegrini 2020, p. 25).

5.2. I tre capitali: culturale, umano, sociale

Diverse discussioni politiche hanno considerato la partecipazione alle attività artistiche e culturali come uno strumento per raggiungere obiettivi di politica sociale più ampi, come l'inclusione sociale o la cittadinanza attiva. Diverse ricerche hanno messo in relazione le pratiche culturali con la partecipazione civica (Jeannotte 2003; Stern, Siffert 2009; Campagna *et al* 2020). Prima di addentrarsi in questo discorso, è utile riprendere brevemente le tre definizioni che vengono spesso sottintese da questa analisi: capitale culturale, capitale umano e capitale sociale.

Partendo dalle teorie di Theodore Schultz (1971), secondo l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OECD) il capitale umano è l'insieme delle «knowledge and skills, derived from education, training and experience, represent some of our most valuable resources. [...] For

⁸⁶Per approfondimenti sul tema della sussidiarietà si veda Cotturri G. (2021), *La sussidiarietà circolare cittadini/istituzioni*, CRS in OpenSource: https://centroriformastato.it/wp-content/uploads/2021/04/Giuseppe-Cotturri_La-sussidiarieta-circolare-cittadiniistituzioni.pdf «l'art. 1 indica che la sovranità appartiene al popolo (non ai partiti); la manifestazione piena e matura di essa è dunque conseguente alla crescita di individui in formazioni sociali libere; all'art.2 diritti inviolabili pertanto sono riconosciuti e garantiti a persone e formazioni sociali, mentre è richiesto a ciascuno l'adempimento di “imprescindibili” doveri di solidarietà; affinché questo abbia effettività la Repubblica, all'art.3, non solo riconosce tutti eguali davanti alla legge ma si impegna a “rimuovere gli ostacoli di fatto” alla possibilità che tutti concorrano alla organizzazione economica politica e sociale del paese» (p. 1-2).

individuals, investment in human capital provides an economic return, increasing both employment rates and earnings» (Report 2001, p.3). Il “capitale umano” che da un lato include processi e azioni tesi al miglioramento individuale in termini di salute, felicità, prospettive lavorative (come il miglioramento delle proprie *soft skills*) ed educative della prossima generazione; e dall'altro tende a una maggiore partecipazione civica, per esempio con azioni di volontariato e di beneficenza (OECD 2001; Jeannotte 2003).

Secondo il sociologo Robert Putnam una ricca vita sociale e civica non solo porta dei benefici in termini di salute, felicità e prospettive al singolo individuo, ma incentiva anche la crescita di istituzioni e ambienti più democratici e un'economia più vivace: elabora dunque la definizione di “capitale sociale”, ovvero «social networks and the norms of reciprocity and trustworthiness that arise from them» (2000, p. 19). Anche se negli anni si è acceso un vivace dibattito sulla capacità di inclusione del capitale sociale (Portes 1998; OECD 2001), la partecipazione civica e la capacità di intessere relazioni sociali sono per Putnam alla base della creazione e della stabilità dei processi democratici (2000), anche in ambito artistico e culturale (OECD 2001; Jeannotte 2003; Stern, Seifert 2009). Il capitale sociale trova le sue radici in quello che Karl Marx definiva come *General Intellect* (1997 [1857-1865]), ovvero il risultato delle attività relazionali degli individui all'interno di contesti sociali organizzati. Attraverso la divulgazione, il capitale sociale si arricchisce diventando conoscenza, che può essere sia personale sia sociale perché, in quanto divulgazione, implica l'esistenza di una comunità. Il *General Intellect* o “capitale sociale” è oggi considerato uno dei motori del processo di creazione di ricchezza.

La teoria del capitale culturale è stata sviluppata dal filosofo francese Pierre Bourdieu, con l'intento di analizzare e comprendere come la cultura e il consumo di forme culturali possa creare disuguaglianze sociali e distinzione di classe (2001 [1979]).

Le teorie di Putnam, Schultz e Bourdieu sono interconnesse: per poter aumentare uno di questi fattori, occorre aumentarne direttamente o indirettamente un altro, impiegando anche strategie di investimento personali, per intessere e relazioni sociali utili (Bourdieu 2001 [1979]). Sono inoltre tutti e tre strumentali alla creazione di *wellbeing*⁸⁷ (Jeannotte 2003), personale e collettivo, in quanto i cittadini consapevoli e informati sono maggiormente in grado di valutare e analizzare le informazioni che ricevono per poter poi esprimere le proprie opinioni in modo costruttivo (Woolcock 2001), attivando processi democratici. L'implementazione dei capitali umano, sociale e culturale non comporta dunque solo un beneficio individuale, ma anche un vantaggio collettivo,

⁸⁷Il termine è volutamente usato in inglese sottolineando l'idea di “benessere soggettivo”. Per approfondimenti si veda Maturo A., Setiffi F. (2021), *Gli aspetti sociali del wellness*, FrancoAngeli, Milano, p. 83.

contribuendo alla crescita di una società più sostenibile e coesa (Jeanotte 2003). Tralasciando le problematiche relative all'inclusività sottese nei significati, la sinergia di queste tre dimensioni dovrebbe portare alla creazione di una cittadinanza civile e democratica, intendendo con civile una parte attiva della pratica della democrazia come modo di vivere insieme in una comunità politica, come afferma Carole Gayet-Viaud: «a part of public life, a part of the everyday experience of citizenship, an on-going activity, as opposed to a set of pre-defined superficial social rules that one should only have to apply, that is, without ever really thinking about their meaning or legitimacy, but rather “blindly” or even without thinking at all» (2015, p. 1). Un "sociale" convenzionale, artificiale, ereditato passivamente, da cui deve sottrarsi l'azione politica libera (teorizzato da Goffman 1997 [1969]) e l'azione politica libera, si contrappone un gesto irruente che caratterizza l'azione reale, con la sua decisiva capacità di rinnovamento. Per Hannah Arendt (2016 [1964]) l'azione politica più genuina si discosta dai costumi e dalle convenzioni. Per la filosofa le interazioni civili dovrebbero superare questo dualismo, ovvero un modo per le persone di vivere l'altro, in un processo costante di confronto e collaborazione:

Since the French Revolution, civility as an activity, has remained a way through which people work on this same challenge, passing conventions through the requirements of political principles such as equality, liberty, and fraternity. Forms of civility, therefore, evolve, as are transformed relations between women and men, between classes, between generations, between races, between religious beliefs or sexual orientations. Civility is an activity in which all these questions, and issues are dealt with they appear in practice, are expressed, and are sometimes fought for (Gayet-Viaud 2015, p. 11).

5.3. Il welfare culturale

L'altro riferimento sociologico nel quale questa tesi intende posizionarsi è l'attuale dibattito sul welfare culturale, portato all'attenzione dei media in seguito al Covid e all'emergenza pandemica. In Inghilterra si sta sperimentando da decenni un sistema che integra interdisciplinarmente cultura, salute ed economia, già dagli anni Ottanta, facilitando l'accesso alla cultura ai disabili (Bodo, Sacco 2017), sia con il programma “Arts on prescription” (Bungay, Clift 2010; Stuckey, Nobel 2010) e poi con i progetti ministeriali “Art and Health”, “National Alliance for Arts, Health & Wellbeing” (Fisher 2017)⁸⁸. Questi progetti si basano «sulla convinzione che la partecipazione a un'attività

⁸⁸ Per approfondimenti si veda: <https://www.artshealthresources.org.uk/docs/the-power-of-art-visual-arts-evidence-of-impact/>

creativa possa promuovere la salute e il benessere, faccia parte della più ampia categoria delle prescrizioni sociali attraverso le quali gli operatori sanitari o gli assistenti sociali, in alcuni specifici casi, indirizzano le persone a servizi o a fonte di sostegno di tipo non medico, per esempio ad attività di esercizio fisico o alla lettura di libri» (Cicerchia *et al* 2020).

Alcuni studi condotti anche dal Dipartimento della Salute britannico (Secker *et al* 2008; 2009) hanno evidenziato che la partecipazione ad attività culturali è importante per la connessione e lo sviluppo sociale e può cambiare il pensiero e la consapevolezza dei fruitori rispetto a specifiche tematiche sociali (Kelaher *et al* 2014; Fisher 2017), ed essere anche un incentivo nella diminuzione dei costi della spesa della sanità pubblica (Fujiwara *et al* 2017).

Introdotta in Italia da Pier Luigi Sacco (2017)⁸⁹, il termine “welfare culturale” è entrato nel gergo sociale grazie ad Annalisa Cicerchia, Alessandra Rossi Ghiglione, Catterina Seia che, insieme ad altri sette professionisti di diversi ambiti disciplinari (Giuseppe Costa, Luca Dal Pozzolo, Elisa Fulco, Enzo Grossi e Flaviano Zandonai), nell'ottica di «una relazione sistemica e sistematica di collaborazione fra professionisti di discipline diverse e, soprattutto, una integrazione di *scopo* fra i sistemi istituzionali della salute, delle politiche sociali e quello delle arti e della cultura» (Cicerchia *et al* 2020), hanno fondato il Cultural Welfare Center, nato nel 2020, proprio a inizio pandemia, per «lavorare a una nuova idea di welfare nel quale i temi dello sviluppo umano diventano parte integrante delle strategie di prevenzione e di cura, la lotta alle disuguaglianze e la promozione della salute, si coniugano con la costruzione di significati condivisi, con il senso di appartenenza sociale, con il rispetto e la tutela della vita umana in tutte le sue dimensioni e in tutta la sua complessità», come si legge nel Manifesto⁹⁰ del Cultural Welfare Center.

Il progetto nasce da una *scoping review* che ha censito oltre tremila titoli, ricerche e studi a livello internazionale negli ultimi venti anni sul tema del rapporto tra salute e arte e gli impatti nel benessere delle persone. Come evidenziato anche dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS)

⁸⁹Per approfondimenti si veda il fascicolo 2/2017 di «Economia della cultura» a cura di Carla Bodo e Pier Luigi Sacco, interamente dedicato a “Cultura, benessere e salute”, che offre una ampia panoramica dell'allora stato dell'arte della letteratura sul rapporto welfare e cultura, a livello nazionale e internazionale, con buone pratiche di diversi settori culturali, dal teatro al circo, dai musei al cinema.

⁹⁰Alla voce “L'impegno del Cultural Welfare Center” del Manifesto si legge: «In questa grande crisi, il CCW metterà a sistema le migliori competenze per • dare valore e rafforzare in termini metodologici le esperienze in atto che adottano l'arte e la cultura nei processi di cambiamento; • creare un ecosistema di dialogo e scambio tra practitioner, ricercatori, policy makers e cittadini; • sviluppare e sostenere la ricerca interdisciplinare e intersettoriale; • accompagnare con approcci crossover la formazione di competenze ai diversi livelli di ingaggio e professionalità; • promuovere la diffusione di pratiche replicabili e misurabili, in grado di garantire impatto sociale, visibilità e durata al fenomeno; • nutrire politiche che mettano in atto questa visione. CCW ritiene che fare crescere e radicare stabilmente all'interno di una dimensione sociale e civile quotidiana l'arte e la cultura, sia parte dell'impegno per un radicale rinnovamento delle condizioni di vita in termini di equità e di salute di tutto il pianeta». Per approfondimenti si veda: <https://culturalwelfare.center/wp-content/uploads/2020/05/ccw-manifesto-ita.pdf>

nel rapporto *What is the evidence of the role of the arts in improving health and well-being?* (Fancourt, Finn 2019), «esiste ormai una solida base di conoscenze ed evidenze del contributo delle arti sia nell'ambito della prevenzione delle malattie e nella promozione della salute sia nell'ambito della gestione della cura e del trattamento delle malattie» (Rossi-Ghiglione, Seia 2020, p. VII).

Sempre a firma Cicerchia, Rossi Ghiglione e Seia, nel giugno 2020 viene pubblicata su Treccani.it la definizione di welfare culturale, intesa come «un nuovo modello integrato di promozione del benessere e della salute e degli individui e delle comunità, attraverso pratiche fondate sulle arti visive, performative e sul patrimonio culturale»⁹¹.

Sulla stessa linea dell'indice BES⁹², la definizione italiana di welfare culturale, a differenza delle pratiche estere, pone maggiore enfasi sul concetto di welfare inteso come sistema sociale che da un lato rimanda all'idea di “aiuto statale” e dall'altro ai “diritti” di cui i cittadini godono in un determinato Stato, in un forte legame con il territorio e le comunità che lo animano e lo vivono (Manzoli, Paltrinieri 2021; Fulco 2022). A caratterizzare questa prospettiva sono spesso pratiche *bottom up*, che partono dal basso, ovvero direttamente da idee, problemi o esigenze dei cittadini, e che abbattano il pregiudizio di una cultura come patrimonio esclusivo delle élite, sottolineandone invece il ruolo come stimolo di dibattito e creazione di nuove narrazioni (Alonzo, Ponte di Pino 2022b). Il welfare culturale diventa quindi uno strumento «di coesione sociale, intesa come leva di sviluppo essenziale nella prospettiva di mettere tutto il complesso della popolazione in condizione di esprimere al meglio le proprie capacità, competenze, modalità di espressione personale e professionale» (Manzoli, Paltrinieri 2021, p. 17) attivando «rapporti e relazioni con diversi stakeholder (portatori di interessi) e assetholder (portatori di risorse) contribuendo a rafforzare la crescita e la resilienza della comunità locale» (ivi, p. 16). A differenza del welfare culturale promosso dall'“Art, Health and Wellbeing”, dove quindi l'arte diventa mera prescrizione per il bene individuale, la teoria avanzata dai centri di ricerca italiani considera l'arte e la cultura come strumenti indispensabili per il bene comune. Si potrebbe anche definire come una branca del welfare di comunità, un innovativo approccio al welfare lanciato dal sociologo Ivo Colozzi (2020) e ripreso nel volume di Giacomo Manzoli e Roberta Paltrinieri (2021). Il welfare di comunità si connota per quei servizi e processi innovativi atti a rispondere ai «bisogni sociali in un'ottica di co-programmazione e co-produzione di risposte flessibili [...] che superino la dimensione dell'assistenza a favore di nuove forme di socialità e mutualità che favoriscono inclusione sociale e autonomia a prevenzione del disagio» (Manzoli, Paltrinieri 2021, p. 13); per la valorizzazione della

⁹¹Per approfondimenti si veda: <https://www.treccani.it/magazine/atlante/cultura/welfare.html>

⁹² BES: Benessere Equo e Sostenibile, l'indice sviluppato nel 2010 dall'ISTAT e dal defunto CNEL come sostitutivo, o alternativo al PIL, valutando dunque il progresso del paese non unicamente dal punto di vista economico, ma anche da quello sociale, culturale, ambientale, e salutare.

rete relazione degli abitanti di un territorio; favorire la partecipazione anche tramite nuovi modelli di *governance*; e «una ricomposizione e un miglior utilizzo delle risorse pubbliche e private e una maggior rispondenza tra problemi e soluzioni» (ivi, p. 14). Il welfare di comunità ha dunque l'obiettivo di: «fronteggiare la crescente diffusione di vulnerabilità delle persone (intesa in particolare come carenza in termini di reti relazionali in cui la persona è inserita) e che si basa sulla relazione quale elemento imprescindibile per affrontare il problema delle disuguaglianze e incrementare i livelli di benessere della società» (Rago, Venturi 2016, p. 8).

In questo scenario, il welfare culturale si posiziona come strumento di interconnessione *bottom e up*, tra ambiti e discipline a volte molto distanti, utilizzando il linguaggio delle arti, in tutte le sue forme, per la creazione di «nuove forme di innovazione sociale» (Fulco 2022, p. 118), abbattendo quelle barriere preconettuali, architettoniche o sociali portando la fruizione culturale in nuovi spazi, spesso non convenzionali per l'attività artistica (Carlini *et al* 2017) e dando una risposta a quella «forma di insoddisfazione per la verticalità delle discipline, come intuizione e visione di un nuovo modo di progettare» (Fulco 2022, p. 119). Gli esempi, sia in Italia sia all'estero sono molteplici, a partire dalle sperimentazioni nella Provincia Autonoma di Bolzano nel 1996 (Bodo, Sacco 2017): dal più discusso Teatro Valle Occupato (Faccioli *et al* 2014; Borchì 2018), all'Ex Asilo Filangeri (Borchì 2018) – che riaccendono anche il dibattito sul concetto di cultura come bene comune - fino ai più recenti Laboratori di Quartiere nella città di Bologna (Paltrinieri, Allegrini 2020) il progetto Foqus a Napoli (Quaglia 2018).

Queste pratiche dal basso mettono in evidenza e sottolineano l'importanza dell'*empowerment* individuale e sociale, richiamando il tema delle capacitazioni proposto dall'economista Amartya Sen, ovvero «l'insieme delle combinazioni alternative di funzionamenti che essa [una persona] è in grado di realizzare. È dunque una sorta di libertà: la libertà sostanziale di realizzare più combinazioni alternative di funzionamenti» (Sen 2000, p. 79), partendo da un'idea di sviluppo come di un «processo di espansione delle libertà reali godute dagli esseri umani» (Sen 2000, p. 9). Le capacitazioni sono dunque le possibilità che una persona possiede o acquisisce per raggiungere i propri obiettivi e la propria felicità, personale, relazionale e professionale. In questo senso il welfare culturale vuole essere uno strumento di sprone per cittadini, istituzioni e società civile per immaginare e realizzare nuove visioni, nuove forme di inclusione e di ascolto di nuove pratiche per creare insieme «percorsi di responsabilità sociale e a nuove consapevolezza» (Manzoli, Paltrinieri 2021, p. 19).

Come continua Fulco, la progettazione per il welfare culturale vuol dire prima di tutto comprendere la molteplicità dei livelli di intervento nella realtà, «creando una comunità territoriale che sappia

anche essere una *community*, incoraggiando partecipazione fisica e online, favorendo i processi di co-produzione per rileggere il patrimonio culturale e ridisegnare gli stessi servizi sociali; utilizzando le stesse pratiche artistiche come forma innovativa di comunicazione valoriale per sensibilizzare sulle principali tematiche sociali, adottando leve estetiche, narrative ed emotive per generare coinvolgimento, partecipazione ma anche advocacy, per rendere economicamente e socialmente sostenibile questo tipo di progettualità» (2022, p. 127).

5.4. Verso nuove forme di partecipazione

Come emerge dal pensiero di Giovanni Moro, attraverso la rappresentanza, ovvero la relazione tramite la quale qualcuno parla e agisce per conto di qualcun altro, i cittadini sono inclusi nel processo politico (2013). È vero che c'è una enorme differenza tra il “rituale vuoto della partecipazione” e il potere reale di influenzare i processi decisionali: ma la partecipazione dei cittadini alla vita politica può essere uno strumento di nuova inclusione, o meglio una redistribuzione del potere che permette a tutti i cittadini interessati, anche chi ne è solitamente escluso, di poter intervenire (Arnstein 1969). È così che il cittadino diventa partecipe delle scelte della comunità. La questione politica assume una valenza centrale e fondamentale nel concetto di partecipazione, come sottolinea Alberto Melucci: «La rappresentanza è *presentazione*, capacità di dar voce a domande e interessi: ma è anche *rappresentazione*, cioè immagine e fantasma di una realtà che resta diversa e mai interamente ascoltata. Così la partecipazione significa contemporaneamente *prender parte*, cioè agire per promuovere gli interessi e i bisogni di un attore; ma anche *far parte* cioè riconoscere di appartenere a un sistema, identificarsi con gli «interessi generali» della comunità. Questa ambivalenza insuperabile del «politico» non è solo una minaccia, ma la condizione per l'azione creativa» (in Vitale 2014, p. 9).

Già nel 1970 la femminista Carole Pateman aveva dichiarato che l'uso diffuso del termine “partecipazione” ha reso quasi impossibile ogni contenuto preciso e significativo e ancora oggi rimane un termine molto “vago e confuso” (Eriksson, Stephensen 2015). Sherry Arnstein, in *A Ladder of Citizen Participation* (1969), partendo da esempi di programmi federali di rinnovamento urbano, lotta alla povertà e sistemi di città modello, aveva identificato otto differenti livelli di partecipazione, in cui in ogni «rung corresponding to the extent of citizens' power in determining the end product» (Arnstein 1969, p. 25). I livelli di partecipazione possono essere divisi in quattro gruppi: 1-2) Manipolazione e Terapia: i due livelli più bassi della scala di Arnstein rappresentano la

“non partecipazione”, ovvero processi pensati per educare i partecipanti. 3-4) Informazione e Consultazione, un livello intermedio di apparente tokenismo nel quale i partecipanti possono esprimere le proprie opinioni e c'è ascolto reciproco tra le parti coinvolte nei processi, ma non viene assicurato il fatto che le voci raccolte vengano poi ascoltate dai “potenti” e di conseguenza non c'è garanzia di cambiamento dello status quo. 5) Placazione: il quinto livello è una evoluzione dei precedenti, in quanto si dà la possibilità anche a chi solitamente non ha accesso a processi decisionali di far sentire le proprie ragioni e motivazioni, ma il potere decisionale è comunque nelle mani di altri. 6-7-8) Partenariato, Potere delegato e Controllo della cittadinanza: gli ultimi tre livelli della scala di Arnstein presentano livelli di effettivo potere dei cittadini, che possono negoziare e lavorare sinergicamente con i tradizionali detentori del potere. Negli scalini più alti i cittadini raggiungono un'autorità decisionale preponderante in un determinato programma. Seppur il controllo non sia totale, questo livello di partecipazione rappresenta la possibilità dei cittadini di poter essere chiamati nella fase di negoziazione di scelte locali ed essere pienamente responsabili degli aspetti politici e gestionali di un determinato programma (ivi). Nella Fig.3 si riporta la scala di partecipazione di Arnstein.

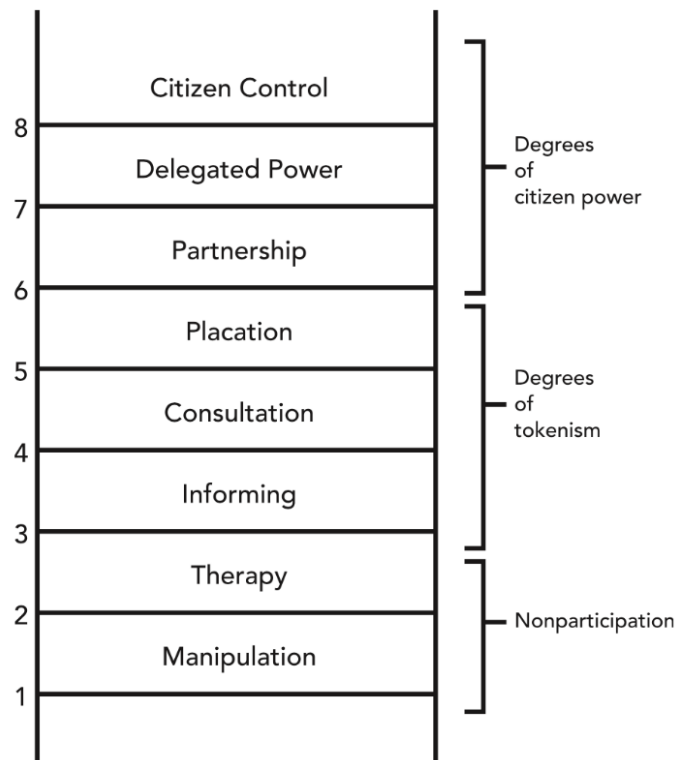


Fig.3 - Scala di partecipazione. Fonte Arnstein 1969.

Allarga l'orizzonte rispetto al “potere cittadino” Sarah C. White che nel suo saggio *Depoliticising development: The uses and abuses of participation* (1996) introduce l'idea di una analisi degli interessi e delle finalità dei partecipanti. La sociologa inglese sottolinea come nelle varie tipologie di processi partecipativi la motivazione assuma un ruolo cruciale, proponendo quattro livelli di partecipazione in base alla forma (Nominal, Instrumental, Representative, Transformative); *top-down*, relativa agli interessi dei progettisti e degli organizzatori, *bottom-up*, relativa agli interessi dei partecipanti, e infine la funzione complessiva del tipo specifico di partecipazione (White 1996), come da Tab.5. Questo modello si è mostrato più duttile nell'analisi di situazioni complesse e stratificate, in cui entravano in gioco diversi fattori e attori (Eriksson, Stephensen 2015).

FORM	TOP-DOWN INTEREST	BOTTOM-UP INTEREST	FUNCTION
Nominal	Legitimation	Inclusion	Display
Instrumental	Efficiency	Cost	Means
Representative	Sustainability	Leverage	Voice
Transformative	Empowerment	Empowerment	Means/End

Tab.5 – Livelli di partecipazione. Fonte White 1996.

Nico Carpentier (2015) analizza la definizione di partecipazione in relazione ai concetti di accesso e interazione, intesi come condizioni per la effettiva partecipazione, nel senso che l'accesso e l'interazione all'interno di un processo partecipativo sono requisiti necessari per l'esistenza del processo partecipativo stesso. Secondo l'autore tutte e tre i concetti, quali partecipazione, accesso, interazione, sono di uso quotidiano, rendendo dunque molto complessa una definizione.

Il termine accesso è spesso usato in ambito geografico, tematizzando l'accesso a spazi fisici e virtuali, ma anche a risorse come l'acqua e il cibo. Un'altra sfera in cui il termine accesso è presente sono gli studi sulla disabilità, in questo caso non limitandosi ai soli spazi fisici, ma anche a quelli intellettuali ed emotivi. Poi ci sono gli studi più istituzionali, che prendono in considerazione anche il tema delle risorse e dei servizi.

Per introdurre il concetto di interazione dal punto di vista sociologico, Carpentier si affida alle parole di Anthony Giddens, autore della definizione di “interazione sociale” nel glossario di Sociologia, ovvero «qualsiasi forma di incontro sociale tra individui» (2006, p. 1034), enfatizzando le dimensioni sociale e comunicativa dell'interazione. Ma la fluidità sociale nella quale si è immersi impone delle definizioni che includono l'ambito dei media. Carpentier si sofferma sulla distinzione che Bohdan O. Szuprowicz (1995) fa tra *user-to-user*, *user-to-documents* e *user-to-system*,

precisando che non tutte le interazioni tra diversi attori sono necessariamente partecipative. *User-to-user* (da persona a persona o da utente a utente) è una riformulazione dell'interazione sociale; *user-to-documents* (utente-documento) è relativa a un approccio più tradizionale dell'interazione in un determinato contesto, e quindi può essere vista come il modo in cui un determinato soggetto interpreta e utilizza i messaggi multimediali (Eco 2016 [1975]); infine *user-to-system*, oggi centrale nello studio della comunicazione e dei media in quanto è l'interazione tra l'utente e i computer e i sistemi digitali (Carpentier 2015). Se l'accesso è “presenza”, l'interazione è costruzione di relazioni socio-comunicative, la partecipazione per Carpentier è legata al potere e al processo decisionale, strettamente connesso alla lotta di potere nella società:

the definition of participation allows us to think, to name and to communicate the participatory process (as minimalist or as maximalist) and is simultaneously constituted by our specific (minimalist or maximalist participatory) practices. As a consequence, the definition of participation is not merely an outcome of this political-ideological struggle, but an integrated and constitutive part of this struggle. [...] In the minimalist model, democracy is confined mainly to processes of representation, and participation to elite selection through elections that form the expression of a homogeneous popular will. Participation here, in this minimalist model, exclusively serves the field of institutionalized politics because the political is limited to this field. In the maximalist model, democracy is seen as a more balanced combination of representation and participation, where attempts are made to maximize participation. The political is considered a dimension of the social, which allows for a broad application of participation in many different social fields (including the media), at both micro- and macro-level, and with respect for societal diversity (2015, p. 18).

La partecipazione politica diventa quindi una partecipazione sociale, in cui il potere degli attori è eguagliato fra loro per raggiungere un obiettivo comune, ricordando la definizione di Pateman di *full participation* intesa come un processo nel quale ogni singolo membro di un organo decisionale ha uguale potere di determinare l'esito della decisione stessa (1970).

In quest'ottica Sidney Verba (1995) sostiene che se da un lato il voto rappresenta la forma più alta di partecipazione alla vita pubblica dei cittadini, dall'altro è l'atto che trasmette il minor numero di informazioni sui bisogni e sulle richieste della cittadinanza. Secondo Verba la partecipazione dei cittadini dovrebbe essere considerata anche in base alla capacità di veicolare i messaggi ai *policy maker* (1995). Ma non tutti i cittadini partecipano alla vita politica, attraverso un processo sociale in cui incidono diversi fattori, tra tutti la prospettiva del raggiungimento di risultati migliori (Moro, Sorice 2022), individuali e sociali. Per aumentare la partecipazione, occorre implementare dunque il

capitale sociale che, come si è visto, è inteso come «la fiducia, le norme che regolano la convivenza, le reti di associazionismo civico, elementi che migliorano l'efficienza dell'organizzazione sociale promuovendo iniziative prese di comune accordo» (Putnam 1993, p. 196). Occorre la cultura civica, intesa come «l'insieme delle idee, immagini, metapreferenze che gli individui sviluppano nel corso della loro socializzazione come cittadini» (Donolo 1992, p. 127). Occorre un ambiente adatto, un ambiente civico, l'*habitus* di Bourdieu inteso come l'insieme delle norme o tendenze socializzate che guidano il comportamento e il pensiero (1984), che aiuti e incentivi la presenza dei cittadini nella vita pubblica (Moro 2013).

Infine secondo Henry E. Brady, Sidney Verba e Kay Lehman Schlozman, che hanno teorizzato il *Civic Volunteerism Model*, per indagare la partecipazione alla vita politica occorrono le condizioni materiali, ovvero risorse precise come tempo, denaro e *civic skills*; la motivazione; e l'adeguata offerta di organizzazione, infatti alla domanda perché i cittadini non partecipano alla vita politica le risposte sono soprattutto:

They can't" suggests a paucity of necessary resources—time to take part, money to contribute to campaigns and other political causes, and skills to use time and money effectively. "They don't want to" focuses attention on the absence of psychological engagement with politics—little interest in politics or little concern about public issues, a belief that activity can make little or no difference, little or no knowledge about the political process, or other priorities. "Nobody asked" implies isolation from the networks of recruitment through which citizens are mobilized to politics (2018 [1995], p. 50).

Queste quattro condizioni tentano di semplificare una panoramica complessa, con l'intento di capire cosa possa limitare la partecipazione nella società contemporanea. Ma, partendo da Tocqueville (in Sampson *et al* 2005), la partecipazione civica e politica aumenta la tendenza degli individui ad avere altri interessi; quindi, la spinta che muove alla partecipazione, e nello specifico alla creazione di cittadinanza attiva, è quando un individuo capisce che i «propri legittimi interessi o diritti individuali non si possono difendere senza prendersi cura dell'interesse generale e condividendo il destino di molti» (Moro 2013, p. 133).

Il passaggio da un interesse individuale a uno comune è alla base del saggio di Robert Sampson, Heather MacIndoe Doug McAdam e Simon Weffer-Elizondo (2005) che partendo da una analisi di oltre quattromila eventi di azione collettiva, *collective action events*, sia civici sia di protesta, nell'area di Chicago dal 1970 al 2000, hanno scoperto che se l'impegno civico è stato negli anni costante, le manifestazioni di protesta stile anni Sessanta sono diminuite, mentre sono aumentati gli eventi ibridi, che combinano rivendicazioni pubbliche con forme di comportamento civiche

(Lamond, Moss 2020), così come le azioni portate avanti da associazioni e organizzazioni senza scopo di lucro (Lamond, Moss 2020; Kotler 2022). Come ha inoltre dimostrato Tzvetan Todorov nel suo *La vita comune*, la mancanza di partecipazione sociale può essere sinonimo di un bisogno di riconoscimento, e non solo un atto di protesta (1998).

Anche nel mondo dell'arte e della cultura la partecipazione degli spettatori risente dei cambiamenti della società, sempre più estetica e concentrata su un consumo fine a sé stesso, una “società dello spettacolo” (Debord 1992 [1967]) in cui, come teorizza Bourriaud, il soggetto ideale è «ridotto alla condizione di consumatore di tempo e di spazio» e in cui il «legame sociale è diventato un artefatto standardizzato [...] e le relazioni umane non sono più “vissute direttamente”, ma cominciano ad essere confuse a causa della loro rappresentazione “spettacolare”» (2001 [1979], pp. 8-9).

Nell'era di internet e del paradigma comunicativo del *Do It Yourself* (Bentivegna, Boccia Artieri 2019) Bourriaud parte dalla sfida che ha oggi l'arte di mantenere il proprio ruolo di rappresentante dei rapporti con il mondo, in una società estetica e spettacolarizzata, arrivando a teorizzare l'arte come estetica relazione, ovvero «un'arte che assuma come orizzonte teorico la sfera delle interazioni umane e il suo contesto sociale» testimonianza “di un rivolgimento radicale degli obiettivi estetici, culturali e politici messi in gioco dall'arte moderna» (ivi, p. 14). L'estetica relazionale di Bourriaud trova le sue radici nel concetto di “materialismo dell'incontro” di Althusser ovvero «l'essenza dell'umanità è puramente transindividuale, costituita dai legami che uniscono gli individui tra loro in forme sociali che sono sempre storiche» (2010, p. 17), quindi l'arte non è altro che uno stato di incontro delle relazioni umane, che diventano il cardine di questa nuova estetica⁹³. In questa stessa direzione si muove l'arte partecipativa teorizzata da Claire Bishop nel suo importante volume *Artificial Hells, Participatory Art and the Politics of Spectatorship* (2012) in cui rimette in discussione il ruolo attivo dello spettatore e dell'impatto che le arti hanno nei contesti sociali in cui operano: «l'opera d'arte come prodotto finito, portatile e mercificabile, viene ripensata come un progetto in corso o a lungo termine con un inizio o una fine poco chiari; mentre il pubblico, precedentemente concepito come “spettatore” o “osservatore”, è ora riposizionato come co-produttore o partecipante» (Bishop 2015 [2012], p. 2). La differenza tra le teorie relazionale e partecipativa sta formalmente nella consapevolezza degli spettatori nel momento della fruizione dell'opera: è la consapevolezza di chi partecipa che «attiva una partecipazione ben mirata che risulta essere cruciale per la riuscita dell'intervento»⁹⁴ (Meschini 2021).

Per i ricercatori Desirée Campagna, Giulio Caperna e Valentina Montalto, in un saggio in cui,

⁹³ Per approfondimenti si veda: <https://www.dafnamoscato.com/larte-relazionale-e-larte-partecipativa/>

⁹⁴<https://www.che-fare.com/almanacco/politiche/comunita/arte-partecipativa-meschini/>

partendo dai dati raccolti nell'Indagine ISTAT “Aspetti della Vita Quotidiana” (2014), indagano la relazione tra partecipazione culturale e partecipazione civica in Italia, la partecipazione civica è definita come «the behaviours and attitudes through which people express their willingness of interacting within the community and contributing to its well-being, as far as four dimensions are concerned: Political life, Civil society, Community life and Civic sense» (Campagna *et al* 2020, p. 662). Mentre la partecipazione culturale è intesa come la “partecipazione alla vita culturale”, ovvero «the receptive and creative conscious activities through which people increase their informational and cultural baggage as far as four different cultural domains are concerned: Cultural Heritage, Performing Arts, Books and Press, Audio and Audiovisual Media and Multimedia» (ivi, p. 666), definizione fortemente influenzata da quella proposta dall'UNESCO (2001)⁹⁵.

L'arte diventa elemento di confronto e allo stesso tempo simbolo di unione tra la politica e all'attivismo, ponendosi come elemento sociale di cambiamento, svolta e riflessione. Di conseguenza la partecipazione a pratiche culturali diventa uno strumento per accrescere il proprio capitale sociale e per prendere consapevolezza del proprio ruolo nella società e nella comunità, con la consapevolezza che la collaborazione può creare un valore che nessun individuo da solo può creare (Putnam 1993).

5.5. Essere un volontario

Una delle pratiche di una cittadinanza attiva e democratica è il volontariato (Brady *et al* 1995; Hustinx *et al* 2010). Ma anche il termine volontariato è uno di quei termini che spesso, in base all'ambito nel quale si usa, assume significati e accezioni differenti. L'economista Marco Vitale definisce il volontariato «quell'insieme di attività, svolte per libera scelta e gratuitamente, finalizzate a obiettivi sociali e culturali in favore degli altri e/o della collettività» (2004). Le sociologhe Lesley Hustinx, Ram Cnaan e Femida Handy sottolineano l'accezione economica, che vede il volontariato come “lavoro non pagato”, e dunque un investimento nel proprio capitale umano. In questo senso gli economisti sostengono che i volontari siano “altruisti impuri”: in quanto se non c'è uno scambio economico, chi pratica una attività di volontariato si aspetta un beneficio, che sia in acquisizione di competenze, che sia in investimento del tempo in un progetto in cui credono e che apprezzano, il ritorno è duplice in forma sia privata sia pubblica (Taylor 2004; Hustinx *et al* 2010). Il volontariato spesso offre anche un avvicinamento al mondo del lavoro

⁹⁵Per approfondimenti si veda: UNESCO universal declaration on cultural diversity. Retrieved January 27, 2020 from <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162e.pdf>

(Hustinx *et al* 2010; Lancini, Buday 2013), anche se in alcune occasioni i volontari vengono usati come mera manovalanza senza ascoltarne le motivazioni e l'apporto di idee, definiti come “plug-in volunteers” (Lichterman 2006; Eliasoph 2011).

La seconda accezione è invece portata avanti da sociologici e politologi, trova le basi nelle teorie di Tocqueville (2018 [1835-1840]) e in tempi più recenti di Putnam (1993), e che vede il volontariato come un'espressione di principi fondamentali della società come la solidarietà, la coesione sociale e la democrazia, che solitamente coinvolge interazioni tra individui, gruppi e associazioni/organizzazioni (Hustinx *et al* 2010). Il sociologo americano Mark Musick (Wilson, Musick 1997) ha avanzato il modello che definisce il volontariato come 1) lavoro produttivo che richiede capitale umano; 2) comportamento collettivo che richiede capitale sociale e 3) lavoro eticamente guidato che richiede capitale culturale.

Come si è accennato (Brady *et al* 1995) le attività di volontariato offrono a molti cittadini l'opportunità di acquisire capacità civiche e promuovere la partecipazione politica. La partecipazione attiva dei volontari aiuta lo sviluppo e la crescita della democrazia (Brady *et al* 1995; Hustinx *et al* 2010), perché:

Volunteering, because of its voluntary, unpaid, and collectively oriented nature, represents a unique type of social bonds distinct from ascribed and more formal social ties and networks (kinship or workplace), and abstract systems of enforced solidarity (welfare state). It is considered an essential and exceptional form of social solidarity that binds society together[...] The act of volunteering stands out as a primary expression of core human values such as altruism, compassion, concern for others, generosity, social responsibility, and community spirit (Wuthnow 1991). It is a fundamental expression of community belonging and group identity, and contributes to individuals' social integration (ivi, p. 417).

Partendo dal presupposto che dare una definizione univoca di volontariato è molto complesso, Hustinx, Cnaan e Handy (2010) hanno notato che tutte le definizioni proposte ruotano attorno a quattro principi: 1) libero arbitrio, chi fa volontariato non deve essere costretto o persuaso (come ambiti scolastici, sociali o familiari); 2) disponibilità e natura della remunerazione, quindi azioni tese alle detrazioni fiscali o a rimborsi aziendali; 3) vicinanza ai beneficiari, quindi il volontario deve “sentire” la causa; e 4) un'agenzia formale, il volontariato organizzato e non autogestito, spesso non considerato nelle statistiche ufficiali.

Oltre a un senso del dovere e di responsabilità verso una comunità locale, o una collettività più astratta (Hustinx, Lammertyn 2003), le motivazioni per le quali si fa volontariato possono essere molteplici. Hustinx, Cnaan e Handy ne individuano sei: *value*, ovvero l'agire in base a valori

personali; *understanding*, ovvero il poter imparare o esercitare conoscenze che altrimenti rimarrebbero latenti e inesprese; *enhancement*, ovvero lo sviluppo psicologico; *career*, ovvero la possibilità di acquisire esperienza professionale; *social*, ovvero rafforzare o creare relazioni sociali; e infine *protective*, ovvero “pulirsi la coscienza” riducendo i sentimenti negativi (2010). Fare volontariato diventa la possibilità per accrescere la propria autostima perché attraverso il proprio lavoro si migliorano le condizioni di vita di un'altra persona, quindi uno strumento per sentirsi utili e indispensabili (Conserva 2013) o anche l'opportunità di realizzare o avvicinarsi a una passione non sviluppata nel tempo di lavoro retribuito (Autissier 2015).

Come si sottolineava nel paragrafo precedente, il volontariato è l'azione che consente all'individuo di traslare un interesse privato a uno comune, mettendo il proprio agire a disposizione della comunità (Sampson *et al* 2005; Moro 2013). Questo consente da un lato di poter operare vicino a casa e da un altro lato evitare questioni politiche (Eliasoph 1998) e soffermarsi invece su compiti di servizio utili alla comunità e aiutare a creare o ricreare un senso di appartenenza comune (Autissier 2015) e di orgoglio condiviso per la propria città (Nichols *et al* 2017).

Anche in Italia si è registrato di recente un aumento significativo del numero di istituzioni nonprofit. In base ai dati ISTAT, in Italia, dove dal 1991 la legge 266 regola il volontariato organizzato e istituisce delle strutture per lo sviluppo e la crescita del volontariato su base regionale, si è passati da 221.412 nel 1999 a 362.634 nel 2019 organizzazioni che operano senza scopo di lucro, con un aumento relativo anche del numero di persone e di volontari impegnati in questi enti. Si passa dai 680.811 nel 2011 ai 861.919 dipendenti delle istituzioni non profit⁹⁶. Molte di queste organizzazioni vivono grazie al lavoro volontario. In Italia ci sono 6,63 milioni di volontari stimati operativi, di cui 4,14 attivi in organizzazioni. Con quindi circa l'11,24% di volontari, l'Italia, secondo i dati Eurostat, è al 22° posto in Europa. Questo è quanto emerge dalla prima quantificazione ufficiale del lavoro volontario pubblicata da ISTAT, CSVnet e Fondazione Volontariato e Partecipazione nel 2014 diffusa con il report "Attività gratuite a beneficio di altri"⁹⁷. Questo aumento di volontari e organizzazioni nonprofit è sintomo da un lato della crescente sensibilità delle persone verso alcune tematiche, dall'altro della crisi del modello di welfare «che affida in misura crescente a soggetti del non profit, sulla base di apposite convenzioni, compiti che non è in grado di svolgere direttamente» (Conserva 2013, p. 24). Dai dati emerge inoltre che i volontari hanno per il 22,1% un titolo di laurea, mentre solo il 6,1% ha solo un titolo di scuola elementare. Il 14,8% di chi fa volontariato ha

⁹⁶Per approfondimenti si veda: <https://www.istat.it/it/files/2021/10/Report-nonprofit-2019.pdf>

⁹⁷Per approfondimenti si veda: <https://csvnet.it/csv/storia/144-notizie/1226-quanto-vale-il-volontariato-in-italia-istat-csvnet-e-fvp-lanciano-i-dati-della-prima-sperimentazione-italiana-del-manuale-ilo-sul-lavoro-volontario> Si veda anche: https://csvnet.it/phocadownload/pubblicazioni/Italian%20version%20-%20VIE%202021_def.pdf

una situazione occupazionale stabile e il 23,4% vive in famiglie agiate, e sono soprattutto donne e pensionati, arrivando a dedicare una media di 19 ore mensili, avvallando l'analisi prima descritta di Brady, Verba e Lehman Schlozman (1995), dati che coincidono con le analisi di Hustinx *et al* (2010).

In Italia i dati ISTAT fanno emergere una decrescita di partecipazione nella fascia 18-34 anni. Questo, secondo la psicoterapeuta Susanna Conserva, dipende da due criticità: da un lato il volontariato sembra essere più importante per sé stessi che per gli altri; quindi, si caratterizza per essere intermittente e volto a una professionalizzazione; da un altro lato i giovani lamentano organizzazione autoreferenziali, riscontrando scarso interesse nei loro confronti e nelle loro idee. Questo si denota anche nelle posizioni di vertice, dove solo il 5% dei presidenti delle organizzazioni non operanti nel campo della donazione ha meno di 35 anni. Percentuale che scende al 3% per le associazioni della donazione (2013).

In ambito culturale i volontari sono uno strumento fondamentale, da un lato per far fronte a problematiche economiche sempre più urgenti, dall'altro lato per disseminare e creare conoscenza nella comunità di cui i volontari fanno parte. E proprio come incentivare la partecipazione giovanile è una delle grandi sfide dell'ambito culturale.

6. La cittadinanza attiva e i festival

6.1. Festival, partecipazione e *audience engagement*: verso nuovi modelli di *leadership*

Dal 2012, quando la Commissione Europea ha lanciato il suo nuovo settennato, l'*audience engagement* (AE) e l'*audience development* (AE) sono usati in tutti i settori di ricerca e progettazione culturale⁹⁸. Il programma europeo Europa Creativa definisce l'*audience development* come «a strategic and interactive process of making the arts widely accessible by cultural organisations. It aims at engaging individuals and communities in fully experiencing, enjoying, participating in and valuing the arts. Its focus is on a two way exchange» (Report 2012, p. 3) e in base agli obiettivi si declina nei modi:

developing or increasing audiences - essentially attracting new audiences with the same socio-demographic profile as the current audience; this can include working with those who are hopefully the

⁹⁸Per approfondimenti si veda: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/conference-audience_en.pdf

audiences of the future, such as children and young people; - deepening relationships with existing audiences - enhancing their experience of the cultural event and/or encouraging them to discover related or even non-related, more complex art forms, and fostering loyalty to the cultural institution and return visits; - diversifying audiences - attracting people with a different socio-demographic profile to the current audience, including non-audiences, those with no previous contact with the arts» (ivi, p. 3).

La partecipazione culturale assume così un nuovo significato e un nuovo ruolo in quanto non è solo spettatorialità o consumo passivo ma si «sostanzia nel consumo di beni e di esperienze culturali, ma anche in pratiche prodotte individualmente o nell'ambito più ampio di una comunità di riferimento; comprende dimensioni passivo-riflessive così come comportamenti di inter-azione e di produzione attiva di senso» (Bollo 2018, p. 212). Una delle caratteristiche dell'AD è la «capacità di coinvolgere le persone, attivando relazioni significative che possano continuare a rafforzarsi nel tempo» (ivi, p. 216), motivo per il quale si parla anche di *audience engagement*, che non riguarda solo la partecipazione, ma implica una progettualità tesa alla conoscenza e alla soddisfazione (ivi), implicando anche una responsabilità sociale delle organizzazioni culturali e le loro «modalità con cui costruiscono e alimentano le relazioni con i propri pubblici» (Gemini, Paltrinieri 2018, p. 11)⁹⁹.

In Inghilterra l'ente benefico The Audience Agency, finanziato dall'Arts Council England, come

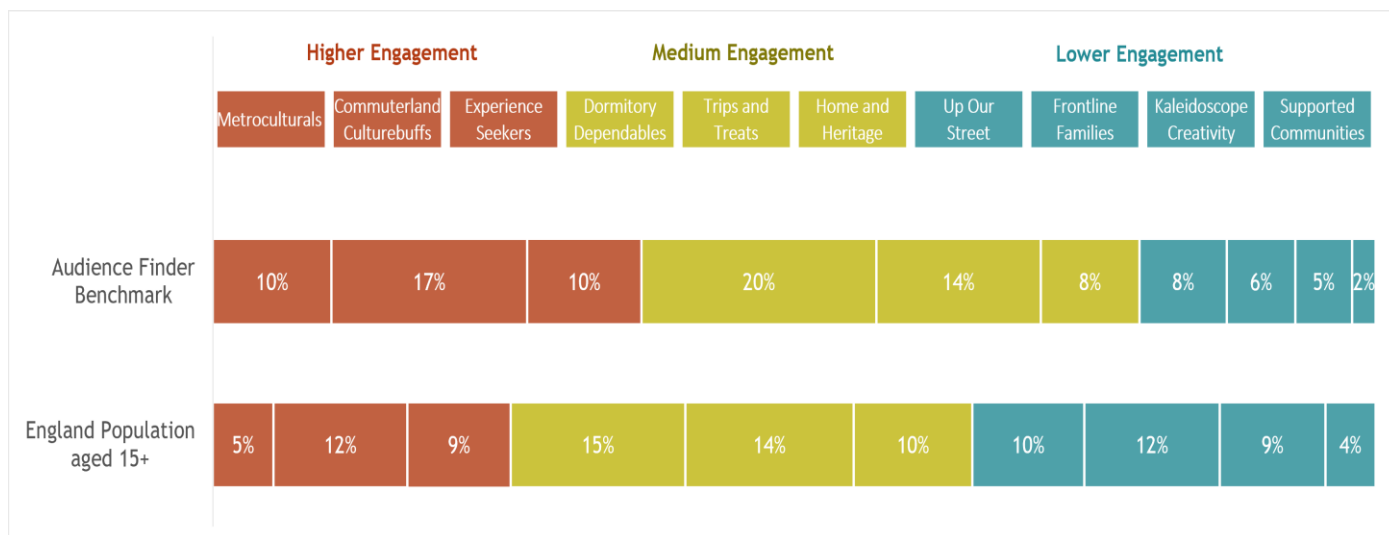


Fig.4 – Audience Spectrum Scheme. Fonte The Audience Agency.

⁹⁹Per approfondimenti sui temi dell'*audience engagement* e dell'*audience development* si vedano in particolare i testi Bollo A. (2014), *50 sfumature di pubblico e la sfida dell'audience development*, in De Biase F. (a cura di) (2015), *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement*, FrancoAngeli, Milano; Bollo A., Gariboldi A., Da Milano C., Torch C. (2017), *Study on audience development. How to place audiences at the centre of cultural organisations*, Directorate-General for Education and Culture Creative Europe program, European Commission, Brussels; Argano L., Bollo A., Dalla Sega P. (2018), *Organizzare eventi culturali*, FrancoAngeli, Milano; Da Milano C., Gariboldi A. (2019), *Audience Development: mettere i pubblici al centro delle organizzazioni culturali*, FrancoAngeli, Milano.

Organizzazione di supporto del settore, da anni lavora a sostegno degli enti e delle associazioni culturali per ottenere una comprensione più profonda del proprio pubblico attuale e potenziale, aiutando a capire come “attivarlo” e renderlo partecipe¹⁰⁰. L'Agenzia ha stilato una segmentazione del pubblico inglese dividendolo in dieci settori, ordinati da alta partecipazione, con i segmenti *Metroculturals*, *Experience Seekers*, *Commuterland Culturebuffs*; partecipazione media con i segmenti *Dormitory Dependables*, *Trips and Treats*, *Home & Heritage*; e bassa partecipazione con i quattro segmenti *Up Our Street*, *Frontline Families*, *Kaleidoscope Creativity*, *Supported Communities* (Fig.4). Già adottata da oltre 1000 soggetti nel solo Regno Unito, nella primavera del 2022, ha inoltre suddiviso ognuno di questi dieci segmenti in due sottosegmenti per consentire una comprensione più sfumata e un targeting mirato¹⁰¹.

AUDIENCE SPECTRUM GROUPS	SEGMENT	SUBSEGMENT	
HIGH ENGAGED	M Metroculturals Prosperous, liberal urbanites, interested in a very wide cultural spectrum.	M1 Older, established and high-spending professional elites.	M2 Younger, mobile and emerging metropolitan professionals.
	E Experience Seekers Highly active, diverse, social and ambitious regular and eclectic arts engagers.	E1 Socially minded mid-life professionals with varied artistic tastes.	E2 Students and graduates with adventurous attitudes in diverse urban areas.
	C Commuterland Culturebuffs Affluent, professional and suburbanite keen consumers of traditional culture.	C1 Prosperous families, living in the commuterbelt of major urban centres.	C2 Wealthy empty-nesters with comfortable lifestyles in more rural areas.
MEDIUM ENGAGED	D Dormitory Dependables Suburbanites and small towners interested in heritage activities and mainstream arts.	D1 Commuter-town families, investing for the future.	D2 Settled, comfortable residents, enjoying regional life.
	T Trips and Treats Mainstream arts and popular culture fans influenced by children, family and friends.	T1 Modern young families, building a future.	T2 Settled families with established lifestyles.

¹⁰⁰ Sul sito dell'Agenzia si legge: «We believe arts, culture and heritage have the power to improve the quality of people’s lives, to create meaning and community, to promote empathy and learning. The more citizens are involved in shaping culture and taking part, the greater the power. Our mission is to give the public a voice in shaping a vibrant, relevant culture». Per approfondimenti si veda: <https://www.theaudienceagency.org/about-us>

¹⁰¹ Per approfondimenti sull’Audience Spectrum si veda: <https://www.theaudienceagency.org/audience-finder-data-tools/audience-spectrum>

	H Home & Heritage Rural and small town pensioners attracted to daytime activities and historical content.	H1 Settled suburban seniors.	H2 Affluent residents of rural idylls.
LOW ENGAGED	U Up Our Street Sociable retirees looking for inexpensive, mainstream, local leisure opportunities.	U1 Middle-aged inhabitants of semis on the edge of town.	U2 Older residents of terraces and flats in built up areas.
	F Frontline Families Frugal, semi-urban renting families, light on arts and culture but heavy on community.	F1 Older families, getting by despite challenges.	F2 Younger, cash-strapped families and couples starting out.
	K Kaleidoscope Creativity Mixed age urban low engagers preferring free, local, culturally specific arts and festivals.	K1 Settled and diverse urban communities.	K2 Hard-pressed singles in city tower blocks.
	S Supported Communities Culturally low engaged, health poor, craft circle and church group seniors and youths.	S1 Young, immobile and hard-up, often relying on welfare to get by.	S2 Elderly residents of sheltered housing with declining health.

Tab.6 - Audience Spectrum. Elaborazione propria.

Nell'evoluzione verso un approccio proiettato ai pubblici, è necessaria la creazione di un ambiente capace di facilitare il cambiamento attraverso il coinvolgimento di tutti i partecipanti al festival e un'attitudine ricettiva nei confronti degli stimoli esterni. In questo senso è fondamentale una *leadership* che favorisca il clima di cambiamento: la *leadership*, intesa come «l'insieme delle energie positive in termini di entusiasmo e positività, la capacità di trasferire a sua volta energia attraverso motivazione e abilità comunicative nell'infondere obiettivi e direzioni, il saper assumere decisioni anche in carenza di informazioni e il saperle trasformare in azioni spingendole fino in fondo, la passione verso il lavoro e gli altri» (Argano 2012, p.221), gioca un ruolo cruciale nell'attivare, promuovere e sostenere le strategie di AD, una *leadership* orizzontale, aperta e democratica facilita il libero scambio di energia creativa tra idee, persone e progetti esterni.

Anche i festival culturali, usati come terreno di sperimentazione e nuove costruzioni, ma anche come elementi di riscoperta del patrimonio (Bennett *et al* 2014) hanno negli anni indagato nuove modalità di approccio dei pubblici, partendo proprio dalla rimessa in discussione della *leadership*. Di seguito una veloce carrellata di alcune manifestazioni che si stanno muovendo in questa direzione.

6.1.1. I festival per attivare il pubblico

Quando si parla di attivazione del pubblico attraverso i festival, il primo esempio in Italia e tra i primi in Europa è stato “Kilowatt Festival” promosso dalla compagnia CapoTrave diretta da Luca Ricci e Lucia Mansi. Dal 2006 la compagnia lancia una call pubblica rivolta ai cittadini di San Sepolcro, borgo in Toscana di circa 16.000 abitanti, che si vogliono unire a un gruppo di spettatori attivi ma non professionisti chiamati a selezionare una parte del programma dell'edizione successiva del festival, i Visionari. Partiti da una decina di persone, ora il gruppo è composto da oltre 30 spettatori attivi, impegnati un intero anno a osservare, selezionare e commentare gli spettacoli, spesso innescando un dialogo con le compagnie e gli artisti (Ricci 2018)¹⁰². Il paese è stato così chiamato a partecipare alla realizzazione dell'evento artistico, mettendo in atto un cambio di prospettiva del ruolo di scenografia al quale è solitamente relegato. Dopo il successo e l'esperienza a Kilowatt, dal 2018 il progetto dei Visionari è stato esportato in tutta Italia, con il format “L'Italia dei Visionari” in rassegne annuali o altri festival.

Coinvolgere il borgo è stata anche una idea dell'artista Andrea Cresti (1938-2021), che ha trovato nel teatro la risposta a come ovviare il problema dello spopolamento del suo paese, Monticchiello, piccola frazione di Pienza: «così dal 1967 nella piazza principale di Monticchiello va in scena ogni estate un “autodramma” in cui i cittadini stessi raccontano le loro difficoltà e speranze, in parallelo all'evoluzione della società. È un costante esercizio di consapevolezza, che ha dato identità e forza alla comunità, generazione dopo generazione» (Alonzo, Ponte di Pino 2022b, p. 111). Il borgo si è negli anni trasformato, trovando nuova identità e nuova linfa grazie a “Teatro Povero di Monticchiello”, le generazioni sono state disposte a rimanere e portare avanti un progetto diventato ormai parte integrante della comunità, tanto che i proventi delle attività della compagnia consentono di sostenere diversi progetti destinati alla comunità¹⁰³.

Sulle orme di Monticchiello, nasce nel 1996 ad Anghiari “Tovaglia a Quadri”, racconto corale e collettivo che raccoglie le memorie degli abitanti e le porta in scena in un momento di convivialità, in una cena in piazza, in cui spettatori da tutto il mondo, tra una portata, e l'altra ascoltano la vita del paese: “Il Teatro, il buon cibo e la vita quotidiana, una formula antica almeno quanto le mura di questo splendido borgo toscano”¹⁰⁴.

Sempre in Toscana, c'è il caso di “A veglia! Festival del Baratto a Manciano” organizzato e diretto dal 2008 dall'attrice Elena Guerrini pensato per ritrovare il piacere del dono e dello scambio: «tutti

¹⁰² Per approfondimenti si veda: <https://www.kilowattfestival.it/italia-dei-visionari/>

¹⁰³ Per approfondimenti si veda: <https://teatropovero.it/>

¹⁰⁴ Per approfondimenti si veda: <https://tovagliaquadri.com/>

possono assistere allo spettacolo, non serve il biglietto: basta portare in dono olio, vino, formaggi o prodotti della terra. In una zona con scarsissime attività culturali e con uno scarso sostegno pubblico al teatro, l'arte diventa un genere di prima necessità» (ivi, p. 114). Così succede che gli albergatori, i ristoratori e anche gli abitanti mettono a disposizione le camere e i pasti per gli artisti che partecipano gratuitamente, o pagati con prodotti naturali, in una idea di economia circolare applicata ai festival¹⁰⁵.

Definiti dal maestro della Nouvelle Vague François Truffaut il “festival più necessario di tutti” (ivi, p. 160), il “Giffoni Film Festival” nasce nel 1971 da una idea dell'allora diciottenne Claudio Gubitosi, che voleva promuovere il cinema per ragazzi in un paese con scarsa attrazione per il pubblico dei più piccoli. Ora uno dei festival più importanti in Italia dove i film in gara sono scelti e giudicati da giurati di ogni fascia d'età. Il festival accende i riflettori su un paese a rischio spopolamento (oggi in controtendenza con un tasso demografico in rialzo) dando voce alle generazioni a cui sono rivolti i film¹⁰⁶.

Un'altra forma per avvicinare il pubblico, senza doverlo attivamente e direttamente coinvolgere, è la richiesta di aiuto nell'organizzazione. “BookCity”, la festa dei libri di Milano, dal 2012 lancia una chiamata pubblica per chi abbia voglia di mettere a disposizione spazi per ospitare eventi del festival. Un modo dunque alternativo per partecipare a un festival, portarlo direttamente in casa propria, e rendendo i libri e la lettura una pratica diffusa nella vita quotidiana e negli spazi della città (Ponte di Pino 2021a)¹⁰⁷.

6.1.2. I festival fatti dai giovani per i giovani

Nato a Roma nel 2013, “Dominio Pubblico – La città agli Under 25” è il primo festival italiano completamente dedicato alla creatività degli under 25. Ogni anno un gruppo di giovani spettatori, seguendo un percorso di avvicinamento e osservazione, diventa la direzione artistica del festival e ne cura ogni aspetto organizzativo e promozionale.

Ci sono diverse modalità di partecipazione al festival come *Follower*, *Leader* e *Pro*, e durante l'anno, chi partecipa da ottobre a maggio partecipa a un corso di preparazione al festival assistendo

¹⁰⁵Per approfondimenti si veda: <https://www.avegliateatrodelbaratto.it/>

¹⁰⁶Per approfondimenti si veda: <https://www.giffonifilmfestival.it/>

¹⁰⁷Per approfondimenti si veda: <https://www.bookcitymilano.it/>

a 12 spettacoli e incontrando artisti e registi¹⁰⁸.

Dal 2013, spettatori e artisti under 30 si ritrovano tutti gli anni a Gualtieri, in provincia di Reggio Emilia per il festival “Direction Under 30”, come si legge sul sito del festival “il primo progetto interamente dedicato alla scena teatrale nazionale under 30. Si struttura come concorso e festival di spettacoli di compagnie under 30, selezionati, discussi e premiati da spettatori under 30 riuniti in giurie”¹⁰⁹. Una giuria popolare, una giuria critica, gli artisti e la direzione artistica compongono per pochi giorni un micromondo per dare spazio e risalto al teatro delle nuove generazioni, giudicato da coetanei.

Da queste realtà più storiche se ne sono affiancate altre disseminate su tutto il territorio nazionale, come Festival 20 30, idea della compagnia bolognese Kepler-452, o Arezzo Crowd, progetto della compagnia aretina Officine Montecristo, dando vita a una rete di festival e realtà teatrali interamente dedicata al teatro under 30, e nata per promuovere e sostenere le nuove generazioni di artisti: il Network Risonanze¹¹⁰.

6.2. Festival e volontariato

«Dopo un anno e mezzo di pandemia, partecipare a un festival culturale come volontario è stata l'occasione per molti di noi di riavvicinarsi ai coetanei» (volontaria al festival “Teatro sull'Acqua” 2021). Come si vedrà nella seconda parte di questa tesi, una delle motivazioni che hanno spinto le persone, e nello specifico i giovani, a partecipare come “volontari” al festival “Teatro sull'Acqua” è stata proprio per poter incontrare nuovamente i coetanei.

I festival culturali non fanno eccezione rispetto a quanto raccontato nel paragrafo precedente, rispecchiando quindi definizioni e motivazioni già presentate dalla letteratura (Eliasoph 1998; Hustinx *et al* 2010; Conserva 2013; Autissier 2015). Quello che cambia rispetto ad altri settori in cui si registra attività di volontariato è la fascia anagrafica, come emerso da una indagine di Effettofestival del 2012: il 94% dei volontari nei festival di approfondimento culturale è di età compresa tra i 16 e i 25 anni e tra i festival interpellati nell'indagine la media è di 212 volontari per festival. Ovviamente i festival non pagano i volontari, ma lo scambio prevede crediti scolastici (per l'87% dei festival); cibo e bevande (75% dei festival); gadget del festival (94%); ospitalità per

¹⁰⁸Per approfondimenti si veda: <http://www.dominiopubblicoteatro.it/>

¹⁰⁹Per approfondimenti si veda: <https://www.teatrosocialegualtieri.it/direction-under-30/>

¹¹⁰ Per approfondimenti si veda: <https://www.risonanzenetwork.it/>

volontari che provengono da fuori, *pass* per gli eventi e tessera associativa (44%)¹¹¹.

Nel coinvolgere gli adolescenti diventa fondamentale l'avvicinamento alle scuole, importanti alleate nella costruzione sia di un nuovo pubblico sia come sponsor di “manovalanza”, come riportato da Matteo Lancini ed Elena Buday (2013) nell'indagine al “Festival della Mente”, che ha preso in esame i 600 adolescenti volontari all'edizione 2012 della manifestazione. Il primo dato che emerge è la motivazione dove il 21% afferma di essersi avvicinato al festival per partecipare a conferenze e agli eventi; il 22% per sentirsi utili in un evento di natura culturale e sociale; e sempre il 22% per i crediti. Tutti però, anche chi si è avvicinato al festival per motivi più pragmatici, ha espresso sentimenti positivi alla fine dell'esperienza, tanto che il «42% dei giovani volontari ipotizza che la propria esperienza al Festival della Mente promuova in sé una spinta futura verso una maggiore partecipazione come fruitore di eventi di natura culturale, quali altri festival, rassegne cinematografiche, etc.

Il 31% sostiene che l'esperienza avrà una ricaduta diretta in termini di partecipazione attiva in ambito culturale, ad esempio l'associazionismo, mentre il 22% ha segnalato la possibilità che questa esperienza li porti nel futuro a leggere più libri» (Suttora 2013, p. 38). Il volontariato ai festival, oltre alla gratificazione narcisistica del sentirsi da un lato importanti poiché diversi dal semplice spettatore, sia utili nella società e poter sperimentare le proprie capacità (Lancini, Buday 2013), diventa una palestra di *audience engagement*, abbattendo i preconcetti legati alla cultura raccontata come lo si fa a scuola. Il festival trasforma la cultura in «libere scelte, autodeterminate e motivate dal gusto, dal piacere e dall'interesse personale: opportunità che veicolano un senso di partecipazione attiva e che contribuiscono a rafforzare la percezione di un'esperienza coinvolgente in termini di formazione e crescita del sé» (ivi, p. 57). La cultura diventa qualcosa di appassionante, che avvicina i ragazzi e li fa sentire parte di uno stesso gruppo con interessi simili.

“I volontari sono il corpo e l'anima di Festivaletteratura. Fin dalla prima edizione, centinaia di persone - in gran parte giovani e giovanissimi - vengono da tutta Italia per dar vita al festival e partecipare da protagonisti alla cinque giorni letteraria. Partecipare come volontario a Festivaletteratura significa rendersi disponibile al lavoro che verrà richiesto dal Festival in rapporto alle necessità che si presenteranno”, così si apre la sezione dedicata ai volontari sulla pagina del “Festivaletteratura” di Mantova, uno tra i principali eventi di letteratura in Italia, il secondo per storicità e primo ad aver adottato la formula di “approfondimento culturale”, e che conta ogni anno

¹¹¹I dati sono relativi a una indagine a cura di Guido Guerzoni sull'edizione 2011 di 37 festival di approfondimento culturale. Per maggiori informazioni si veda: <https://www.festivaldellamente.it/wp-content/uploads/2015/06/Effettofestival-2012.pdf> Allargando però il campione i numeri cambiano: da una indagine condotta da TrovaFestival nel 2019 un campione di 104 festival culturali, solo 69 manifestazioni hanno dichiarato di impiegare volontari, per un totale di 2289 unità con una media di 33 volontari a festival.

oltre 150.000 presenze¹¹². Le domande che arrivano ogni anno sono diverse migliaia e i posti sono circa 700: la grande richiesta è dovuta al fatto che essere volontario al festival di Mantova equivale a fare uno stage in una location prestigiosa, avere l'opportunità di entrare in contatto con personaggi famosi e soprattutto imparare un lavoro. Molte sono le sezioni per i volontari, dalla logistica, all'infopoint fino a ruoli in primo piano come i presentatori e i redattori web.

Essere un volontario, quindi con le premesse di libero arbitrio, disponibilità, vicinanza ai temi trattati e in gruppo formale, può essere uno strumento di avvicinamento e sviluppo culturale da un lato, e creazione di cittadinanza attiva dall'altro, che nel caso di adolescenti, quindi cittadini che si stanno formando e stanno mettendo in discussione il proprio ruolo nella società (Charmet 2013), diventa la possibilità di comprendere e sperimentare le proprie capacitazioni in un confronto con l'altro, all'interno di un gruppo temporaneo.

7. Conclusioni: i festival alla prova del Covid

Prima di affrontare la parte empirica di questa tesi di ricerca, è utile una riflessione su questi ultimi due anni di pandemia, che hanno cambiato il mondo e inevitabilmente anche i festival. Oltre ai consumi culturali, crollati immediatamente in percentuali differenti a seconda dei settori¹¹³, già dai primi mesi di *lockdown* e senza esperienza nell'ambito digitale, i festival hanno dovuto reinventarsi (Brilli *et al* 2022) per soddisfare una richiesta e proponendosi in parte come "creatori di contenuti" (Elsden *et al* 2021). Dai festival cinematografici *drive-in* in parcheggi abbandonati (Hylland 2022), ai festival di teatro senza teatro con spettacoli in diretta streaming o in formule sperimentali digitali (Brilli *et al* 2022; Gemini *et al* 2022); ai festival letterari con ospiti in diretta da tutto il mondo (Ponte di Pino 2021a), molte manifestazioni hanno provato a non perdere il contatto con il proprio pubblico, e magari raggiungerne di nuovo (Walmsley *et al* 2022). Modalità ibride mantenute anche in fase di ripresa tra il 2021 e il 2022 (ISTAT 2022).

Come osservato nel Rapporto Annuale di Federculture da Alonzo e Ponte di Pino¹¹⁴, l'analisi sui festival ha messo in luce fenomeni contrastanti: «Nel 2020 sono stati cancellati 360 festival, ovvero il 32,8% del totale dei festival mappati dal portale, di cui 29 di arte, 48 di cinema e audiovisivo, 77 di libri a approfondimento culturale, 118 di musica e 88 di teatro. I numeri si abbassano nel 2021: i

¹¹²Per approfondimenti si veda: <https://www.festivaletteratura.it/it/chi-siamo#tre>

¹¹³Per approfondimenti si veda: ISTAT Rapporto Annuale 2021: <https://www.istat.it/it/archivio/259060>

¹¹⁴I dati riportati nel Rapporto Annuale di Federculture sono relativi a una indagine condotta dall'Associazione TrovaFestival su un campione nazionale di oltre 1100 festival.

festival cancellati sono 189, il 16,8% del totale, di cui 15 di arte, 25 di cinema e audiovisivo, 49 di libri e approfondimento culturale, 54 di musica e 46 di teatro» (2022a, p.148). Ma nonostante le cancellazioni, diversi i festival che hanno resistito, confermando le date proposte o modificandole, e diversi i casi di nuove nascite: «Nel 2020, sono stati confermati 562 festival, 365 dei quali si sono svolti nel periodo in cui si tiene abitualmente il festival, 157 sono stati riprogrammati in un diverso periodo – anche se questo ha creato una sovrabbondanza di eventi tra agosto e ottobre – e 19 si sono concentrati in un solo giorno.

Il 2021 ha visto una tendenza al ritorno alla normalità, con 912 festival in presenza, 514 dei quali hanno confermato il periodo di svolgimento pre-Covid – quindi con le date del 2019 – mentre 250 hanno spostato le date sia rispetto al 2019 sia rispetto al 2020, anche a causa delle chiusure dei luoghi di spettacolo, 95 manifestazioni hanno confermato lo spostamento effettuato nel 2019 a causa della pandemia. Se 34 festival hanno dilatato la programmazione facendola durare anche diversi mesi, 19 festival hanno invece concentrato le loro attività in un solo giorno» (2022a, p. 149).

Il 2022 ha segnato invece un ritorno alla normalità: dopo due anni caratterizzati da chiusure, distanziamento, accesso contingentato ai luoghi della cultura, da un uso massiccio del digitale e dalla scarsa presenza di artisti e ospiti stranieri, per i festival e per il pubblico è stato l'anno della ripartenza. La maggioranza dei festival è tornata al format pre-pandemico, senza alcuna modifica strutturale, per ridefinire i linguaggi e i mezzi tecnologici utilizzati. Dai dati TrovaFestival sui festival 2022 emerge che, su 1.020 festival analizzati, 1.017 si sono svolti regolarmente in presenza e solo tre abbiano adottato modalità di svolgimento interamente digitali, di cui uno teatrale nato durante la pandemia come sperimentazione digitale (Brilli *et al* 2022), uno di approfondimento culturale e uno di cinema che hanno tenuto la formula interamente online per facilità di organizzazione e svolgendosi nei primi mesi dell'anno, quando la situazione era ancora incerta.

Un altro dato significativo sono i numeri delle manifestazioni nate proprio in periodo pandemico. Nonostante le numerose cancellazioni, come riporta TrovaFestival, tra il 2020 e il 2022 sono nati 100 nuovi festival: 28 nel 2022, di cui sette in paesi con meno di 10.000 abitanti (a livello geografico la distribuzione è di 19 nel Nord, 4 nel Centro, 5 nel Sud Italia; a livello settoriale la distribuzione è di 4 festival di arti visive; 1 di cinema e audiovisivo; 12 di libri e approfondimento culturale; 3 di musica; 8 di teatro e arti performative); 35 nel 2021, di cui 10 in paesi con meno di 10.000 abitanti (a livello geografico la distribuzione è di 19 nel Nord, 13 nel Centro, 3 nel Sud Italia; a livello settoriale la distribuzione è di 1 festival di arti visive; 4 di cinema e audiovisivo; 4 di libri e approfondimento culturale; 9 di musica; 17 di teatro e arti performative); 37 nel 2020, di cui sei in paesi con meno di 10.000 abitanti (a livello geografico la distribuzione è di 14 nel Nord, 18 nel Centro, 5 nel Sud Italia; a livello settoriale la distribuzione è di 2 festival di arti visive; 4 di

cinema e audiovisivo; 12 di libri e approfondimento culturale; 8 di musica; 11 di teatro e arti performative)¹¹⁵. Da questi dati emerge che il 23% di queste nuove manifestazioni è nato in piccoli paesi o addirittura in borghi, che hanno puntato sulla cultura per un possibile rilancio nel post pandemia (Alonzo 2022).

Questi dati risultano particolarmente positivi considerando che l'Italia è tra gli ultimi paesi europei per spesa pubblica in ambito culturale e in consumi culturali¹¹⁶. Di conseguenza il fatto che amministrazioni e strutture dal basso si siano attivate per la nascita di nuove manifestazioni per il rilancio dei propri territori dimostra quanto la cultura sia diventata un volano significativo per l'economia locale (ivi), sottolineando il bisogno di tornare in presenza, seppur in alcuni casi mantenendo una forma ibrida.

L'importanza strategica del settore è stata riconosciuta in questi anni anche dal Ministero della Cultura, che ha accolto nel FUS, il Fondo Unico per lo Spettacolo, una notevole quantità di festival di teatro, circo, danza, musica: «Nel triennio 2019-2020 erano stati sostenuti dal FUS 20 (venti) Festival di Teatro. Nel 2021 sono state accettate 50 Prime istanze, portando il numero totale dei Festival di Teatro a 70. Nel 2022 il numero totale del Festival di Teatro è di 58: 17 festival “storici” più 41 Prime istanze, di cui 23 entrate nel 2021 e 18 entrate nel 2022»¹¹⁷.

Dal Report di Federculture emerge anche che nel 2020 «167 festival si erano svolti interamente in streaming, con l'obiettivo di mantenere la continuità del rapporto con il proprio pubblico e con gli altri stakeholders. Nel 2021 le manifestazioni che hanno scelto di svolgersi unicamente in digitale sono state solo 24» (Alonzo, Ponte di Pino 2022a, p. 154). Una delle opportunità offerte del digitale è stata la possibilità di raggiungere una fascia di pubblico più ampia. Dall'indagine “EffettoFestival. I consumi culturali degli italiani ai tempi di Covid-19: vecchie e nuove abitudini”, condotta dal 6 al 21 ottobre 2020, è risultato che il 16% del campione di indagine si fosse avvicinato per la prima volta alla cultura durante il lockdown grazie al digitale¹¹⁸. Il digitale era già presente, ma la pandemia l'ha reso necessario per poter “ricostruire dinamiche di socialità a partire dall'impossibilità di fare incontrare i corpi” (Boccia Artieri 2020), e trovando quindi una alternativa al collaudato modus vivendi basato sulla costruzione dell'identità a partire dalla relazione con l'altro (Goffman 1997 [1969]).

I festival si presentano come strutture sperimentali, più accessibili e leggere rispetto ad altri e

¹¹⁵ Va precisato che dei 35 festival nati nel 2021, 6 sono già stati cancellati, di cui uno in un borgo di meno di 10.000 abitanti; e dei 37 festival nati nel 2020, 10 sono già stati cancellati, di cui uno in un borgo di meno di 10.000 abitanti. Per approfondimenti si veda www.trovafestival.it

¹¹⁶ Rapporto Eurostat 2019. Per approfondimenti si veda: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/culture/overview>

¹¹⁷ Per approfondimenti si veda: <https://www.ateatro.it/webzine/2022/07/19/da-festivalia-a-fustivale/>

¹¹⁸ Ipsos, “EffettoFestival. I consumi culturali degli italiani ai tempi di Covid-19: vecchie e nuove abitudini”, ricerca presentata nell'ambito di BookCity Milano, Milano, Lombardia, 14 novembre 2020.

tradizionali format culturali, raggiungendo e incuriosendo più agilmente “pubblici potenziali” (Bollo 2018), ovvero coloro i quali solitamente non partecipano a iniziative culturali. Basti pensare che i dati ISTAT riportano che quasi 5 milioni di italiano partecipassero a festival culturali prima della pandemia (ISTAT 2022). Formule di sperimentazione con il digitale sono state provate anche dai festival (Hylland 2022; Brzozowska, Galuszka, 2023;), soprattutto a inizio pandemia, quando era più importante far sentire la presenza e la vicinanza al proprio pubblico, sottolineando il ruolo sociale della cultura, ma anche sfruttando le potenzialità della rete di arrivare a spettatori mai intercettati precedentemente (Walmsley *et al* 2022). Queste caratteristiche, unite alla capacità di risemantizzare gli spazi, rendono i festival uno strumento strategico nei processi rigenerazione, *audience engagement* e di conseguenza cittadinanza attiva, come si avrà modo di vedere nei prossimi capitoli.

PARTE 2. Il contesto di ricerca

*Del resto il festival è un rito comunitario.
Una danza collettiva che respira di vita e di passione.
Paolo Fresu, 2022*

1. Introduzione

La seconda parte di questa tesi è stata dedicata al contesto di ricerca. Si parte con gli *Event Studies*, ipotizzando un possibile filone interamente dedicato al settore dei festival, che attinge a diverse discipline accademiche e necessita di un approccio interdisciplinare, sia nella teoria sia nei metodi. Si è poi definito il disegno di ricerca, sia a livello teorico sia a livello empirico, arrivando alla definizione del caso studio, il festival “Arona Città-Teatro sull’Aqua”, già festival “Teatro sull’Acqua”, preso a modello per analizzare le sfumature e le profondità dei fenomeni complessi di cui si compone il reale. Gli ultimi capitoli di questa seconda parte sono dedicati alla presentazione della metodologia adottata nella ricerca empirica, rimodulata diverse volte in seguito all’incertezza dovuta alla pandemia: per indagare il caso studio e cercare di comprendere se un festival culturale possa essere uno strumento di creazione di cittadinanza attiva e di sviluppo di welfare culturale, si è optato per un approccio *mixed method*, analizzato nel quarto paragrafo, che ha conciliato tecniche qualitative come l’osservazione partecipante e le interviste con la tecnica quantitativa del questionario.

2. Event Studies: chi si occupa dei festival?

Come si è visto nella prima parte di questa tesi, le funzioni che possono assolvere i festival culturali sono tradizionalmente diverse: celebrazione o reinvenzione del patrimonio artistico; attrazione turistica e valorizzazione di un territorio, delle sue risorse e della sua notorietà; un’occasione per sperimentare nuove forme artistiche e con diversi rapporti con il pubblico; aumentare il capitale

cognitivo della comunità; un'occasione di scambio e integrazione sociale, e la creazione di nuove reti. Relegare i festival alla sola dimensione culturale appare estremamente riduttivo: i festival sono momenti di aggregazione sociale che riporta i bisogni comuni nei luoghi della condivisione (Getz, Page 2016a). Così osservati i festival possono essere interpretati in una chiave antropologica legata al mondo del rito e della religione a partire dalle teorie di Arnold van Gennep (2012 [1909]) e Émile Durkheim (2005 [1912]), per arrivare ai più recenti Duvignaud (1973b), Victor Turner (1974; 1982), Alessandro Falassi (1987);.

Ma è solo con l'introduzione degli *Event Studies* che i festival acquisiscono una nuova autonomia, in primis da una prospettiva economica, come motori di interi comparti turistici, poi sociologica, umana e artistica (Getz 2007).

Introdotti in Italia da professionisti della cultura come Lucio Argano, Alessandro Bollo e Paolo Dalla Sega (2007)¹¹⁹, tra gli altri, gli *Event Studies* sono definiti da Donald Getz, professore emerito e uno dei massimi esperti del Management di eventi culturali, come: «the academic field devoted to creating knowledge and theory about planned events. The core phenomenon is the experience of planned events, and meanings attached to them. *Event Studies* draws mainly from the social sciences, management, the arts, humanities and a number of closely related professional fields» (Getz 2007, p. 2).

Seppur il discorso attorno agli eventi e ai festival come motore economico e sociale fosse già iniziato a metà degli anni Ottanta, con la nascita nel 1987 della International Special Events Society (ISES)¹²⁰, solo negli anni Novanta compaiono i primi corsi universitari dedicati al settore. Nel 2004 in Inghilterra nasce l'Association for Events Management Education (AEME)¹²¹ per supportare la crescita delle discipline legate al mondo degli eventi e disseminare buone pratiche, mettendo a frutto gli studi già effettuati negli ambiti del turismo, del *leisure* e dell'ospitalità (Getz 2008). Sempre dai paesi anglofoni arrivano i *leisure studies* che «non intendono utilizzare un approccio esclusivamente sociologico, o esclusivamente psicologico, o esclusivamente geografico, ecc., secondo quanto sostenuto dagli stessi esponenti: il tipo di obiettivo e di programma che intendono perseguire è quello di realizzare un insieme di ricerche transdisciplinari che coinvolgano saperi provenienti da diverse discipline e tradizioni di ricerca e che si rifanno alla sociologia, alla storia sociale, alla geografia, all'economia, alla psicologia, alla pianificazione urbanistica, alla letteratura, ecc., con lo scopo di rispondere a diverse questioni riguardanti il *leisure* come «dimensione umana»

¹¹⁹ Per approfondimenti si vedano: Argano L., Bollo A., Dalla Sega P., Vivalda C. (2007), *Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione*, FrancoAngeli, Milano. Argano L., Bollo A., Dalla Sega P. (2018), *Organizzare eventi culturali*, FrancoAngeli, Milano; Argano L. (2012), *Manuale di progettazione della cultura*, FrancoAngeli, Milano.

¹²⁰ Diventata poi nel 2016 la International Live Events Association. Per approfondimenti si veda: <https://ileahub.com/>

¹²¹ Per approfondimenti si veda: <https://www.aeme.org/>

(Lo Verde 2009, p. 55).

Gli *Event Studies* approfondiscono quindi tutte le questioni relative a eventi e manifestazioni, compresi i festival, indipendentemente dalla loro progettazione, produzione o gestione economica (Getz 2007). Anche il settore dei festival ha delle implicazioni sociali, di natura culturale, economica e politica: la traduzione italiana di *Event Studies* rimanda immediatamente a quanto accennato sulla accidentalità dell'evento, la sua unicità e la sua progettazione come elementi distintivi (Argano 2012), differenti dal mondo dei festival, che si basano su una ripetitività e relazione comunitaria che *l'una tantum* non riesce a raggiungere. Di conseguenza, e come già adottato in diverse categorie come quella cinematografica (Stevens 2018), in questa tesi si avanza l'ipotesi di parlare di *Festival Studies*, un campo di ricerca che attinge a diverse discipline accademiche, da quelle umane a quelle economiche, dalle scienze sociali a quelle artistiche, con implicazione sociali, economiche e culturali nella quotidianità degli individui. Come accade per il contesto degli *Event Studies* (Getz 2007), i *Festival Studies* necessitano di un approccio interdisciplinare, sia nella teoria sia nei metodi, "basato sulla conoscenza" Jafari (1987), e che l'oggetto di indagine determinerà a quali discipline attingere di volta in volta. Nello specifico, i festival, così come le celebrazioni culturali, i riti religiosi e i carnevali, sono stati spesso sussunti nella letteratura del turismo culturale e dell'impatto sociale sui territori. Ma le indagini a partire dal momento festival sono oggi numerose e sugli ambiti più differenti¹²².

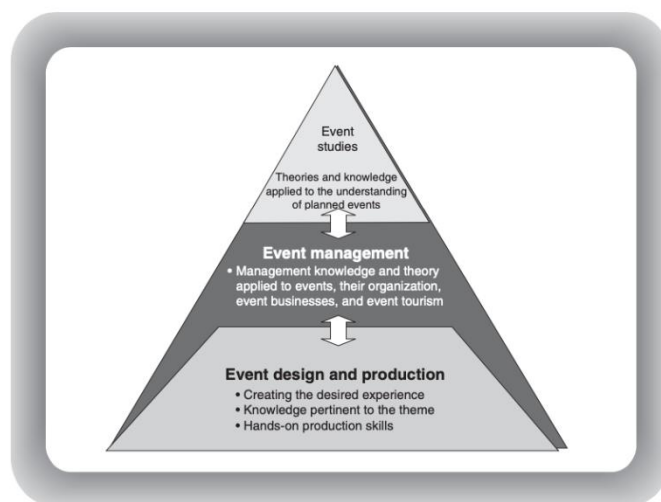


Fig.5 – Livelli di educazione agli eventi. Fonte Getz 2007.

¹²² Per approfondimenti sui festival si vedano per esempio le ricerche di Greg Richards (1996; 2007), Rhodri Thomas (Thomas, Wood 2004; Wood, Thomas 2006) Bernadette Quinn (2005; 2006) e, più recenti, le analisi della professoressa Emma Wood, che partendo dall'emozione collettiva di Durkheim e il concetto di sincronia emotiva percepita, esplora i ricordi degli eventi culturali e del turismo esperienziale, provando a creare un modello concettuale che spieghi in che modo si riesca a concordare sulle proprie emozioni nella partecipazione (Wood 2020; Wood, Kinnunen 2020).

3. Disegno di ricerca

3.1. Contesto e domanda di ricerca

La ricerca è frutto dell'analisi sul campo della dottoranda Giulia Alonzo, grazie alla supervisione della Professoressa Roberta Paltrinieri, ordinario di Sociologia presso l'Università degli Studi di Bologna, che con il suo team di ricerca sta conducendo una indagine innovativa e all'avanguardia sul ruolo della cultura come elemento e strumento di welfare di comunità (Paltrinieri 2021).

Come si è visto fino a qui, la cultura comprende il patrimonio collettivo materiale e immateriale, sia come frutto di pensiero e speculazione, sia come insieme di pratiche. Ma la cultura è anche un elemento di innovazione e di rottura, che spinge a «superare la contrapposizione tra la valorizzazione del patrimonio culturale in termini economici e la valorizzazione del patrimonio culturale in termini estetici a favore di un approccio che attribuisca ‘responsabilità sociale alla cultura’ ed ai suoi attori sia dal punto di vista dell’offerta, la produzione culturale che della domanda, o fruizione, di cultura» (Paltrinieri 2019, p. 123). Tra il patrimonio intangibile, seppure le ripercussioni siano spesso fortemente tangibili, risiedono anche i festival culturali.

La domanda di ricerca che ha guidato questo lavoro vuole rispondere alla crescente attenzione riservata ai festival culturali, anche in conseguenza del loro successo e della loro diffusione, da un punto di vista sociale. Nello specifico può un festival culturale, seppur con la sua temporaneità, contribuire a un processo di creazione di cittadinanza attiva? E se sì, in che modo?

Per rispondere a questa domanda il “problema” festival è stato affrontato su due fronti, quello teorico e quello empirico.

3.1.1. Livello teorico

Per rispondere a questi quesiti è sorta la necessità di effettuare una rassegna della letteratura e un complesso sforzo teorico per collocare il lavoro di ricerca dal punto di vista teorico ed epistemologico e così identificare un duplice *framework* legato sia al tema dei festival sia al concetto di cittadinanza attiva e partecipazione, come si è esplorato nel primo capitolo.

Con la loro ritualità e creazione di identità collettiva, i festival culturali hanno un impatto sociale, culturale ed economico positivo sul territorio e sui cittadini coinvolti, sia in ambito urbano sia nelle aree a rischio di spopolamento, che sempre più ricorrono alla cultura per trovare nuovi stimoli

attrattivi e rilanciarsi (Alonzo, Ponte di Pino 2022b). Tuttavia, nonostante le relazioni esistenti tra festival culturali, comunità e cittadinanza attiva siano implicite, le ricerche sul tema, soprattutto a livello nazionale, sono ancora limitate, e perlopiù relative al settore economico. Se infatti da un lato i festival culturali possono essere considerati uno strumento per la creazione di comunità, dall'altro lato la cittadinanza attiva può essere considerata come una “palestra di democrazia” coinvolgendo le comunità (Moro 2013), una indagine della letteratura esistente mostra che sono ancora pochi gli studi che mettono in relazione i due fenomeni, spesso relegando i festival o a movimenti di protesta o a meccanismi di *audience engagement* (Bollo 2014; Bollo *et al* 2017; Argano *et al* 2018; Da Milano, Gariboldi 2019). Le motivazioni potrebbero essere diverse, prima fra tutte la mancanza di riconoscibilità semantica e politica del “festival”. Come si è avuto modo di vedere, il concetto di festival è di difficile incasellamento e definizione, presentandosi quindi come un corpo multidisciplinare e multisemantico, acquisendo le caratteristiche che di volta in volta gli vengono affibbate e creando di conseguenza nuovi immaginari nelle persone che li organizzano e li fruiscono. Questa fluidità, che in parte rispecchia anche la libertà di pensiero in cui la società è incanalata (Bauman 2011a [1999]), da un lato ha i suoi frutti nell'aumento esponenziale di nuove manifestazioni negli ultimi decenni, ma dall'altro non consente di concepire il festival come una entità autonoma, rimanendo subordinato a una disciplina predominante che lo caratterizza, festival di cinema, festival di teatro, festival di musica...

Questo aspetto è però strettamente legato alla considerazione politica che viene data in Italia al ruolo della cultura, troppo spesso legata al solo intrattenimento o alla sola possibilità di attrazione turistica senza una progettualità organica e integrata che trascenda e superi la già nota questione del “Con la cultura si mangia?” (Dubini 2018; Paltrinieri 2022a) ma che inneschi processi di consapevolezza dell'importanza della cultura nella quotidianità degli individui per attivare meccanismi di immaginazione e capacitazioni relazionali, sociali e di interpretazione della complessità del quotidiano (Paltrinieri 2021; Pih, Bruni 2022).

3.1.2. Livello empirico

Seppur a una vivace attività di festival non corrisponda un'altrettanto frizzante ricerca sociologica in merito, in Italia diverse associazioni culturali studiano il fenomeno. Oltre alla già citata TrovaFestival, si fa qui riferimento all'Associazione Culturale Ateatro, che osserva e studia i processi relativi al mondo dello spettacolo dal vivo, con una attenzione preponderante per le attività

tra Lombardia e Piemonte, grazie anche al sostegno di Fondazione Cariplo¹²³. Ateatro.it è stato tra i primi magazine online a occuparsi di teatro, fondato dal giornalista Oliviero Ponte di Pino e messo online il 14 gennaio 2001, un giorno prima di Wikipedia, e da allora diventato un punto di riferimento per il mondo culturale e teatrale italiano¹²⁴. Da una collaborazione tra l'Associazione Culturale Ateatro e l'Associazione Culturale TrovaFestival è nato il progetto "Festival e Territori" che ha il desiderio di analizzare il ruolo dei festival sui territori, anche in una ottica di sviluppo territoriale e di *audience development*, e in cui questa ricerca dottorale ha trovato diversi momenti di incontro, confronto e sostegno¹²⁵.

Per questo motivo la scelta del caso studio è stata mirata a individuare una manifestazione situata tra l'alto Piemonte, nello specifico le province di Novara e Verbano-Cusio-Ossola, e la Lombardia, e che si occupasse principalmente, ma non unicamente, di teatro.

Partendo dal caso studio di un festival piemontese, "Teatro sull'Acqua" nella cittadina di Arona sulle sponde del Lago Maggiore, l'obiettivo della ricerca, senza pretesa di esaustività, è l'osservazione di un tentativo di costruzione di un processo di cittadinanza attiva, che ogni anno si rinnova. L'indagine, dalla valenza esplorativa ha lo scopo di stabilire un legame di reciprocità tra la ricerca teorica e l'analisi empirica. Sostenendo l'ipotesi per cui esistono dei legami tra le pratiche di cittadinanza attiva e di festival culturali, si è cercato di comprendere se e in che modo le pratiche attivate dal festival relative alla creazione di cittadinanza attiva corrispondessero a quanto definito nella sezione teorica, individuando possibili punti di forza e riproducibilità, capendo dunque se il festival possa essere definito una buona pratica, ma anche analizzando e osservando possibili debolezze e criticità che mettano in discussione la relazione tra il fenomeno della cittadinanza attiva con quello di manifestazione culturale.

3.2. La scelta del caso studio

La prima fase della ricerca è stata una analisi in chiave integrata e multidisciplinare dell'offerta del territorio di riferimento, sia dal punto di vista della proposta culturale sia dal punto di vista dell'offerta per i visitatori (HoReCa, prodotti tipici, eccetera). Come si è già detto, considerando l'interesse prevalente di Ateatro, nella prima fase dell'analisi per la ricerca del caso studio ci si è

¹²³Per approfondimenti sul tema si veda Carlini C., Gallina M., Ponte di Pino O. (2017), Reinventare i luoghi della cultura contemporanea. Nuovi spazi, nuove creatività, nuove professioni, nuovi pubblici, FrancoAngeli, Milano; Friel M. (2021), Spettacolo dal vivo e turismo. Strategie e strumenti di incontro, FrancoAngeli, Milano.

¹²⁴Per approfondimenti si veda: <https://www.ateatro.it/webzine/>

¹²⁵Nello specifico si ringrazia la dottoressa Selene Ambrogi per il suo contributo durante il lavoro di campo ad Arona.

concentrati sui festival di teatro, danza, circo. Prima dunque di arrivare a questa analisi territoriale, se n'è compiuta una preliminare sui festival teatrali presenti sul territorio di interesse, quindi la Lombardia e le province di Novara e Verbano-Cusio-Ossola, partendo dalla mappatura dei festival culturali mappati in Italia dal portale TrovaFestival, precedentemente citato.

Inoltre, visto il periodo di grande incertezza in cui si è stati immersi (e forse lo si è ancora), e considerando che alcuni dei festival individuati non hanno svolto l'edizione 2020 oppure hanno proposto una edizione online, tra febbraio e marzo 2021 si erano contattati gli organizzatori di tutti i festival teatrali nel territorio delimitato per capire come si stavano organizzando in vista dell'edizione 2021. Le risposte avevano confermato una situazione purtroppo ancora molto fluida¹²⁶. Questo è servito per scartare manifestazioni che avevano già definito una programmazione online o che non prevedevano lo svolgimento di una edizione nell'estate 2021.

Inoltre questa scelta ha portato ad aggiungere un ulteriore step nel quale si è cercato di capire e analizzare le iniziative e i progetti innovativi che hanno previsto il coinvolgimento del pubblico e della cittadinanza online, anche in periodo di Covid.

La scelta del caso studio è stata poi indirizzata alla ricerca di una Buona Pratica, ovvero un modello sostenibile e replicabile in altre aree. È dunque cruciale la scelta della tipologia di festival, a partire anche dalle potenzialità di fare rete. In questa prospettiva si sono affrontate diverse questioni:

- l'individuazione di aree geografiche collaborative;
- le specificità di Milano e dei grandi agglomerati urbani;
- le tipologie di festival teatrali affrontare (bambini – danza – strada – circo).

La mappatura che segue è stata compiuta tra febbraio e marzo 2021.

3.2.1. I festival tra Lombardia e le province di Novara e Verbano-Cusio-Ossola

I festival mappati da TrovaFestival nelle province lombarde di Bergamo, Brescia, Como, Cremona, Lecco, Lodi, Mantova, Milano, Monza-Brianza, Pavia, Sondrio, Varese e nelle province piemontesi di Novara e Verbano-Cusio-Ossola sono 162 di cui quarantaquattro teatro, quarantadue di libri e approfondimento culturale, trentacinque di musica, ventiquattro di cinema e audiovisivo, diciassette di arte.

Nella Tab.7 si sono suddivisi i festival per provincia e per settore.

¹²⁶ Gli incontri online e le telefonate sono avvenute tra febbraio e marzo 2021, quando i luoghi della cultura erano ancora chiusi al pubblico.

	Arte	Cinema e audiovisivo	Musica	Teatro	Libri e approfondimento	Totale
Bergamo	0	3	5	5	5	18
Brescia	2	2	3	8	3	18
Como	0	0	2	0	4	6
Cremona	0	1	3	0	2	6
Lecco	0	0	2	6	1	9
Lodi	1	0	0	0	0	1
Mantova	1	0	1	1	3	6
Milano	12	13	11	19	17	72
Monza-Brianza	0	0	2	1	0	3
Novara	0	0	1	2	3	6
Pavia	0	0	1	0	0	1
Sondrio	0	1	1	0	0	2
Varese	0	2	1	1	1	5
Verbano-Cusio-Ossola	1	2	2	1	3	9
	17	24	35	44	42	162

Tab.7 - Festival per provincia e per settore. Elaborazione propria.

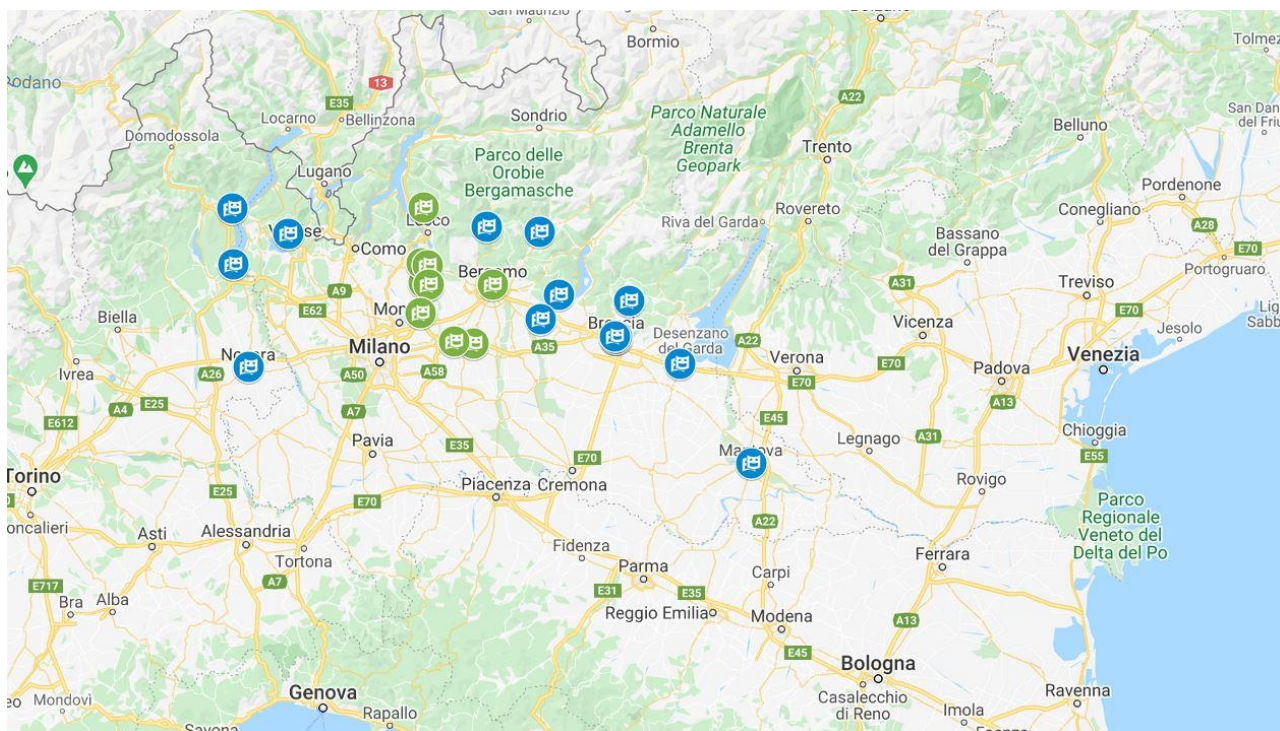


Fig.6 - I festival teatrali della Lombardia (+NO e VCO). Elaborazione propria.

Le province di Como, Cremona, Lodi, Pavia e Sondrio non hanno festival di teatro. Le ragioni di questa assenza possono essere ovviamente diverse e meriterebbero una ulteriore indagine.

La visualizzazione dei dati in tabella sulla mappa consente alcune osservazioni.

Alcuni confini territoriali “politici” vengono superati a favore di creazioni di nuove direttrici, che possono indicare possibili aggregazioni. È il caso della Valle dell'Adda, che interessa alcune località delle province di Bergamo, Lecco e Monza-Brianza, in cui si svolgono dodici festival, di cui otto teatrali (nella Fig.6 sono in verde). L'aggregazione di manifestazioni in questa area geografica è dovuta soprattutto all'iniziativa di due compagnie teatrali, Campsirago Residenze Teatrali (che organizza 4 festival: “Il Giardino delle Esperidi”, “In Grigna!”, “Nuovi Fantasmi Festival”, “Vimercate Ragazzi Festival”) e Teatro Invito (che organizza il festival “L'ultima luna d'estate” e “I Luoghi dell'Adda” e partecipa a “Vimercate Ragazzi Festival”).

Estrapolando i dati relativi alla Valle dell'Adda, la Tab.7 può essere così modificata, diventando la Tab.7a:

	Arte	Cinema e audiovisivo	Musica	Teatro	Libri e approfondimento	Totale
Bergamo	0	3	4	4	5	16
Brescia	2	2	3	8	3	18
Como	0	0	2	0	4	6
Cremona	0	1	3	0	2	6
Lecco	0	0	0	0	0	0
Lodi	1	0	0	0	0	1
Mantova	1	0	1	1	3	6
Milano	12	13	11	19	17	72
Monza-Brianza	0	0	2	0	0	2
Novara	0	0	1	2	3	6
Pavia	0	0	1	0	0	1
Sondrio	0	1	1	0	0	2
Valle dell'Adda	0	0	3	8	1	12
Varese	0	2	1	1	1	5
Verbano-Cusio-Ossola	1	2	2	1	3	9
	17	24	35	44	42	162

Tab.7a - Festival per provincia e per settore. Elaborazione propria.

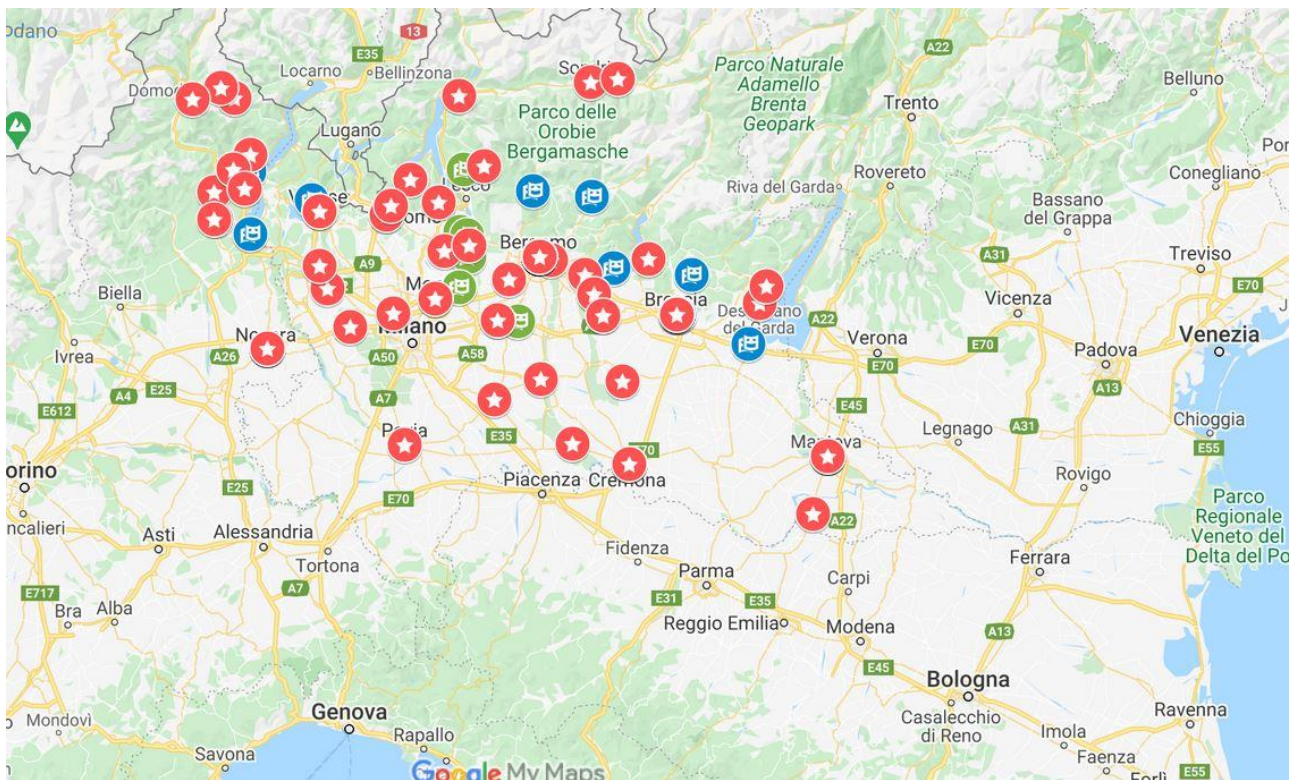


Fig.7 - Tutti i festival della Lombardia (+ NO e VCO). Elaborazione propria.

3.2.2. Milano e i grandi agglomerati urbani

La Città Metropolitana di Milano ospita settantadue festival culturali, di cui sessantaquattro si svolgono nella Città di Milano.

È una offerta assai significativa, in termini assoluti ma anche in rapporto al numero di abitanti: Milano è la terza città italiana per numero di festival pro-capite con un festival ogni 20.000 abitanti (dopo Bologna 13.000 e Firenze 15.000)¹²⁷. Anche le classifiche internazionali indicano Milano tra le città culturalmente più vivaci in Italia e terza in Europa per “Cultural Vibrancy”, dopo Parigi e Praga, grazie al suo alto numero di teatri, sale concerti, musei, gallerie e spazi culturali¹²⁸. Anche i cittadini milanesi vivono la cultura in maniera differente, abituati ad avere tutto a pochi metri da casa (Manzini 2021), dal cinema pop a quello d'essai, dal teatro alla danza, da un concerto di musica classica a uno più contemporaneo, viziando il vissuto e l'immaginario su come si vive e si fruisce la cultura in altre città italiane, piccole o medie, o nei remoti borghi nelle aree interne.

¹²⁷Dati TrovaFestival relativi a gennaio 2021.

¹²⁸ Per approfondimenti si veda il Report “Cultural and Creative Cities Monitor” che confronta 168 città europee, selezionate in base al loro impegno nella promozione della cultura e della creatività, attraverso ventinove indicatori raggruppati in nove dimensioni che descrivono la vitalità culturale: <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor>

Il fenomeno Milano può essere analizzato da due prospettive diverse. In primo luogo, quello dell'offerta culturale globale, nell'ottica di un sistema culturale ricco, articolato e integrato, e interessato a qualificare l'offerta anche in una prospettiva turistica: lo dimostrano il pionieristico Fuorisalone e il progetto unico in Italia di YesMilano, con tutte le sue potenzialità e problematicità che abbiamo già illustrato.

Dall'altro è possibile partire dalla vivacità dei singoli quartieri, che presentano una offerta e consumi di cultura molto diversi. Questo approccio centrato sull'impatto sui territori può essere utile per intercettare reti, reali o potenziali, e flussi tra quartieri, partendo dall'individuazione e dal coinvolgimento degli stakeholder del festival, intesi come realtà culturali, pubblico (è dello stesso quartiere? Di altre zone della città? Dalla provincia?) e i fornitori di servizi per il festival e per il pubblico (Ho.Re.Ca. ma anche fornitori di servizi e collaboratori).

Qualora si decidesse di analizzare un festival in uno dei quartieri di Milano, viene spontaneo domandarsi in quale altra città italiana si possa replicare il progetto. Non contando le città metropolitane, Milano è insieme a Roma l'unica altra città in Italia a superare il milione di abitanti, anche se con un sistema di quartieri e logistica (dai trasporti, alle infrastrutture, ai servizi offerti) molto differente da quello della capitale.

Sarebbe possibile considerare Milano un agglomerato di città: ma in questo caso sarebbe opportuno capire come segmentare il territorio: le nove zone in cui è divisa amministrativamente Milano non corrispondono al vissuto dei cittadini e non tengono conto dei *social district group* e della prospettiva della “Città dei 15 minuti”, di cui si è iniziato a parlare e teorizzare negli ultimi anni (Manzini 2021).

Si è ritenuto dunque che un caso studio in una grande città non rappresentasse una buona pratica facilmente ripetibile in altri contesti, eliminando così i festival a Milano e Brescia, che conta quasi 200.000 abitanti.

3.2.3. I criteri di individuazione del caso studio

Una volta stabilito di prendere in considerazione manifestazioni in città di piccole o medie dimensioni, o borghi e villaggi, escludendo quindi i grandi centri urbani come Milano e Brescia, rimanevano sedici festival divisi in sei province.

In fase di valutazione dei primi dati raccolti, ci si è limitati a una scelta prendendo in considerazione altri elementi: la tipologia del festival, intesa come disciplina e target della manifestazione; la

possibilità di creazione di una rete e conseguente analisi di sistema; la storicità e continuità del progetto.

La tipologia (discipline e target)

Il primo elemento preso in considerazione è stato la tipologia di festival teatrali da scegliere. Tra i sedici festival presenti, alcuni sono festival di danza o teatro di strada. Altri hanno invece come principale target i bambini. L'idea era quella di scegliere un festival teatrale ma aperto a diversi linguaggi e che sapesse parlare a un pubblico ampio, e non settoriale, individuando quindi un caso studio multi e interdisciplinare.

Analisi del sistema Valle d'Adda

L'area geografica della Valle d'Adda si è ritenuto potesse essere un interessante caso studio di creazione di sistema integrato, in cui la stessa compagnia teatrale, attraverso la creazione di una serie di iniziative sul territorio, innesca meccanismi di rete. Nonostante questo, uno degli obiettivi del progetto pilota sarebbe quello di far dialogare realtà locali che non ancora dialogano o capire perché questo non accade, e Campsirago o Teatro Invito rischiano di essere già fortemente radicati e noti sul territorio, con una densa rete relazionale e sociale.

Storicità e continuità

Si è inoltre ritenuto opportuno mettere ulteriori limitazioni legate alla storicità, per poter affermare la continuità della manifestazione presa in esame, e il possibile conflitto di interesse con altre attività culturali nell'area geografica in cui si svolge il festival. Si sono quindi presi in considerazione i festival:

- nati nel e prima del 2017, che avessero quindi almeno tre anni di storicità, escluso il 2020 (per il Covid);
- che avessero fatto l'edizione 2020, virtuale o reale, per poter raccontare un possibile passaggio;
- che avessero un target ampio e un ambito multidisciplinare, quindi in un'ottica di creazione di rete, che non si rivolgessero solo a una nicchia di mercato;
- escludere compagnie con già attività stabili sul territorio, come un teatro, per evitare possibili conflitti di interesse.

3.2.4. Preliminare analisi territoriale dei cinque festival individuati

Dei sedici festival precedentemente individuati, una volta posti tutti i paletti dati sono rimasti i seguenti cinque festival¹²⁹:

AREA GEOGRAFICA	FESTIVAL
PROVINCIA BERGAMO (in tutta la provincia abbiamo mappato 16 festival)	Levar l'ombra da terra (Provincia di Bergamo) Festival di teatro Dal 15 agosto al 26 settembre 2020 Prima ed. 2008
VALLE d'ADDA (in tutta l'area 12 festival)	Il Giardino delle Esperidi (Colle Brianza) Esperienza itinerante di completa immersione nella natura 25/06/2021-05/07/2021 prima ed. 2008
PROVINCIA VERBANIA (in tutta la provincia 9 festival, di cui 3 a Verbania)	Cross Festival (Verbania) Festival dei linguaggi performativi contemporanei 09/07/2020-26/09/2020 Prima ed. 2014
PROVINCIA NOVARA (in tutta la provincia 6 festival)	Teatro sull'Acqua (Arona) Incontri internazionali di teatro e parola 09/09/2020-13/09/2020 Prima ed. 2011
PROVINCIA VARESE (in tutta la provincia 5 festival)	Tra Sacro e Sacro Monte (Varese) Festival di teatro 02/07/2020-30/07/2020 Prima ed. 2010

Tab.8 – Schema cinque festival individuati. Elaborazione propria.

In un primo momento si era ipotizzato di contattare i cinque festival per chiedere direttamente a loro informazioni per compiere l'analisi. Si è però ritenuto opportuno, in questa fase preliminare, non contattare i cinque festival per evitare da un lato che si instaurassero meccanismi di attesa o di pressione che potessero in qualsiasi modo influenzare la decisione finale del caso studio; dall'altro che, una volta rese note le intenzioni di analisi, il festival si auto-organizzasse in un progetto autonomo.

Si è quindi compiuta una *desk analysis*, una consultazione e una valutazione principalmente di risorse digitali e gratuite. L'analisi è stata suddivisa nelle voci:

¹²⁹L'indagine è stata compiuta tra febbraio 2021. Le informazioni risalgono dunque a quel periodo.

- Informazioni generali sul festival: le informazioni di base del festival: il nome, l'anno della prima edizione, breve definizione del festival, i dati sui social (aggiornati al 27 febbraio 2021) e la direzione artistica.
- Periodo del festival: prendendo in esame la triennalità 2019-2020, si è visto se e come il festival abbia cambiato il periodo del proprio svolgimento, tenendo in considerazione anche le limitazioni che la pandemia ha imposto nel 2020-2021.
- Programma e organizzazione del festival: la location, il numero di spettatori, il numero di eventi nel 2019 e nel 2020, la collaborazione con altri festival, il costo del festival (trovato solo in un caso), il costo del biglietto al pubblico, e gli sponsor.
- Analisi territoriale generale: sede organizzativa del festival, numero di abitanti, distanza dal capoluogo di provincia, mezzi pubblici e infrastrutture presenti. Per i festival che si svolgono in diverse location si è tenuta in considerazione la sede principale del festival, che in alcuni casi consiste nella sede dell'organizzazione e in altri nella location di dove la manifestazione di svolge.
- Analisi territoriale culturale: numero di teatri, associazioni, centri culturali, cinema, musei e gallerie d'arte in città, il numero di altri festival che si svolgono a una distanza di 15-20 km, e qualche informazione sull'amministrazione. Per i festival che si svolgono in diverse location, abbiamo tenuto in considerazione la sede principale del festival, che in alcuni casi coincide con la sede dell'organizzazione e in altri con la location dove la manifestazione di svolge.

“A levar l'ombra da terra” è stato escluso perché la sua diffusione sul territorio e la sua dilatazione temporale con un programma sviluppato su più mesi avrebbe da un lato reso complessa una analisi accurata e attenta, e al tempo stesso questa dilatazione rende la manifestazione più vicina al mondo delle rassegne che a quello dei festival.

“Il Giardino delle Esperidi”, tramite progetti di riqualificazione e bandi internazionali, stava già portando avanti una indagine sul territorio con i suoi abitanti e la ricerca potrebbe sovrapporsi alla loro.

“Tra Sacro e Sacro Monte” si svolge in una frazione di una città di medie dimensioni, che è patrimonio UNESCO e quindi con già un suo possibile bacino turistico.

“Cross Festival” si svolge in un periodo temporale troppo ampio per poter garantire una presenza totale e costante a tutti gli eventi proposti e avere quindi un monitoraggio congruo per la ricerca.

Dall'analisi condotta in questa fase, si è ritenuto che il festival più interessante come caso studio fosse “Teatro sull'Acqua” ad Arona, sulle sponde del Lago Maggiore.

In appendice le schede dettagliate dei festival analizzati (Appendici 1-5).

4. Come analizzare un festival di teatro e letteratura

4.1. L'approccio *mixed methods*

Come raccogliere dati e informazioni in un festival culturale è la domanda che ci si è posti ancora prima di individuare il caso studio. Nell'analisi di un momento di festa i sentimenti, come la gioia, l'euforia e la spensieratezza, ma anche la rabbia per il parcheggio non trovato, dal lato del pubblico, la frustrazione o la soddisfazione dei commercianti, l'ansia o la tensione degli organizzatori, avrebbero rischiato di inficiare la raccolta dati tramite il solo metodo qualitativo, rischiando di avere una restituzione disturbata del fenomeno¹³⁰. Da un altro lato, il solo metodo quantitativo avrebbe dato un quadro parziale della fruizione, togliendo il momento di osservazione, ascolto e partecipazione basilare per questa indagine.

Inoltre, come si è visto, il settore dei festival culturali avvicina e interessa diversi settori disciplinari, ognuno dei quali ha apportato col tempo diverse metodologie finalizzate al raggiungimento di obiettivi differenti, come l'osservazione per gli antropologi alle feste tribali a inizio Novecento (Malinowski 2011 [1922]) o i questionari utilizzati da Frey per valutare gli impatti economici degli eventi a fine del secolo scorso (Frey 1994; Galeotti 1992).

Si è così optato per una ricerca basata su un approccio *mixed methods*, ovvero un approccio che tenta di cogliere le sfumature e le profondità dei fenomeni complessi di cui si compone il reale. La metodologia mista «requires a purposeful mixing of methods in data collection, data analysis and interpretation of the evidence. The key word is ‘mixed’, as an essential step in the mixed methods approach is data linkage, or integration at an appropriate stage in the research process. Purposeful data integration enables researchers to seek a more panoramic view of their research landscape, viewing phenomena from different viewpoints and through diverse research lenses» (Shorten, Smith 2017, p. 74). Nel dettaglio si farà ricorso a una “Explanatory sequential” (Qualitative data are

¹³⁰Sul tema della percezione e della memoria degli eventi culturali si rimanda a Wood E. (2020), *I remember how we all felt: Perceived emotional synchrony through tourist memory sharing*, in «Journal of Travel Research», v. 59, n. 8, pp. 1339–1352.

collected and analysed first, then quantitative data are collected and used to test findings empirically QUAL → QUAN) (ivi) usando una logica induttiva.

4.1.1. Tecniche qualitative: l'osservazione partecipante

I festival sono momenti di creazione di comunità, di scambio e costruzione sociale a partire dall'interazione con l'altro. Vivere il festival, osservando prendendovi parte era uno degli elementi essenziale per poter dare una restituzione dell'ambiente e del contesto della manifestazione. Se infatti «con «osservazione» possiamo intendere la tecnica principale per la raccolta di dati sul comportamento non verbale, con «osservazione partecipante» intendiamo non una semplice osservazione, ma un coinvolgimento diretto del ricercatore con l'oggetto studiato» (Corbetta 2012, p. 365).

Gli elementi principali dell'osservazione sono stati: l'organizzazione, da come si relaziona nel tessuto sociale locale e come crea la propria rete nella comunità, a come gestisce i volontari e il pubblico che partecipa alla manifestazione; i volontari e lo staff del festival, come vivono la settimana di festival e come si relazionano con la città; e i cittadini, se si rendono conto della manifestazione e come la vivono.

C'è da tenere in considerazione anche un ulteriore dettaglio. Arona è una piccola cittadina di poco più di diecimila abitanti sulle sponde del Lago Maggiore, che, come la maggior parte delle località lacustri, vive di turismo nella bella stagione, con picchi nei mesi di maggio, giugno e settembre. L'arrivo di turisti in una località di piccole dimensioni può creare dei cambiamenti nei comportamenti degli abitanti, anche nei confronti dei “forestieri” (Wood, Thomas 2009).

L'osservazione si è svolta in due momenti distinti: il primo momento è stato durante la prima edizione del festival “Teatro sull'Acqua” bambini, dall'11 al 13 giugno 2021, in cui si è partecipato come osservatori esterni, seguendo i laboratori, guardando gli spettacoli, osservato gli organizzatori e percepito l'atmosfera del festival, raccogliendo osservazioni e commenti dai partecipanti e dal pubblico. Il secondo alla XI edizione del festival “Teatro sull'Acqua”, dal 30 agosto al 13 settembre 2021 in cui oltre all'osservazione, si è affiancato i volontari, gli organizzatori e il pubblico del festival osservando dinamiche, rapporti, metodologie organizzative e relazionali, osservando criticità, positività e possibilità di sviluppo di nuove azioni.

Prima però di poter definire i termini dell'osservazione partecipante e dell'indagine sul campo, il primo passo è stato intessere una relazione di fiducia con il festival eletto a caso studio. Dopo due telefonate e una video call, il primo incontro di persona è avvenuto il 9 aprile 2021 alle ore 9.30 ad

Arona, appuntamento alla stazione dei treni, con Luca Petruzzelli e Giulia Bartucciotto, rispettivamente presidente e vicepresidente dell'Associazione Festival delle Due Rocche. Dopo un tour guidato per Arona e nei luoghi in cui si svolge il festival, l'incontro è avvenuto sul lungo lago in cui si è presentato il progetto di ricerca e i suoi obiettivi, si sono presentati gli interventi e le metodologie previste durante il festival, l'idea di una ricerca-azione da svolgere durante il festival con i ragazzi delle scuole e gli stakeholder locali da poter coinvolgere e dialogare in fase di analisi. Una volta definiti i termini della collaborazione, si è costruita una timeline di azione condivisa con l'organizzazione del festival.

4.1.2. Tecniche qualitative: le interviste

«L'intervista è uno scambio verbale tra due o più persone, nel quale uno o più esperti (gli intervistatori) cercano, ponendo domande più o meno rigidamente prefissate, di raccogliere informazioni su dati personali, comportamenti, opinioni e atteggiamenti di uno o più soggetti (gli intervistati) su un particolare tema» (Trincherò 2002, p. 234).

Dopo l'analisi preliminare territoriale, si è pensato che il metodo più efficace per raccogliere le testimonianze degli organizzatori e dei cittadini, quindi coloro i quali il festival lo mettono in moto, lo vivono e/o l'hanno vissuto, fosse l'intervista. Nello specifico si è adottato il metodo dell'intervista semi-strutturata, ovvero quella tipologia di intervista che consente al ricercatore, seppur basandosi su una traccia comune, di adattare le domande in base alle mansioni, alle peculiarità, alle risposte e alla situazione dell'intervistato. La stessa tipologia di intervista è stata adottata sia per le interviste agli organizzatori sia per le interviste ai cittadini, ai membri dello staff, dei volontari e dell'amministrazione, per dar loro spazio per approfondimenti, aneddoti e pause di riflessione.

Gli intervistati sono stati ventisei appartenenti a due categorie distinte, da un lato tre organizzatori, nello specifico il presidente e la vice presidente¹³¹ dell'associazione che organizza il festival e la direttrice artistica del festival, che quindi coordinano e animano la messa in scena del progetto, e ventitré cittadini che a vario titolo hanno o hanno avuto legami con la manifestazione. Tutte le interviste sono state condotte tra il 6 maggio e il 13 settembre 2021, della durata variabile tra i 20 e i 110 minuti, tutte registrate con l'approvazione degli intervistati, e successivamente trascritte. Due interviste sono state fatte a due coppie, motivo per il quale gli intervistati sono ventisei e le interviste sono ventitré, e una intervista l'abbiamo fatta scritta: Dacia Maraini ha preferito scrivere

¹³¹Al momento dell'analisi nella primavera 2022, la vicepresidente si è dimessa dal proprio ruolo e ha lasciato l'associazione culturale.

le risposte, chiedendo che nulla fosse modificato. E così è stato fatto.

La scelta degli intervistati è stata costruita nel corso dei mesi di analisi preliminare: i tre organizzatori sono risultati una scelta imposta nel momento in cui il festival ha acconsentito di far parte del progetto. I ventitré cittadini invece sono in parte stati indicati dall'organizzazione del festival e in parte sono stati rintracciati direttamente sul campo, ponderando una scelta che tenesse conto dei diversi ruoli nella società e nel mondo del festival, andando a intercettare gli sguardi propositivi ma anche quelli più critici nei confronti della manifestazione.

L'obiettivo con l'intervista era quello di cogliere il modo in cui il festival fosse da un lato percepito dai soggetti e dalle loro cerchie relazionali, dall'altro capire se il festival potesse aver avuto degli impatti sulle formazioni o scelte culturali.

Con molti degli intervistati, grazie anche al clima confidenziale instauratosi durante alcuni incontri, si sono avuti ulteriori scambi rispetto alla sola intervista. La possibilità inoltre di una permanenza sul campo di indagine ha dato la possibilità di un'osservazione diretta – e in alcuni casi indisturbata – tra i commercianti, i volontari, e lo stesso operato dell'organizzazione, consentendo una visione complessiva del quadro di riferimento in cui sono state messe in luce congruenze e distonie tra le narrazioni e il reale. Gli appunti presi a seguito degli incontri e dell'osservazione sul campo non sono stati integrati nella prima fase di analisi delle interviste, ma sono risultati fondamentali in fase di conclusione, che rappresenta il momento di interpretazione delle interviste nel quadro più ampio dell'indagine.

4.1.3. Tecniche qualitative: laboratorio verso un progetto di ricerca-azione

L'obiettivo iniziale era quello di pensare e prevedere un momento di ricerca-azione, in cui attraverso una serie di incontri con il gruppo di adolescenti progettare e realizzare un evento da svolgere durante il festival. La ricerca-azione, che nasce negli Stati Uniti negli anni Quaranta nel campo delle scienze sociali con lo psicologo Kurt Lewin secondo il quale «la ricerca-azione è sia un metodo di ricerca teorico-sperimentale, sia una ricerca sull'efficacia relativa di diverse forme d'azione, sia una ricerca diagnostica per preparare una strategia d'azione, sia un'occasione di diffondere, promuovere o democratizzare il processo scientifico attraverso una formazione di veri attori sociali ancorata alla prassi, associandoli a precisi momenti del processo di ricerca» (Dubost, Lévy 2002). Dagli anni Quaranta e dalla sua applicazione iniziale questa metodologia di indagine ha avuto diversi sviluppi, come sintetizza Giovanni Moretti: «La formulazione iniziale di R-A (Lewin, 1946) ha avuto molti sviluppi riconducibili a tre indirizzi (Lipari 2003; 2012; Bortoletto

2005): a) il primo legato al modello della ricerca-intervento nelle organizzazioni elaborato dal Tavistok Institute di Londra e sviluppato dal movimento delle human relations; 2) il secondo modello è l'action learning, prospettiva elaborata da Revans (1983) nel quadro di interventi di sviluppo manageriali basati sull'azione, fonte primaria di apprendimento fondato sul confronto con l'esperienza e con i problemi che la caratterizzano; 3) la ricerca partecipativa, il terzo modello, è legata all'opera di Paulo Freire (1971), ed associa la ricerca a pratiche educative di consapevolezza e di emancipazione degli attori sociali» (2014, p. 203), sempre mantenendo però le caratteristiche che la contraddistinguono ovvero il fatto che l'oggetto della ricerca sia radicato nella situazione reale e che sia organizzato e svolto dai protagonisti stessi.

Per mancanza di tempo, il progetto di ricerca-azione è stato convertito in un workshop, facendo seguito ai laboratori già sperimentati nell'estate 2021 nei festival “Il Giardino delle Esperidi” (29 giugno 2021), “Urbino Teatro Urbano” (11 luglio 2021) e poi a “Suq Festival” (30 agosto 2021). Durante il festival “Teatro sull'Acqua” è stato condotto un workshop con cinque adolescenti coinvolte nel progetto di Alternanza scuola/lavoro del festival. Le cinque partecipanti hanno aderito tramite call diffusa sul gruppo WhatsApp dell'Alternanza scuola/lavoro. Il workshop è durato tre ore e il risultato è stato la progettazione di un evento pensato, realizzato e fruito solo da un pubblico under 25, il target più escluso dal festival¹³².

In appendice si riporta l'esperienza del laboratorio e lo schema dei workshop (Appendici 6-7).

4.1.4. Tecniche quantitative: il questionario

Oltre a una indagine qualitativa che ha permesso una analisi e una conoscenza del territorio, della popolazione, del mood del festival tramite osservazione diretta e partecipante, interviste e incontri, il progetto di ricerca ha previsto una sezione di indagine quantitativa per poter raccogliere informazioni. Questa sezione è stata composta da due questionari sul pubblico, uno somministrato durante l'edizione del festival 2021 e uno somministrato prima e durante l'edizione del festival 2022, e due sondaggi a risposta aperta uno sul pubblico e uno sui volontari della manifestazione.

Il questionario è lo strumento più utilizzato nel campo delle scienze sociali, per la rilevazione di informazioni in indagini con un campione rappresentativo di popolazione (Migliardi 2019). Il festival “Teatro sull'Acqua”, seppur nato nel 2011, non aveva mai compiuto una indagine strutturata sulla rilevazione del proprio pubblico e il suo grado di partecipazione alla manifestazione. Si è

¹³²Il laboratorio non ha avuto poi il tempo di diventare un progetto di ricerca-azione strutturato. Si era proposto con la direzione di ripensarlo on vista dell'edizione 2022 del festival, ma il *rebranding* del festival ha rallentato i lavori.

quindi optato per un questionario, denominato “Il pubblico di Teatro sull'Acqua”, a risposte chiuse principalmente basate su scale numeriche e scale verbali (Likert). La somministrazione è avvenuta durante le giornate dell'edizione 2021 del festival tramite QRCode e tramite questionari cartacei (in questa modalità il festival ha fornito delle penne brandizzate da regalare per la compilazione). Il pubblico veniva intercettato all'ingresso, prima degli eventi e degli spettacoli, e veniva incoraggiato a compilare i moduli durante l'attesa prima dell'inizio degli incontri o degli spettacoli. Si sono raccolti 284 questionari.

Sempre durante il festival 2021 è stato condotto un sondaggio per raccogliere le testimonianze e le impressioni “a caldo” dei partecipanti al festival. Il sondaggio differisce dal questionario per la tipologia di risposte previste, aperte e non chiuse, in cui seppur il tempo di elaborazione sia maggiore, così come il rischio di raccolta ed elaborazione dei dati, l'intervistato ha la possibilità di esprimersi nella forma che preferisce, utilizzando parole proprie. Inizialmente si era prevista l'installazione di un banchetto pensato come un punto di ascolto della città durante il festival, ma per questioni logistiche, organizzative e pratiche non si è potuto allestire e si è ripensato in forma di sondaggio, denominato “Feedback Pubblico”, anonimo, rapido (tempo medio di compilazione un minuto e mezzo) e a risposta aperta. A partire da giovedì 9 settembre 2021, terzo giorno di manifestazione, alla fine di ogni incontro e di ogni spettacolo, si raggiungevano alcuni spettatori per chiedere le impressioni su quanto appena assistito. Il sondaggio è stato compilato direttamente dalla ricercatrice in base alle risposte del pubblico, raccogliendo 133 gruppi di risposte.

Terminata l'edizione 2021 del festival, insieme all'organizzazione si è pensato e strutturato un sondaggio per valutare l'esperienza dei ragazzi volontari che hanno partecipato al festival tramite il progetto di Alternanza scuola/lavoro (PCTO). È nato così il sondaggio denominato “Valutazione PCTO con il festival Teatro sull'Acqua” che è stato rivolto ai 62 ragazzi che hanno preso parte al percorso dal 30 agosto al 12 settembre 2021, somministrato in forma digitale tramite WhatsApp e realizzato graficamente come una chat. Hanno risposto 58 ragazzi.

Per valutare il livello di cittadinanza attiva tra i partecipanti del festival, si è poi optato per un questionario, denominato “Arona Attiva”, a risposte chiuse principalmente basate su scale numeriche e scale verbali (Likert) rivolto solo ai partecipanti dell'edizione 2021. La somministrazione è avvenuta tra il 1° luglio 2022 e il 13 settembre 2022 tramite QRCode e tramite questionari cartacei. Il pubblico è stato intercettato digitalmente poi durante le giornate di festival intercettato all'ingresso, prima degli eventi e degli spettacoli, e veniva incoraggiato a compilare i moduli durante l'attesa prima dell'inizio degli incontri o degli spettacoli. Si sono raccolti 86 questionari.

5. Conclusioni di capitolo

Pensare i *Festival Studies* come un campo di ricerca che attinge a diverse discipline accademiche, con implicazione sociali, economiche e culturali nella quotidianità degli individui, che necessitano di un approccio interdisciplinare, sia nella teoria sia nei metodi, implicherebbe una autonomia di pensiero più ampia, attingendo di volta in volta dalle discipline di cui l'indagine necessita.

Questa autonomia accademica determinerebbe forse maggiore indipendenza anche da un punto di vista legislativo, elevando i festival da semplici sottocategorie dei singoli settori disciplinari. L'indagine presentata in questa ricerca di tesi è stata condotta prendendo i *Festival Studies* come modello.

PARTE 3. Arona Città Teatro: analisi del caso

Quando il cittadino è passivo è la democrazia che s'ammala.

Alexis de Tocqueville, 1835

1. Introduzione

L'indagine del caso studio e la ricerca sul campo si sono svolte in piena pandemia, modificando così le condizioni di partenza dell'impostazione dell'indagine. Questo cambiamento in corso ha però dato la possibilità di seguire l'evoluzione del festival e il suo districarsi negli avvenimenti intercorsi in questi anni. Quindi, oltre alle abituali dinamiche di progettazione, organizzazione e sviluppo della manifestazione, una situazione di incertezza e instabilità si è riversata sui festival culturali italiani che, come si è già accennato, hanno reagito in modi differenti, anche se il bisogno di esistenza, sia per dimostrare la propria importanza al proprio pubblico e al territorio sia per questioni economiche e di rendicontazione, è stato il sentimento prevalente. Un periodo di sperimentazione, dove in molti hanno proposto il programma o una parte di questo online, tra streaming, dirette, collegamenti, registrazioni... Si stava avverando la profezia di Luciano Floridi (2015) che in tempi non sospetti ha coniato il termine “onlife” per identificare la nuova esperienza di una società iperconnessa nella quale diventa irrilevante la distinzione se si possa essere online o offline, basandosi su quattro trasformazioni: 1) l'annebbiamento della distinzione tra realtà e virtualità; 2) l'offuscamento delle distinzioni tra uomo, macchina e natura; 3) l'inversione dalla scarsità di informazioni a una loro sovrabbondanza; 4) il passaggio dal primato dei soggetti a quello delle interazioni (ivi).

L'idea di adottare il festival “Teatro sull'Acqua” come caso studio di questa indagine è emerso in questo momento di così grande trasformazione. Il primo contatto con il festival è avvenuto durante il *lockdown* di inizio 2021, quando quindi riduci dall'esperienza dell'anno precedente si stava da un lato iniziando a delineare un festival simile, per palinsesto, restrizioni, e pubblico a quello del 2020. Dall'altro lato il festival aveva avviato un *rebranding*, conclusosi solo a inizio estate 2022 e presentato in occasione del festival nello stesso anno. “Arona Città Teatro” che si declina in diverse attività, come Arona Città-Teatro Ragazzi, per le attività svolte durante l'anno con gli adolescenti; Arona Città-Teatro per Casa “che consente alle persone di trasformare il proprio salotto in un teatro e il padrone di casa in organizzatore teatrale direttore artistico scegliendo lo spettacolo da invitare

nel proprio salotto”¹³³; il festival “Arona Città-Teatro sull'Acqua” diventa quindi l'apice di un intero anno di attività dell'Associazione a stretto contatto con il territorio e i suoi abitanti.

La terza parte di questa tesi di ricerca è dedicata all'analisi del caso studio, iniziando con una disanima della struttura organizzativa del festival e del rapporto con la città e i cittadini, analizzando nello specifico le tre edizioni del festival in cui si è effettuata l'osservazione, quella del 2021, del 2022 e lo spin off dedicato ai bambini, e la questione dell'Alternanza scuola/lavoro - PCTO. Il secondo paragrafo è dedicato all'osservazione partecipante, con un'analisi del contesto fisico, del contesto sociale e delle interazioni formali e informali osservate.

Il terzo e il quarto capitolo sono dedicati alle interviste agli organizzatori del festival, ai collaboratori del festival, ai commercianti, ai cittadini, agli amministratori e alla stampa.

Il quinto capitolo è stato dedicato all'analisi dei questionari. Nello specifico quello dedicato al pubblico del festival; i feedback del pubblico dopo la fruizione; la valutazione PCTO; e infine l'analisi del questionario denominato “Arona Attiva”.

2. Osservare una città che si fa festival

2.1. “Teatro sull'Acqua”: introduzione al caso studio

È settembre 2011 quando va in scena la prima edizione del “Festival delle Due Rocche”, organizzata dall'omonima Associazione che crea un legame virtuale e culturale tra le due rocche sulle due sponde opposte all'ingresso del Lago Maggiore, Arona, sulla sponda piemontese, e Angera, sulla sponda lombarda. L'idea del festival è di Luca Petruzzelli che dopo uno stage a un festival diretto da Dacia Maraini vuole realizzare una cosa simile a casa sua. E così la direzione artistica è affidata alla scrittrice Dacia Maraini, caratterizzando da subito la manifestazione con il binomio Teatro e Parola, le due sezioni che ancora oggi compongono il festival. La drammaturga ogni anno scrive il testo per la produzione di punta, in realtà l'unica, della manifestazione. Il primo testo, quello del 2011 era un omaggio alla città di Arona, rispolverando vecchie leggende e animando la memoria collettiva e ammirarla in palcoscenico, allestito sulle vecchie mura della città. Fin dalla prima edizione il festival stringe una collaborazione con le scuole della città, per convogliare studenti e volontari per aiutare e partecipare alla realizzazione della manifestazione,

¹³³ Per approfondimenti si veda: <https://aronacittateatro.it/>

ancora prima che partisse il progetto di Alternanza scuola/lavoro e diventasse una collaborazione strutturata. Quei volontari della “prima ora” raccontano l'esperienza con ammirazione, ricordando le prime gestioni ancora da rodare, ma la soddisfazione di aver assistito alla nascita di un progetto che porta la città sulle pagine dei giornali.

Dopo il primo anno l'organizzatore della manifestazione Luca Petruzzelli intuisce che, per una piccola cittadina che vive di turismo lacustre nei mesi estivi, è imprescindibile il legame con il lago. Pensando ad altri esempi noti nel mondo come il “Festival di Bregenz” o il teatro delle Marionette di Hanoi, dove il teatro si fa sull'acqua e dentro l'acqua, cambia il nome del festival diventando “Teatro sull'Acqua” e sfruttando appieno le potenzialità del lago. La produzione di punta diventa lo spettacolo che dà il nome e caratterizza la manifestazione, che trova finalmente una sua unicità.

Organigramma dell'Associazione

L'Associazione Festival delle Due Rocche, che non ha cambiato nome a differenza del festival, è stata fondata nel 2011 per promuovere il festival. Il presidente dell'Associazione è Luca Petruzzelli, cofondatore insieme a Marcella Marini e all'epoca dell'edizione 2021 Giulia Bartucciotto nel ruolo di vicepresidente, destituita il primo gennaio 2022 e sostituita da Erica Bertinotti. C'è da precisare che tutti fanno altri lavori e che le mansioni all'interno del festival sono gratuite o solo a rimborso spese. Oltre al direttivo, un gruppo di associati copre i ruoli principali durante la manifestazione, come il responsabile tecnico, il responsabile della logistica, il responsabile produzione, l'ufficio stampa, il responsabile della comunicazione, e gestendo rispettivamente i gruppi di ragazzi e ragazze del PCTO incaricati della mansione. A dicembre 2022 l'Associazione conta undici associati. La quota di iscrizione è di 20 euro.

Dacia Maraini è la direttrice artistica della manifestazione, scegliendo il programma del festival, ruolo che copre gratuitamente salvo il rimborso spese per la settimana di permanenza ad Arona durante il festival.

Il festival nella città

Fin dalla sua prima edizione il festival si sviluppa in diverse location della città. Le due principali sono piazza San Graziano, cuore della città di Arona e dove avvengono tutti gli incontri con gli autori della sezione “Parola”, e il Lagoscenico dove tutte le sere del festival va in scena lo spettacolo di Teatro sull'Acqua, che affaccia su piazza del Popolo. Gli incontri del pomeriggio sono gratuiti, ma è consigliata la prenotazione per garantirsi un posto a sedere. Delle transenne limitano l'accesso alla piazza durante gli incontri bloccando il passaggio e a chi non è interessato all'evento.

La sezione “Teatro” del festival si è diramata anche in altre location della città, per esempio nell'edizione 2021 alcuni spettacoli si sono svolti nel giardino di Villa Usellini, concessa gratuitamente da una fan del festival; nell'Area ex Lido nel parco adiacente il parcheggio Aldo Moro; sul Battello di Arona; sulla Barca Pinta; in un condominio di via Le Fornaci e nel Parco della Rocca, tutte location all'aperto che solo per alcune ci sarebbe stata la possibilità di uno spostamento al chiuso presso il Palacongressi. Lo spettacolo di Teatro sull'Acqua invece avviene a porte chiuse: la sezione di accesso al lago dove si svolge l'evento viene tutte le sere transennata per bloccare la visione a chi non ha pagato il biglietto¹³⁴. Tutti gli spettacoli sono a pagamento, tranne i casi dello spettacolo ospitato nell'Area ex Lido, che la compagnia è stata pagata a cappello, e la replica nel condominio di via Le Fornaci.

Questa disseminazione degli eventi consente al festival di raggiungere un pubblico più ampio, dimostrando la propria capacità di rete e proponendo spettacoli di teatro fuori dai teatri, in un'ottica di partecipazione e avvicinamento del nuovo pubblico abbattendo le barriere e i pregiudizi solitamente legati al mondo del teatro.

Durante il resto dell'anno

L'Associazione però non gestisce solo il festival, ma organizza attività durante il resto dell'anno, rispondendo all'interesse generato dalla manifestazione nella popolazione. Due le attività principali: Teatro nelle case, appuntamenti teatrali organizzati e gestiti da un gruppo di cittadini di Arona ospita nei propri salotti, e il Teatro bambini, un ciclo di appuntamenti tra laboratori e spettacoli dedicati i più piccoli per avvicinarli al mondo del teatro in una città che non ha sale teatrali. Queste attività erano state interrotte durante la pandemia ed era stato introdotto uno spin off del festival “Teatro sull'Acqua” a giugno e interamente dedicato ai bambini, animando le strade della città. Nell'inverno 2021-2022 le attività invernali dell'Associazione sono ricominciate e il festival dedicato ai bambini non è più stato proposto.

I festival, i cittadini e il rebranding

L'Amministrazione locale, nella figura dell'Onorevole Alberto Gusmeroli ha da subito appoggiato la manifestazione, dando disponibilità di location ed economiche per la crescita della manifestazione, da subito riconosciuta come potenziale punto di interesse per un turismo culturale locale. Dalla sua prima edizione il festival ha innestato reti di collaborazione con gruppi o singoli cittadini, con enti e commercianti per far crescere la manifestazione con l'approvazione e la partecipazione della

¹³⁴ Il costo dello spettacolo di Teatro sull'Acqua è stato di venti euro il biglietto intero, con riduzioni a quindici euro e dieci euro per la serata di prove e per gli under 25, a cinque euro per gli under 10.

cittadinanza, con gli obiettivi della trasmissione culturale, intesa come uno strumento di coesione ed evoluzione sociale; valorizzazione dell'identità della città attraverso la partecipazione culturale; valorizzazione del territorio attraverso il festival e la sua relazione con il lago.

Con il tempo questi valori, uniti alla costante partecipazione della cittadinanza e il consolidamento di una rete di collaborazioni in città, hanno portato il festival a presentarsi come uno strumento di cittadinanza attiva, tanto da ripensare la propria comunicazione e il proprio *branding* in un'ottica di festival integrato nella città. L'idea sulla quale l'Associazione sta lavorando da tempo, già in accordo con l'amministrazione, è ribattezzare il lavoro dell'Associazione in “Arona Città-Teatro”, proponendo un intenso programma annuale dove a ogni progetto si accosta la dicitura Arona Città-Teatro, diventando dunque “Arona Città-Teatro nelle Case” e “Arona Città-Teatro per i Bambini”. In questo scenario il festival rappresenterebbe l'apice e dal 2022 ha preso il nome di “Arona Città-Teatro sull'Acqua”, sottolineando che partecipare al festival vuol dire entrare a far parte di un progetto più ampio, che interessa la città e la comunità tutta.

In appendice la bozza del Manifesto Arona Città-Teatro, redatto nella primavera del 2022, diviso nelle due voci valori e mission (Appendice 8).

2.1.1. Il festival di settembre edizione 2021

La XI edizione del festival “Teatro sull'Acqua” si è svolta dal 7 al 12 settembre 2021, con la direzione dalla drammaturga e scrittrice Dacia Maraini, e con la direzione organizzativa di Luca Petruzzelli, presidente dell'Associazione delle Due Rocche che organizza il festival.

Il festival è diviso in due sezioni, che la stessa direzione vuole tenere ben distinte, la sezione Teatro e quella Parola. Ogni pomeriggio in piazza San Graziano, con una capienza di 190 sedute causa limitazioni pandemiche, un incontro (che nel weekend diventano due) con un autore in dialogo con Maraini, e da lei scelto. Nel 2021 nasce lo Young Board, un gruppo di under 30 afferenti all'Associazione, pensa e organizza un incontro in autonomia ma in linea con il programma e le caratteristiche del festival. Per l'edizione 2021 i ragazzi hanno invitato l'artista Murubutu, che ha inaugurato la manifestazione. Gli incontri della sezione Parola sono gratuiti, ma è consigliata la prenotazione per potersi garantire il posto a sedere.

La sezione Teatro è invece a pagamento¹³⁵ e consiste negli spettacoli teatrali che animano le serate

¹³⁵ Il prezzo dei biglietti è variabile. Per l'edizione 2022: il costo è di 20 euro il biglietto intero per lo spettacolo di Teatro sull'Acqua, con riduzioni a 15 euro e 10 euro per la serata di prove e per gli under 25, a 5 euro per gli under 10. Per gli altri spettacoli, tranne dove specificata la gratuità, il costo è di 15 euro il biglietto intero, 10 euro il

di festival. Lo spettacolo di punta della sezione, e che va in scena tutte le sere e che dà il nome alla manifestazione, e si svolge letteralmente sul lago, o come viene chiamato dall'Associazione, Lagoscenico, dove le sedie sono adagiate sulla banchina e gli artisti si muovono a filo dell'acqua, su barche, su zattere, su corde. Il Teatro sull'Acqua è l'unica produzione dell'Associazione delle Due Rocche, basata su un testo ogni anno appositamente scritto da Dacia Maraini: mentre i primi anni i testi erano narrazioni della storia di Arona, scritti per omaggiare e riscoprire la memoria del luogo che ospita la manifestazione, nelle ultime edizioni il testo è frutto della creatività dell'autrice.

Epifania è il titolo dello spettacolo dell'edizione 2021, la cui regia era stata affidata alla compagnia circense genovese Associazione Sarabanda, con un budget di produzione di circa 20.000 euro.

Oltre alla produzione del Teatro sull'Acqua, ogni sera c'è uno spettacolo teatrale in diverse location della città, dal Parco della Rocca ai giardini di alcune ville in centro città, concesse dagli abitanti appassionati del progetto del festival. Durante il weekend la programmazione si intensifica proponendo esibizioni già nel pomeriggio, con l'obiettivo di ampliare il pubblico.

In appendice il programma della XI edizione del festival (Appendice 9).

2.1.2. Il festival di settembre edizione 2022

Alla sua XII edizione, il festival cambia nome diventando “Arona Città-Teatro sull'Acqua”. La manifestazione si è svolta dal 6 all'11 settembre 2022, sempre diretta dalla drammaturga e scrittrice Dacia Maraini e con la direzione organizzativa di Luca Petruzzelli. Il festival è sempre caratterizzato dal binomio Teatro e Parola, proponendo incontri con gli autori nel pomeriggio, a ingresso gratuito, e spettacoli teatrali nella fascia serale, a pagamento.

A differenza dell'edizione 2021, non è stato istituito il comitato dello Young Board e i ragazzi del progetto di PCTO sono stati ridotti a 31, invece dei 62 dell'anno precedente.

In appendice il programma della XII edizione del festival (Appendice 10).

2.1.3. Lo spin off per i bambini

Una delle attività che l'Associazione Festival delle Due Rocche porta avanti con successo da diversi anni è la rassegna di teatro per bambini. Nella stagione 2020-2021 questa rassegna non è stata

ridotto.

possibile a causa della pandemia e l'Associazione ha optato per una due giorni interamente dedicata alla fascia 0-12, lanciando la prima e ultima edizione del festival “Teatro sull'Acqua edizione bambini”, spin off del festival settembrino.

Le differenze con il festival che si svolge a settembre sono diverse:

- la prima è ovviamente il target di riferimento, quello di settembre più ampio e variegato, quello di giugno esclusivamente 0-12, con genitori;
- la direzione artistica del festival bambini non è affidata a Dacia Maraini, ma è gestita direttamente dal direttivo dell'Associazione;
- non c'è una collaborazione con i licei della città. Non ci sono quindi volontari provenienti dal progetto di Alternanza scuola/lavoro (PCTO);
- gli eventi sono molteplici, riempiendo completamente le giornate di festival, mentre a settembre gli eventi sono solo pomeridiani;
- le librerie coinvolte nel festival sono tre, Feltrinelli, Mondadori e la Stanza di Vincent, che hanno proposto e promosso delle loro iniziative. Al festival di settembre le librerie non propongono loro iniziative e solo la libreria Feltrinelli è coinvolta nell'allestimento di un banchetto dedicato alla vendita dei libri presentati.

In appendice il programma della prima edizione del festival dedicato ai bambini (Appendice 11).

Nell'inverno 2021/2022 l'Associazione ha potuto ricominciare, sempre rispettando le restrizioni imposte dalla legge, il programma di teatro per bambini. L'Associazione ha quindi deciso di non proporre una seconda edizione del festival di giugno.

2.1.4. Alternanza scuola/lavoro (PCTO)

Uno dei cardini del festival è il rapporto con le scuole superiori della città, che si concretizza nella massiccia partecipazione di adolescenti per completare il progetto di Alternanza scuola/lavoro, ora ribattezzato PCTO, Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento. Un processo iniziato fin dalla sua prima edizione ancor prima che nascesse il progetto ministeriale di Alternanza scuola/lavoro per diversi obiettivi: il primo è quello di avvicinare i ragazzi al mondo dei festival, insegnando e svelando loro il backstage organizzativo dell'evento; il secondo è quello di crescere un pubblico, quindi affezionare i ragazzi con l'idea che poi tornino al festival; e anche per avere un aiuto nella parte organizzativa, logistica e comunicativa della manifestazione. Per raggiungere i ragazzi delle scuole, alcuni membri del festival durante il mese di maggio si recano nelle scuole per

presentare il festival e raccontare l'opportunità di svolgere le proprie ore al festival.

Prima di addentrarsi nella specifica dello svolgimento del progetto di PCTO, è opportuno un chiarimento semantico. Gli organizzatori del festival chiamano i ragazzi dell'Alternanza scuola/lavoro “volontari”, in quanto presuppongono che la richiesta di partecipazione avvenga volontariamente. Il PCTO è però un obbligo scolastico imposto dalla legge per poter accedere all'Esame di Stato¹³⁶, quindi seppur i ragazzi decidano dove spendere le loro ore obbligatorie di PCTO, è purtroppo noto che molti studenti cerchino impieghi facili, comodi e divertenti, senza un vero interesse nel progetto o nel lavoro che si sta andando ad affiancare. Significativo in questo senso che anche le ore di affiancamento vengono calcolate nel monte ore per raggiungere la quota di 90 ore, prevista dalla legge. Detto questo quindi, seppur il festival chiami i ragazzi e le ragazze che hanno partecipato al festival “volontari”, in questa ricerca si preferisce nominarli come “i ragazzi e le ragazze del PCTO”, distinguendoli sia da quei ragazzi che parteciparono alle prime edizioni del festival come volontari sia dai volontari che a vario titolo affiancano il festival proponendo diversi servizi, dall'aiuto tecnico e logistico al prestito delle barche, che verranno appunto appellati come “volontari”.

L'edizione 2021 del festival “Teatro sull'Acqua” si è svolto dal 7 al 12 settembre, il 30 agosto sono iniziate le attività preliminari del PCTO con un gruppo di 62 ragazzi tra i 15 e i 18 anni.

Le prime giornate di attività formativa (dal 30 agosto al 1° settembre) sono servite all'educatrice, responsabile del progetto PCTO, per attività di team building, avvicinare e far conoscere i ragazzi tra loro. Il 2 settembre i ragazzi sono stati divisi in diversi gruppi di lavoro, in base alle loro preferenze espresse in fase di iscrizione: comunicazione, produzione, fotografia, raccolta dati. Tutte le attività di formazione di sono svolte nella sala Tommaso Moro del Comune di Arona.

Anche questo lavoro di ricerca è stato proattivo in questa direzione, accogliendo la richiesta di affiancare due adolescenti e mettendosi dunque a disposizione per il progetto del festival di Alternanza scuola/lavoro (PCTO). Il 2 settembre si è svolto il primo incontro con Aurora Paracchini e Annachiara Sabbattini, rispettivamente di 17 e 18 anni, entrambe all'inizio del loro quinto anno del liceo scientifico Enrico Fermi di Arona al tempo dell'edizione 2021 del festival, che avrebbero affiancato questo lavoro e aiutato nella distribuzione dei questionari per tutta la settimana di festival. Durante l'incontro si è spiegato loro cosa fosse un festival, cosa fosse la sociologia, cosa

¹³⁶ Sul sito del Ministero dell'Istruzione è riportato che la normativa attualmente in vigore «stabilisce in 210 ore la durata minima triennale dei PCTO negli istituti professionali, 150 nei tecnici e 90 nei licei, ma non abolisce la loro obbligatorietà, né il loro essere condizione per l'ammissione agli esami di Stato, così come stabilito dal Decreto legislativo 13 aprile 2017, n. 62. I percorsi vengono invece inquadrati nel contesto più ampio dell'intera progettazione didattica, chiarendo che non possono essere considerati come un'esperienza occasionale di applicazione in contesti esterni dei saperi scolastici, ma costituiscono un aspetto fondamentale del piano di studio». Per maggiori informazioni si veda: <https://www.istruzioneer.gov.it>

volesse dire svolgere e somministrare un questionario, quali fossero le finalità e gli obiettivi da raggiungere e i dati da raccogliere nel lavoro ad Arona. Si sono poi visionati i diversi questionari da somministrare durante il festival, analizzando domanda per domanda e cercando di capire ogni dato raccolto come poteva essere interpretato e analizzato. L'incontro è durato circa due ore e mezza.

Lunedì 6 settembre, il giorno prima dell'inizio del festival, si è svolto un nuovo incontro durante il quale si è dato loro uno *schedule* dell'intera settimana, dividendo già i compiti, i ruoli e gli spazi da coprire, rispettando le 22 ore massime di lavoro consentito per la settimana, anche se poi durante la manifestazione ci sono stati cambi e aggiustamenti in base alle necessità del lavoro e all'accoglienza del pubblico al progetto di analisi del festival. Durante questo secondo incontro si è mostrato alle due volontarie come approcciare il pubblico del festival in base alle diverse categorie di target da raggiungere e si è visitato insieme alcuni dei luoghi del festival (piazza San Graziano, Villa Usellini e piazza del Popolo) per capire dove posizionarsi per la somministrazione dei questionari. L'incontro è durato circa due ore e mezza.

In appendice l'agenda settimanale delle ragazze (Appendice 12).

2.2. Osservazione partecipante

La prima metodologia utilizzata in questa indagine è stata quella dell'osservazione partecipante. Per questa metodologia, la prima domanda da porsi è “cosa osservare?” perché come ricorda anche Piergiorgio Corbetta «l'osservazione partecipante non può essere una fotografia onnicomprensiva dell'intera realtà; all'opposto, alcuni oggetti sociali vanno messi a fuoco, altri restano sullo sfondo, altri ancora restano del tutto esclusi dall'obiettivo del ricercatore» (2012, p. 378) che propone anche le categorie di riferimento per l'analisi dell'osservazione ovvero il contesto fisico, il contesto sociale, le interazioni formali, le interazioni informali, le interazioni degli attori sociali che comprendono anche il «rapporto tra ricercatore e soggetti studiati» (2012, p. 382).

Infatti quale tipo di relazione porre con l'oggetto indagato ed evitare di “farsi scambiare per una spia” è stata la seconda domanda da porsi prima dell'osservazione, e l'unica risposta è stata provare a innescare fiducia con tutti gli interlocutori, che purtroppo non è detto che capiscano fino in fondo il senso e gli obiettivi della ricerca, e di conseguenza il lavoro del ricercatore. Questa difficoltà si è enucleata nel delineare quale fosse il ruolo dell'osservatore di questa ricerca per dirimere i dubbi e le perplessità che una ricerca di questo tipo può indurre negli intervistati. Su questo aspetto ci si limita ad annotare che durante l'osservazione la ricercatrice di questa ricerca è stata scambiata per una giornalista che stava conducendo delle interviste; una emissaria del festival che raccoglieva i

pareri dei cittadini sulla manifestazione, «ma poi Luca legge le risposte?» è stato il commento più frequente; una emissaria del comune che raccoglieva i pareri dei cittadini sulla manifestazione; una emissaria di un ente avversario alla manifestazione che raccoglieva i pareri dei cittadini e commercianti; la direttrice di un altro festival venuta a osservare; educatrice e formatrice per i ragazzi dell'Alternanza scuola/lavoro; che lavorasse «per chi dà i soldi», anche se non è mai stato specificato chi fosse l'ente che elargisse soldi; e per concludere è stata ribattezzata la «tesista» o l'universitaria. Significativa a fine settimana la domanda di una delle due ragazze dell'Alternanza scuola/lavoro che con viva curiosità si è avvicinata alla ricercatrice: «ma quindi ti pagano per andare in giro a fare domande alla gente?».

Seppur si sia condotta una osservazione partecipante anche durante il primo festival dedicato al teatro per bambini, a giugno 2021, per il fatto che non abbia avuto seguito, l'analisi si riferisce al solo mese di settembre durante il festival “Teatro sull'Acqua”. L'osservazione e la partecipazione di giugno hanno però consentito di addentrarsi nelle dinamiche e avvicinarsi al contesto di indagine e iniziare a innescare rapporti con gli interlocutori. L'osservazione si è svolta dunque dal 30 agosto al 13 settembre 2021, mentre il festival si è svolto dal 7 al 12 settembre 2021.

Nell'analisi dell'osservazione riportata nelle prossime pagine i testi tra virgolette anche dove non specificato fanno riferimento alle note di campo.

2.2.1. Contesto fisico

Arona è una cittadina di circa 10.000 abitanti sulla sponda piemontese del Lago Maggiore. Meta prediletta per le gite fuori porta dei milanesi perché è la prima località sul lago raggiungibile in circa un'ora di treno o di autostrada, essendo dotata sia di stazione ferroviaria sia di casello autostradale. A livello turistico in realtà soffre della competizione con Stresa, storicamente meta del turismo internazionale grazie anche ai grandi alberghi di fine Ottocento che si affacciano sul lago e che hanno reso unica la cittadina. Arona invece non offre una scelta ampia di strutture alberghiere, e il turismo è prevalentemente giornaliero o solo di passaggio.

Per arrivare in centro dalla stazione dei treni si percorre il lungolago, un ampio viale che offre un panorama suggestivo sul Lago Maggiore che, tranne nei giorni di mercato che si svolge proprio sul lungolago, immerge direttamente nel contesto calmo e silenzioso che caratterizza Arona nei giorni feriali. Dal lungolago è possibile prendere il battello per un tour alle isole del lago, Isola Bella e Isola Madre, o per attraversare il lago e arrivare così ad Angera o a Varese.

Arrivando verso il centro dal lungolago si può prendere la deviazione di via Cavour, chiamato dagli

abitanti il “budello”, stradina che attraversa il cuore di Arona e che ne rappresenta il fulcro commerciale e turistico, piena di negozi di abbigliamento e bar. Durante il fine settimana la città si trasforma perdendo la pace e la quiete che dominano durante la settimana e riempiendosi di auto e turisti che approfittano del tempo libero per una passeggiata o un acquisto in centro.

Percorrendo tutto il budello si arriva direttamente in piazza del Popolo che affacciata sul lago offre un'ampia scelta per una pausa ristoro tra i suoi bar, ristoranti e pizzerie. Se dal budello invece si devia a sinistra si arriva a piazza San Graziano, apparentemente deserta ma sede della biblioteca e del museo mineralogico di Arona, aperto solo il fine settimana dalle 15.30 alle 18.30.

Arona non è solo il suo centro, ma una serie di quartieri recenti sono nati e sviluppatisi negli ultimi decenni tutt’attorno. Ma il festival si svolge prevalentemente nel centro storico, tra piazza del Popolo e piazza San Graziano, denominate dai ragazzi dell'Alternanza scuola/lavoro “pdp” e “Sangra”, in un raggio d'azione di poche centinaia di metri, con un tempo di percorrenza di quattro minuti a piedi da piazza San Graziano a piazza del Popolo, e di due minuti da Villa Usellini a piazza del Popolo, con delle eccezioni tra il lungolago, il Parco della Rocca e la biblioteca.



Fig.8 – Piantina di Arona. Fonte Arona Città Teatro.

Piazza del Popolo

Il Lagoscenico è forse il punto più importante di tutto il festival, il luogo in cui lo spettatore si siede

per assistere al Teatro sull'Acqua in uno spettacolo *site-specific* e unico nel suo genere, e che gli darà la memoria e il sapore del festival. Essendo usato per l'attracco delle barche è in pendenza e le circa 200 sedie in plastica vengono allestite fissandole su dei bilancini di legno per evitare eventuali cadute. Il palcoscenico è il lago, il vero protagonista del festival e il motivo che muove gli spettatori a tornare. Nell'edizione 2021 un cavo teso da lato a lato della conca naturale del Lagoscenico era l'unico elemento di scena, poi una sola barca in movimento verso la fine dello spettacolo per portare via la protagonista dell'esibizione, appunto una funambola. Una scenografia naturale sulla quale le luci hanno un ruolo fondamentale di esaltazione delle emozioni nate dai testi e dalla messa in scena. Lo spettacolo inizia infatti una volta calato il buio, dopo le 20.00.

Di giorno si può accedere al Lagoscenico liberamente, ma la sera, prima degli spettacoli l'accesso viene bloccato con una fila di transenne oscurate, e vi ci si può accedere solo tramite biglietto. Tutte le sere ci sono molti curiosi, che spiano dai buchi tra le transenne e fanno domande chiedendo cosa stia succedendo. I bar e i locali della piazza non interrompono la propria attività durante lo spettacolo e dalle ultime file del Lagoscenico si può sentire distintamente il brusio e il vociare delle persone sedute ai tavolini a pochi metri di distanza. Una volta finito lo spettacolo, il gruppo di ragazzi di PCTO che si occupa della parte di allestimento e tecnica smonta le transenne spostandole al lato del Lagoscenico, riaprendo così la vista sul lago a chi è seduto in piazza.

L'unico bagno a disposizione del festival è fornito dal Bar Strobino che si trova sulla piazza. Le altre location non hanno un bagno ad hoc, ma si deve ricorrere alle strutture ricettive a disposizione come ristoranti, bar o, negli orari di apertura, i bagni della biblioteca.

Piazza San Graziano

Il pomeriggio in estate a piazza San Graziano fa caldo, inserita tra le case e priva di portici o punti coperti. Qui ha sede la biblioteca, aperta dal martedì al sabato dalle 9.30 alle 12.30, dal martedì al giovedì anche dalle 15.00 alle 18.30 e chiusa la domenica e il lunedì, e il museo mineralogico di Arona, aperto solo il fine settimana dalle 15.30 alle 18.30. Tranne per un bar con pochi tavoli in plastica e un unico ristorante, la piazza è deserta e non ci sono motivi di interesse nel passarvi.

Piazza San Graziano è la location della sezione "Parola" del festival, qui avvengono tutti gli incontri pomeridiani con gli autori. Il palcoscenico viene montato circa a metà della lunghezza della piazza, a ridosso del ristorante, coprendolo alla vista di chi arriva in piazza, con circa 200 sedie di plastica già posizionate davanti al palco. Affianco al palco, vicino all'ingresso del Museo Mineralogico, è allestito il banchetto per la vendita dei libri gestito dalla Libreria Feltrinelli di Arona.

L'accesso alla piazza è gratuito e libero. Tra i membri dell'Associazione è più volte emerso il dubbio se far pagare un biglietto simbolico di 2-3 euro per accedere agli incontri del pomeriggio, ma al

momento partecipare agli incontri con gli autori è gratuito, anche se è caldamente consigliata la registrazione per evitare di dover rimanere in piedi. Alcune transenne limitano l'accesso per obbligare a passare dal *desk* registrazione e prenotazione. Tutti gli incontri sono microfonati e amplificati, quindi l'acustica è buona in tutta la piazza. La location non è provvista di un bagno ad hoc per la manifestazione. In orario di apertura si possono usare i servizi della biblioteca, gli organizzatori ne hanno le chiavi e possono comunque accedervi anche in orario di chiusura.

Villa Usellini

Il giardino di Villa Usellini si presenta come un patio dal fascino decadente di un palazzo settecentesco. È uno spazio privato messo a disposizione gratuitamente dalla proprietaria Anna Usellini, spettatrice assidua e volontaria del festival in un'edizione passata. Durante il giorno l'accesso al giardino è consentito solo agli organizzatori del festival o ai ragazzi dell'Alternanza scuola/lavoro. L'ingresso per il pubblico è solo serale in occasione degli spettacoli del festival tramite pagamento di biglietto.

Si accede tramite il porticato e si arriva in una corte interna, un piccolo angolo nascosto allo sguardo esterno. Una location suggestiva che diventa teatro privato per i proprietari della villa che possono godere dello spettacolo direttamente affacciati alle finestre che ridanno sulla corte. Qui il palcoscenico è allestito sul lato del porticato e le sedie in plastica sono disposte seguendo la disposizione delle aiuole centrali. Il palco seppur sopraelevato è posizionato in un punto non ottimale a garantire una buona visibilità, anche a causa delle sedie posizionate senza dislivello. Capitava che durante lo spettacolo spettatori si alzassero o muovessero in continuazione la testa per cercare di vedere meglio riportando alla fine dello spettacolo che «proprio un peccato rovinare l'atmosfera per un problema così facilmente risolvibile».

La location non è provvista di un bagno ad hoc per la manifestazione.

Altre location del festival

Oltre alle tre location principali, l'edizione 2021 del festival ne ha usate anche altre. La prima è la biblioteca comunale, di cui abbiamo già accennato. Un piccolo edificio appena ristrutturato in un palazzo popolare, con ballatoi, nel cuore della cittadina. Mentre per il festival di giugno la biblioteca è un punto nevralgico per spettacoli, presentazioni e incontri, durante il festival di settembre diventa un punto di appoggio per gli organizzatori dove poter lasciare materiale, come gli scatoloni con magliette, cancellerie e materiali grafici, e il bagno.

Tutti gli incontri di preparazione ai ragazzi dell'Alternanza scuola/lavoro avvengono nella Sala Tommaso Moro del Comune di Arona, al piano terra dell'edificio, in un ingresso laterale rispetto a

quello principale del municipio. Usata come piccola biblioteca temporanea mentre la biblioteca principale era chiusa per ristrutturazione, si presenta ora come una grande sala dotata di tavoli e sedie e alle pareti scaffali vuoti. La location è dotata di bagno, a cui vi si accede chiedendo le chiavi all'ufficio della polizia municipale. Per accedere invece alla sala occorrono le chiavi, a disposizione degli organizzatori del festival per tutta la durata della manifestazione. In questa location si è svolto il workshop tenuto con un gruppo di ragazze dell'Alternanza scuola/lavoro.

Un'altra delle location, usata per la prima volta dal festival nell'edizione 2021 è il parco della Rocca Borromea di Arona. Dell'antica fortezza rimangono solo pochi ruderi a causa delle truppe napoleoniche che nel 1800 distrussero tutto. Rimane un ampio parco, inutilizzato e andato in abbandono, ma poi rivalutato e riaperto al pubblico nel 2011. In uno degli spiazzi al centro del parco è stato allestito un palcoscenico con un centinaio di sedie di plastica, spazio adibito solo ad alcuni degli spettacoli teatrali a pagamento. Per raggiungere la Rocca il pubblico può percorrere due strade, la prima la più rapida ma è estremamente impervia, in salita su strada sterrata, senza luce e senza indicazioni, la seconda è la più canonica ma molto lunga e comunque priva di illuminazione serale e priva di accompagnamenti o navette dedicate. Anche questa location è priva di servizi igienici. Il tempo di percorrenza dal parco a piazza del Popolo è una abbondante mezz'ora, rendendo difficili i collegamenti per chi desidera vedere più spettacoli la stessa sera.

Il lago entra in scena non solo con lo spettacolo di Teatro sull'Acqua, ma anche grazie al Battello di Arona, imbarcazione attraccata al molo che funge da ristorante galleggiante e che ha ospitato una rappresentazione teatrale. Gli attori recitavano dalla barca e il pubblico guardava lo spettacolo dal lungolago seduto sopra una gradinata temporanea. O ancora dal lungolago era possibile imbarcarsi per un breve percorso esperienziale con il Menù della poesia, progetto di recitazione di poesie a bordo barca mentre si ammira il lago.

Infine uno spettacolo teatrale è stato ospitato nel parco dell'Area Ex Lido, affianco al parcheggio Aldo Moro davanti alla stazione dei treni. Vecchio Lido di Arona, ora con divieto di balneazione per accertamenti di inquinamento, e la ricercatrice del progetto è stata anche messa in guarda dai mulinelli d'acqua che hanno provocato alcuni incidenti negli scorsi anni, è l'area adiacente alle giostre e al parco dei bambini prima del campeggio. Il parco è comodo da raggiungere sia in macchina sia a piedi seppur disti un chilometro e mezzo da piazza del Popolo. È l'unico spettacolo per bambini ed è l'unico a ingresso gratuito, perché la compagnia si è fatta a pagare a cappello alla fine dell'esibizione direttamente dal pubblico. Una sola file di sedie, riservate soprattutto agli adulti, mentre i bambini erano invitati a sedersi per terra, direttamente sull'erba del prato. Le giostre sono rimaste in funzione per tutta la durata dello spettacolo, a volte disturbandolo.

2.2.2. Contesto sociale

Novara è la provincia più ricca del Piemonte con un reddito medio pari a 22.594 euro. Arona è a quota 21.938 euro, ottava in classifica. Che gli abitanti siano benestanti e che, come in molte delle piccole località di provincia italiana, tengano particolarmente all'aspetto e all'apparenza lo si può notare passeggiando per il budello dove campeggiando boutique chic, dai prezzi non sempre modici, e dalle passerelle degli abitanti nel tempo libero. L'apparenza è ancora uno status su cui alle rappresentazioni di Teatro sull'Acqua, ma chi è interessato o curioso.

Seppur svolgendosi in città, è difficile imbattersi nel festival per caso e di conseguenza fermarsi. Chi partecipa lo fa intenzionalmente, tra chi è habitué della manifestazione o chi segue lo scrittore o la compagnia di turno in scena. Ciò in cui ci si può imbattere sono i ragazzi dell'Alternanza scuola/lavoro o i membri dell'Associazione che spostandosi tra le location, in giro per commissioni, o in giro per riempire un tempo morto, si fanno notare con le loro magliette brandizzate "Teatro sull'Acqua". Tutti i ragazzi e i pochi volontari, e anche chi vuole dello staff, deve indossare la maglietta dell'edizione del festival per essere riconoscibili.

2.2.3. Le interazioni formali e informali

Dall'osservazione sul campo la ricercatrice si è resa conto che le relazioni sociali in un festival in un piccolo contesto cittadino come quello analizzato rispecchiano in parte quelli che sono in comportamenti che seguono le ritualità e le gerarchie quotidiane consolidate.

In particolare, è evidente, all'interno dei ragazzi del programma di PCTO, la distinzione tra i ragazzi che frequentano il liceo classico, considerato per l'élite, e chi frequenta gli altri licei o scuole superiori. Il liceo classico è visto come quello per l'élite, usando le parole dei ragazzi intervistati il più "fighetto" in cui vai se sei un "puledro", gergo locale per indicare chi è "figlio di papà" o chi è un "secchione". Durante il festival questa distinzione non è a prima vista evidente, ma terminato l'orario delle mansioni dei ragazzi, il gruppo dei "puledri" è il primo ad andarsene e a fermarsi in piazza a bere e fare aperitivo. È più volte capitato che alcuni non si siano presentati o siano andati via in anticipo rispetto all'orario prestabilito proprio per rimanere in giro con gli amici. Gli altri ragazzi che si sono visti aumentare il lavoro o coprire gli assenti si sono spesso lamentati con i responsabili del festival, ma senza risultati o senza ripercussioni.

La seconda relazione evidente è tra gli adulti e i ragazzi dell'Alternanza scuola/lavoro. Mentre alcuni ragazzi sono stati più proattivi e hanno cercato di cogliere le dinamiche organizzative

all'interno del festival, altri ragazzi sono stati interessati esclusivamente alla propria mansione, allontanandosi o attaccandosi al cellulare non appena conclusa. Durante un sopralluogo in Villa Usellini il primo giorno di festival, si sono visti i ragazzi dell'Alternanza scuola/lavoro addetti alla sezione tecnica a dormire sul palco in “attesa di istruzioni” quando c'era da montare ancora tutto. Pochi i ragazzi che volontariamente sono rimasti a vedere gli spettacoli teatrali la sera o che abbiano ascoltato le presentazioni degli autori. Alla domanda che voleva esplorare le motivazioni di questo comportamento la risposta più frequente è stata “non mi interessa” o “non è obbligatorio”.

Questo atteggiamento è dovuto al ruolo che viene affidato ai ragazzi del PCTO, visti come esecutori di compiti a tempo determinato e non dei collaboratori del progetto o portatori di nuove idee.

Dalle note di campo della ricercatrice si legge che: «i volontari non sanno a chi fare affidamento o riferimento (più di un paio hanno lamentato di non aver avuto modo di confrontarsi con Anna, la referente dei volontari). Non hanno chiaro il loro lavoro. Per esempio il gruppo comunicazione ha conosciuto il responsabile solo il primo giorno di festival; lamentavano inoltre la mancanza di una *schedule* predefinita della settimana»¹³⁷.

Un'osservazione rilevante è stata che i ragazzi hanno un dialogo diretto solo con i propri referenti di sezione: chi è nel gruppo di fotografia parla con la fotografa; chi è nel gruppo di comunicazione parla con l'ufficio stampa; chi è nel gruppo dei tecnici parla con il capo tecnico... Ancora all'ultimo giorno di festival non tutti i ragazzi dell'Alternanza scuola/lavoro avevano capito da chi fosse costituito il team di organizzazione del festival. Per esempio fino alla fine del festival alcuni dei ragazzi dell'Alternanza scuola/lavoro hanno pensato che questo lavoro di ricerca fosse parte di un progetto del festival, in quanto la presenza costante della ricercatrice ha indotto a pensare che fosse parte dell'organizzazione. Questa discrasia si deve a un rapporto gerarchico implicitamente innescato tra l'organizzazione e i ragazzi, nel quale si è constatata una mancanza di dialogo e di confronto continuativi, che non ha permesso di far sentire i ragazzi direttamente coinvolti o liberi di prendere iniziative personali o di accrescere il proprio interesse e la propria cura nel progetto, perché non lo si sente come proprio.

Anche le dinamiche relazionali all'interno dell'organizzazione stessa sono risultate anomale rispetto ad altre manifestazioni precedentemente osservate dalla ricercatrice. Oltre alla direzione artistica che cura il programma, la figura centrale è affidata alla segreteria organizzativa, per l'edizione 2021 del festival nella persona di Giulia Bartucciotto, che «gestisce e cura tutti i singoli aspetti della manifestazione, dalle fasi di montaggio e di allestimento, delegate direttamente agli operatori, di cui comunque gestisce l'organizzazione, alla fase di accoglienza del pubblico e degli ospiti».

¹³⁷ Dalle note di campo di martedì 7 settembre 2021.

Altre figure ai vertici della manifestazione rimangono assenti o comunque meno visibili dai ragazzi, dagli operatori e dal pubblico che porta poi a una inconsapevolezza di quello che effettivamente avviene sul territorio, tra i ragazzi, tra gli operatori e tra il pubblico.

Questa mancanza direzionale si è riscontrata anche in alcuni atteggiamenti considerevoli come meno professionali: per esempio durante le prime sere lo sbigliettamento è stato effettuato dall'ufficio stampa accompagnata da sua figlia; ai giornalisti che hanno partecipato alla manifestazione non è stata data la cartella stampa o non sono stati accompagnati agli spettacoli, provocando in un caso la perdita di uno spettacolo successivo perché il primo alla Rocca aveva avuto un ritardo e quello successivo in piazza del Popolo era invece iniziato puntuale. Anche il rapporto con gli artisti e l'organizzazione è stato poco organizzato e sistematizzato: dopo l'accoglienza sono lasciati a loro stessi, senza essere accompagnati a mangiare o a socializzare con gli altri ospiti del festival. Una compagnia dichiara di non aver conosciuto nessuno dell'organizzazione se non tramite mail e telefono.

Il festival è diffuso per la città e richiama decine di ragazzi e migliaia di spettatori, ma oltre al momento di fruizione dell'incontro o dello spettacolo «mancano luoghi di socialità: mancano cene, mancano incontri, mancano momenti di scambio, manca un luoghi di ritrovo», in cui possa avvenire effettivamente creazione di comunità, scambio relazionale e interazione tra artisti e pubblico.

3. Intervistare chi fa il festival

Prima del sopralluogo ad Arona, seguendo la metodologia dell'osservazione partecipante, si è ritenuto opportuno condurre una ricerca di sfondo, che si è concretizzata con interviste in profondità tese a instaurare un rapporto di fiducia e conoscenza del lavoro che si sarebbe andato a svolgere.

Nello specifico si è optato per il metodo dell'intervista semi-strutturata, ovvero quella tipologia di intervista che seppur basandosi su una traccia prestabilita, consente al ricercatore di adattare le domande in base alle mansioni, alle peculiarità, alle risposte e alla situazione dell'intervistato, più adatta per lasciare spazio ad approfondimenti, aneddoti e rilevare stati d'animo come pause di riflessione, risate, tono ironico... Lo stesso metodo è stato usato sia per le interviste agli organizzatori, analizzate in questo capitolo, sia per le interviste alla cittadinanza, che invece si approfondiranno nel prossimo.

Di seguito si presentano i risultati delle analisi delle prime interviste avvenute con gli organizzatori a maggio 2021, ma durante il *fieldwork* sono stati molteplici gli scambi intercorsi che hanno

aggiunto dettagli, precisazioni e riflessioni all'osservazione, di cui quindi si è tenuto conto sia in fase di stesura dell'osservazione sia in fase di analisi di queste stesse interviste¹³⁸.

3.1. Testimoni significativi intervistati: gli organizzatori del festival

La traccia dell'intervista è stata costruita a partire da quattro aree tematiche:

A. Storia della manifestazione, in cui si è chiesto agli organizzatori di ripercorrere il proprio percorso, dalla nascita dell'idea alle circostanze attuali, mettendo in luce i cambiamenti avvenuti negli anni;

B. Programma della manifestazione, dove si è chiesto quali siano le modalità con cui si crea il cartellone del programma, dalla scelta dei temi a quella degli artisti presenti;

C. Rapporto con il territorio, in cui si è indagata la percezione del rapporto con cittadini, pubblico e amministrazione;

D. Le economie del festival, in cui si è indagato in che modo il festival si sostiene.

NOME	RUOLO	Provenienza	Modalità
Dacia Maraini	Direzione artistica del festival	Roma	scritta
Luca Petruzzelli	Direzione organizzativa del festival	Arona	Call online
Giulia Bartucciottto	Segreteria organizzativa del festival	Arona	Call online

Tab.9 - Testimoni significati intervistati: gli organizzatori del festival.

3.1.1. Storia della manifestazione

Per quanto attiene la prima sezione delle interviste semi-strutturate, si mirava al raggiungimento di una narrazione storica del festival, in modo da farsi raccontare l'aspetto diacronico come specchio dell'evoluzione delle fasi dello sviluppo del festival e della sua struttura. Questa sezione è stata divisa nelle voci Storia e Organizzazione.

Le domande di riferimento sono state:

¹³⁸ La direttrice artistica Dacia Maraini ha preferito ricevere le domande via mail e ha preferito scrivere le risposte, chiedendo che nulla fosse modificato. E così è stato fatto.

Nell'analisi delle interviste tra virgolette caporali « » le citazioni tratte direttamente dalle interviste in cui si è solo inserita la punteggiatura cercando di trasmettere l'intonazione della voce e del parlato. Qualora all'interno di citazioni tra virgolette caporali siano presenti diciture tra parentesi quadrate [] si fa presente che sono indicazioni o precisazioni inserite in seguito in fase di analisi per chiarezza del discorso.

a. Storia:

- Come e perché è nato “Teatro sull'Acqua”?
- Come è cambiato negli anni?
- Vi eravate dati degli obiettivi da raggiungere?

b. Organizzazione:

- Qual è la struttura organizzativa del festival?
- Quante persone lavorano al festival e in che modalità?
- Da dove vengono i lavoratori del festival? (Arona e paesi limitrofi o fuori?)
- Quanti volontari ci sono al festival? Come li reclutate? Date loro dei benefit?
- È cambiata negli anni la struttura del festival?

Il festival “Teatro sull'Acqua” nasce nel 2011 da una idea di Luca Petruzzelli. In seguito a diverse interviste raccolte, gli aneddoti attorno alla nascita del festival sono stati diversi. Petruzzelli racconta che a 30 anni aveva fatto una esperienza di stage in un festival diretto da Dacia Maraini in Abruzzo. Lui, che non era mai stato a teatro, si innamora dei testi teatrali di Maraini e con un amico inizia a dedicarsi alla distribuzione teatrale finché, dopo aver portato Maraini in tutta Italia: «era così comodo farlo sotto casa e le ho fatto questa proposta di far nascere un festival internazionale di teatro e parola ad Arona». Anche Maraini conferma questa versione: «Come spesso nascono le cose, per amore del teatro, per l'attaccamento a un ambiente e anche per caso. Luca Petruzzelli è venuto a fare esperienza da me a Gioia dei Marsi quando organizzavo un festival teatrale ogni estate, poi cessato per mancanza di soldi. Luca ha fatto tesoro di quella esperienza e una volta tornato ad Arona, ha deciso di organizzare un festival teatrale anche nella sua città. Mi ha chiamato per dargli una mano e così è cominciata questa grande avventura culturale che ha piano piano coinvolto la vitalissima città di Arona e molte belle persone che abitano nei dintorni».

L'idea era quella di un festival tra le due sponde del Lago Maggiore, tra Arona e Angera, e difatti l'associazione e il festival nascono come “Teatro delle Due Rocche”, fino al 2013 quando il festival, per suggerimento esterno cambia nome in «Teatro sull'Acqua per degli stimoli soprattutto esterni» come sottolinea Petruzzelli, «l'idea è venuta più da fuori che da dentro l'associazione e questo fa capire come siamo in ascolto con la comunità locale».

Il direttore organizzativo si accorge subito che sono andati a creare una nuova domanda ad Arona, in cui non c'è neanche una sala dedicata allo spettacolo dal vivo. E seppur il progetto sia partito senza un vero obiettivo strutturale o poetico, o come dice Petruzzelli riprendendo le parole di

Maraini «il festival è partito semplicemente per portare cultura in questo territorio. Dacia dice mettere in relazione la parola e il pensiero con un territorio, fondamentalmente, per aprirsi alla parola», ora l'associazione oltre al festival propone eventi tutto l'anno, da “Teatro nelle Case e nei Cortili” e la rassegna di teatro per ragazzi.

Sulla questione organizzativa, Dacia Maraini ha le idee chiare di quale sia il suo ruolo nel festival: «Io sono la direttrice artistica e a me tocca l'ultima parola, ma lavoriamo insieme con molta armonia. Ciascuno può proporre uno spettacolo o un autore, si discute, ci si confronta, e quasi sempre si decide insieme. Possiamo avere opinioni diverse, ma non ci siamo mai scontrati o divisi e questo credo sia una grande qualità di questo festival».

Con Giulia Bartucciott, vicepresidente dell'Associazione e segretaria organizzativa del festival al tempo dell'intervista, scende nel dettaglio dell'organigramma della manifestazione:

«C'è il direttivo composto da tre persone, Luca il presidente, io il vicepresidente e Marcella. Diciamo che la direzione artistica è praticamente tutta in mano a Dacia, per il festival di settembre, ma diciamo che c'è un confronto tra direzione artistica e direttivo per le decisioni finali. Nell'associazione siamo una ventina, ma a livello organizzativo quello che sta a monte lo facciamo io, Luca e Marcella. Poi durante i giorni di festival o nei giorni precedenti ci sono dei soci che possiamo chiamare “operativi” che ci danno una mano...».

Chi lavora al festival, tutti di Arona e paesi limitrofi tranne il responsabile della comunicazione che è di Trieste, prende uno stipendio «una cifra simbolica, non quanto sarebbero pagati nel mondo là fuori, ma c'è un rimborso». L'asset portante della manifestazione sono i volontari, senza i quali la manifestazione non potrebbe sussistere. I volontari sono da un lato cittadini aronesi che decidono di dedicare il proprio tempo libero al festival, e tra loro molti sono i pensionati, ma la maggior parte sono studenti che scelgono il festival per il progetto PCTO (ex Alternanza scuola/lavoro) e che quindi devono accumulare ore di “scambio lavorativo”¹³⁹. Nell'edizione 2021 del festival di settembre ne sono stati coinvolti 62. Oltre alla settimana di festival i ragazzi partecipano a delle giornate di avvicinamento e formazione al mondo festivaliero, con attività di gruppo. Durante la formazione i ragazzi vengono indirizzati al settore per il quale hanno fatto domanda focalizzandosi quindi su quell'ambito specifico; fotografia, comunicazione, produzione... «I volontari possono esprimere delle preferenze, poi si tratta anche di capire certe attitudini in base alla loro presentazione. Poi ci sono gruppi molto richiesti, come fotografia, dove cerchiamo di mediare, però

¹³⁹A questo proposito si è già specificato che seppur gli organizzatori del festival chiamino questi ragazzi “volontari”, in questa sede si preferisce denominarli “ragazzi dell'alternanza scuola/lavoro” differenziandoli da chi effettivamente partecipa al festival senza uno scambio materiale.

solitamente accontentiamo alle loro richieste».

Per il festival avere un ricambio così intenso di giovani proveniente dai licei della città è un fattore di orgoglio, come sottolinea Petruzzelli: «un percorso interessante, di cui Giulia [Bartucciotto] è una testimone vivente, è il percorso che fanno i volontari. Cioè fanno i volontari, poi c'è chi fonda una associazione, c'è chi diventa vicepresidente come Giulia, si prende la responsabilità di un settore, di un'area. A oggi tre dei nostri soci hanno fondato altre associazioni culturali. Siamo molto generativi in questo, fertilizziamo il territorio».

3.1.2. Programma della manifestazione

La seconda sezione delle interviste semi-strutturate mira a esplorare la strutturazione del programma culturale del festival, in cui si è cercato di cogliere le prime relazioni con possibili contesti culturali e sociali di riferimento.

Le domande di riferimento sono state:

- Come viene scelto il programma del festival? Call o chiamata diretta?
- Cosa offre il festival?
- Oltre agli spettacoli e agli incontri ci sono attività off?
- Durante l'anno ci sono spin off?
- Qual è il rapporto con il digitale?

Il festival di “Teatro sull'Acqua” è una manifestazione che si svolge nella seconda settimana di settembre, nel 2021 dal 7 al 12, e che concilia “Teatro” e “Parola”: una parte del programma è interamente dedicata agli incontri con gli autori, scelti soprattutto da Dacia Maraini e con la quale gli ospiti prediligono interfacciarsi, e una parte teatrale, quella che dà il nome alla manifestazione. Ogni anno l'associazione produce uno spettacolo pensato a partire da un testo di Maraini e che viene messo in scena sull'acqua: questo è il vero punto di forza e unicità della manifestazione, ciò che la distingue dai molti festival teatrali estivi che riempiono i calendari in tutta Italia. A corollario di questo, altri spettacoli sono rappresentati in diverse location di Arona (parchi pubblici, la Rocca, giardini di ville private). Oltre al festival l'Associazione portava avanti altri progetti, come «la stagione di Teatro per casa, dove ci sono dodici direttori artistici, quindi dodici case, che fanno anche una conferenza stampa tutti insieme, e che si mettono d'accordo su chi fa cosa e quando... Un vero cartellone con tanti teatri».

Dalla primavera del 2020, con lo scoppio della pandemia, uno dei temi più caldi nel dibattito teatrale nazionale è stato l'uso del digitale per le rappresentazioni. Nell'edizione 2020 il festival ha trasmesso alcuni incontri anche online, ma solo per la parte letteraria del festival. La direttrice in questo senso è molto chiara: «il teatro ha bisogno del corpo umano, della parola, della voce e di un pubblico presente. Se si mette sullo schermo, il teatro si trasforma in cinema o in televisione, ovvero si immette in un altro linguaggio, un altro codice linguistico ed estetico», e Petruzzelli è categorico sull'argomento: «il nostro obiettivo è proprio quello di socialità, di innovazione sociale, e per fare innovazione sociale devi anche stare insieme. Poi sai il teatro, un conto il cinema che te lo puoi vedere a casa, ma il teatro non funziona. Non siamo su quella linea d'onda».

Il digitale però aiuta nella gestione e nell'analisi dei dati, come racconta il direttore organizzativo: «stiamo cercando di sviluppare una App per agevolare l'accesso del pubblico, perché l'anno scorso avevamo fatto tutto a mano. In quel senso il digitale sì, aiuta. Che poi vuol dire raccolta di dati, creare un rapporto uno a uno con gli spettatori, con i fornitori, gli insegnanti. Se hai i dati e il consenso a utilizzarli puoi fare anche altre cose, come mandare aggiornamenti, chiedere contributi...».

3.1.3. Rapporto con il territorio

Questa terza sezione delle interviste semi-strutturate rivolte agli organizzatori del festival è quella centrale e più corposa di tutta l'intervista e mira a comprendere i rapporti che il festival ha saputo instaurare con il proprio pubblico di riferimento (il target), con le location nel quale avviene la manifestazione e con l'amministrazione locale. Questa sezione è stata divisa nelle voci Pubblico, Location, Territorio e Amministrazione.

Le domande di riferimento sono state:

a. Pubblico:

- Quanto pubblico c'è?
- Da chi è composto? Età, istruzione, genere...
- Sono state attuate delle politiche di avvicinamento del pubblico?
- Se sì, quali?
- Durante questi anni, avete notato la creazione di un “nocciolo duro” del pubblico? Se sì, cosa predilige nel programma?
- I bambini e i ragazzi invece, partecipano al festival? Se sì in che modalità?

b. Location

- Oltre al “teatro” quali altre location vengono usate durante il festival?
- Sono spazi pubblici o privati? Ci sono accordi o convenzioni?

c. Territorio e amministrazione

- Esiste un rapporto con l'amministrazione?
- Sono mai state avviate delle collaborazioni con finalità turistiche o culturali?
- Ci sono mai state attività di promozione territoriale usando la cultura o il festival?
- Territorio: rapporto con scuole, centri culturali, musei, biblioteche...

Negli ultimi anni sono stati lanciati dei questionari online tramite newsletter post festival. Il Covid-19 ha però cambiato le prospettive e i numeri del festival. «Prima della pandemia» racconta Petruzzelli, «avevamo 7.000 persone. L'anno scorso meno di 3.000 perché gli incontri erano contingentati, era tutto dimezzato [...] L'età media è abbastanza alta, un pubblico maturo proveniente dalle tre province, Verbania, Novara e Varese.

La questione dell'età e dell'ampliamento del pubblico sono temi centrali che molti festival culturali si stanno ponendo. Le soluzioni proposte sono altrettante, personalizzate in base alle singole realtà nelle quali si opera. Petruzzelli racconta che le politiche di avvicinamento del pubblico attuate negli anni sono state «banalmente fare spettacoli sotto casa [...] E la politica del volontariato culturale ha avvicinato verso i giovani. Creare una stagione di teatro ragazzi vuol dire creare una politica di avvicinamento al teatro, chiaro che lì devi andare coi genitori, non puoi decidere liberamente, però in un certo senso i bambini portano a teatro i genitori, che altrimenti non andrebbero...».

“Teatro sull'Acqua” punta sulla prossimità per invogliare prima di tutto nuovi abitanti di Arona a partecipare alla manifestazione per abbattere «quel pregiudizio nei confronti del teatro» e le location aiutano ad «aggiungere valore alla tua offerta, vedi una villa solitamente chiusa, vedi uno spettacolo sull'acqua che o vai a Bregenz per la lirica o vai in Vietnam per la marionette, o vieni qua...». Uno spettacolo unico per location, scrittura e messa in scena che ha creato degli habitués che tutti gli anni tornano, ma che comunque non attira il nocciolo duro della parte letteraria: «gli incontri con gli autori hanno un loro pubblico [...] Poi bisogna tener presente che gli incontri con gli autori sono gratuiti, mentre il teatro è a pagamento».

La questione economica è ancora una barriera, un ostacolo che tiene lontano chi non è disposto a spendere in cultura. Tanto che, racconta Petruzzelli: «una volta davamo anche le PR Card, come quelle che si davano in discoteca: i volontari dovevano distribuirle e convincere a venire a teatro con degli sconti. Chi ne distribuiva di più e portava più spettatori vinceva un premio culturale. Una

dinamica di autocoinvolgimento perché da noi funziona molto il passaparola» e poi il teatro di strada è pensato come una leva per avvicinare accidentalmente gli spettatori: «il teatro di strada nella nostra logica è che “inciampo nel teatro”, sto facendo una passeggiata, mi incuriosisco, pensato per le famiglie e i bambini, è un linguaggio che avvicina e non allontana. Se la prima cosa che vedo è la lirica, sai magari mi spavento...».

Il festival “Teatro sull'Acqua” diventa per Petruzzelli un campo di sperimentazione a cielo aperto in cui poter ascoltare le esigenze del proprio pubblico e offrire costantemente qualcosa in più. Oggi sempre più corsi di formazione sono incentrati sull'apprendimento di tecniche di *audience engagement* e *audience development*, ma il direttore organizzativo racconta di non aver fatto corsi, ma di aver imparato sul campo «da quando ho diciotto anni sono nel gruppo dell'Avis di Arona donatori del sangue e lì facevamo un sacco di attività di giovani per avvicinare alla donazione del sangue. Non ho fatto un percorso strutturato specifico, poi sai tutto quello che impari nella vita ti serve e può essere stato quello il mio percorso formativo, nel senso di sensibilizzazione verso certi percorsi». Mentre Bartucciotto ha una formazione “circolare”: «Io sono arrivata a questo punto grazie al festival. Tutto inizia nel 2016 quando vado a Verona a fare una Magistrale in Editoria e giornalismo. Serve un tirocinio curriculare e [...] mi lancio nel mondo dei festival. Provo a Festivaletteratura e a Mantova mi prendono perché avendo lavorato a “Teatro sull'Acqua” sapevo il funzionamento. E poi ho fatto un anno di stage in Mondadori Eventi perché avevo fatto lo stage al festival di Mantova. E adesso torno all'ovile con un bagaglio sicuramente più ricco di quello di partenza: torno al festival dopo essere stata formata dal festival stesso».

Nel 2021, grazie anche al contributo di Giulia, è stato istituito uno Young Board, ovvero una decina di soci under 30 che «ha come obiettivo principale portare i giovani nella fasce 20-30 come pubblico a Teatro sull'Acqua», e il punto di partenza è un intervento sul programma: «abbiamo fatto delle proposte e sono state abbastanza ben accolte, vediamo se funziona [...] Almeno c'è del confronto, che magari gli scorsi anni mancava un po' [...] ci siamo concentrati più sulla parte letteraria, pensavamo di invitare Murubutu che è un rapper che insegna anche filosofia in un liceo a Reggio Emilia, [...] con un incontro intermezzando pezzi sul libro con esibizioni».

L'impegno è molto, il direttivo lavora tutto l'anno per la realizzazione di quella settimana di eventi e la stessa direttrice artistica riconosce che «Certo si può fare di più e meglio. Ma quello che fanno Luca, Marcella, Vanessa, Giulia, Annamaria nel territorio per me è straordinario. Ci lavorano tutto l'anno. E credo che molti ad Arona e dintorni sono loro grati. Anche se c'è sempre qualcuno che critica, che si lamenta, che prende le distanze, ma questo fa parte del gioco democratico». Un impegno costante che ha portato anche alla creazione di legami e rapporti con le associazioni culturali e sportive locali. Tra i molti grati al festival c'è sicuramente l'Onorevole Alberto Gusmeroli

che ha sostenuto, economicamente ma anche pubblicamente, il progetto quando nel 2010 era ancora in campagna elettorale per diventare sindaco di Arona. Come racconta Maraini, «Il sindaco Gusmaroli è stato un grande alleato: ha capito l'importanza della iniziativa per la città e non ha mai fatto questioni di preferenza politica o di censura. Non si è mai inserito nelle nostre scelte artistiche, con vero spirito democratico e ha mostrato sempre un grande rispetto per il teatro, per gli scrittori invitati, per il nostro lavoro culturale. E questo penso sia il segno di una vera scelta democratica». La scuola, con il progetto di PCTO, è il partenariato locale più importante per il festival al quale, come sottolinea Petruzzelli «da noi paradossalmente partecipano più le associazioni sportive che culturali, come i canottieri di Angera, la Barca Pinta che è una associazione di pescatori sportiva. Noi coinvolgiamo le associazioni che poi coinvolgono le persone».

3.1.4. Le economie del festival

Nella quarta e ultima sezione delle interviste semi-strutturate si è indagato in che modo il festival si sostiene, mettendo in luce anche le controversie o criticità emerse negli anni. Le domande di riferimento sono state:

- Quanti finanziamenti ha il festival? Pubblici e privati.
- Gli spettacoli sono tutti a pagamento? Quanto?
- Quanto costa il festival?
- Qual è la voce di spesa maggiore?
- Ci sono sponsorizzazioni locali?
- Sono stati presi accordi con l'amministrazione per l'uso di aree pubbliche?
- Sono state avviate convenzioni con gli esercenti locali? (hotel, ristoranti, bar...)

Il festival “Teatro sull'Acqua” vive soprattutto di bandi: il primo supporto arriva da Fondazione Cariplo che ha creduto fin da subito nel progetto, e poi a seconda degli anni e dei progetti, spesso presentati in partenariato con festival amici per fare rete ed essere strutturalmente più forti, Compagnia di San Paolo, Fondazione Crt, Regione Piemonte. La biglietteria aiuta solo in parte a rientrare delle spese, mentre un forte aiuto arriva dai professionisti locali, come il service o l'elettricista che si fanno “pagare il minimo indispensabile” grazie alle convezioni e alle reti amicali innestate negli anni. Tanto che «il service nel 2014 ci ha messo soldi lui perché abbiamo chiesto talmente tanta roba...» o negli anni sono nate delle collaborazioni più strutturate con alcuni esercenti

come la «pizzeria da Aldo che ospita quasi tutti gli scrittori e qualche ospite importante gratuitamente a cena. Noi dobbiamo solo dire quanti sono», racconta Petruzzelli.

I fondi privati sono troppo pochi per poter avere una stabile continuità. Invece grazie al rapporto creatosi e sviluppatosi con il già citato Onorevole Gusmeroli, il comune di Arona è un partner importante perché «ci sostiene con gli spazi, con i contributi e con i finanziamenti».

4. Intervistare chi partecipa al festival

Tra il 6 maggio e il 13 settembre 2021 si sono intervistate 23 persone che a vario titolo hanno o hanno avuto legami con il festival. La scelta di chi intervistare è stata effettuata nel corso dei mesi di analisi preliminare: alcuni nomi sono stati indicati dall'organizzazione del festival, altri sono stati rintracciati direttamente da chi ha compiuto l'indagine. Nella scelta si è cercato di tener conto dei diversi ruoli nella società e nel mondo del festival, andando a intercettare gli sguardi propositivi ma anche quelli più critici nei confronti della manifestazione.

Le interviste hanno avuto una durata variabile tra i venti e i centodieci minuti, tutte registrate con l'approvazione degli intervistati, e successivamente trascritte. Due interviste sono state fatte a coppie, motivo per il quale gli intervistati sono ventitré e le interviste sono ventuno. Le interviste sono state divise nei gruppi 1) Collaboratori del festival, persone che a vario titolo collaborano o hanno collaborato con la manifestazione; 2) Commercianti, persone che hanno e gestiscono attività commerciali nel centro di Arona; 3) Cittadini, il pubblico del festival; 4) Amministrazione, personale preposto alla gestione del bene pubblico; e infine 5) Stampa, comprendendo un giornalista locale e chi è occupato negli anni dei rapporti con la stampa¹⁴⁰.

Tra gli obiettivi delle interviste era quello di cogliere il modo in cui il festival fosse da un lato percepito dai soggetti e dalle loro cerchie relazionali, dall'altro capire se il festival potesse aver avuto degli impatti sulle formazioni o scelte culturali. Con molti degli intervistati, grazie anche al clima confidenziale instauratosi durante la prima intervista, si è avuto modo di avere ulteriori scambi durante il *fieldwork*, rilevando cambiamenti, problematicità o anche solo aggiornamenti sulla programmazione del festival.

¹⁴⁰ Nell'analisi delle interviste tra virgolette caporali « » le citazioni tratte direttamente dalle interviste in cui si è solo inserita la punteggiatura cercando di trasmettere l'intonazione della voce e del parlato. Qualora all'interno di citazioni tra virgolette caporali siano presenti diciture tra parentesi quadrate [] si fa presente che sono indicazioni o precisazioni inserite in seguito in fase di analisi per chiarezza del discorso.

La permanenza sul campo di indagine ha dato la possibilità di un'osservazione diretta, e in alcuni casi indisturbata, tra i commercianti, i volontari, i ragazzi dell'Alternanza scuola/lavoro e lo stesso operato dell'organizzazione, consentendo una visione complessiva del quadro di riferimento in cui sono state messe in luce congruenze e distonie tra le narrazioni e il reale.

La traccia dell'intervista è stata costruita a partire da tre aree tematiche:

A. Legame con il festival, in cui si è cercato di stabilire quale sia da un lato il rapporto tra l'intervistato e la manifestazione e dall'altro lato quale sia la percezione della manifestazione nella sua rete relazionale. Questa prima sezione mira al raggiungimento di una fiducia con l'intervistato, partendo dalla narrazione del suo vissuto nei confronti della manifestazione.

Le domande di riferimento sono state:

- Come ti sei avvicinato a “Teatro sull'Acqua”?
- Cosa fai per il festival?
- Perché lo fai?
- Hai qualcuno in famiglia che fa parte del festival?

B. Output della manifestazione, in cui si è indagato sui possibili *output* economici e sociali del festival a livello locale. Alcune delle seguenti domande sono state poste solo ai proprietari delle attività commerciali presenti nel comune di Arona. Altre invece solo ai volontari più giovani.

Le domande di riferimento sono state:

- Durante il festival, aumenta il numero dei clienti?
- Hai dei clienti habitués durante il festival?
- Cosa fa il festival per coinvolgere i cittadini?
- Conosci qualcuno che grazie al festival si sia avvicinato a certe discipline?
- Fai quello che fai anche grazie al festival?

C. Futuro della manifestazione, dove a partire dal proprio vissuto esperienziale nei confronti del festival, si è chiesta una opinione sui possibili sviluppi della manifestazione. Questa terza e ultima sezione di intervista mira a chiedere agli intervistati uno sforzo critico e immaginativo nei confronti della manifestazione di cui si discute. Le domande di riferimento sono state:

- Qual è il punto di forza del festival?
- Qual è il punto di debolezza del festival?
- Come ti immagini, o come vorresti, il festival fra 10 anni?

4.1. Testimoni significativi intervistati: i collaboratori del festival

Cinque membri dell'organizzazione del festival responsabili, al momento delle interviste, di alcune sezioni cruciali del festival: B. al momento dell'intervista era «responsabile del reparto social, quindi al momento tengo la pagina Facebook e Instagram»¹⁴¹. Nella vita di tutti i giorni è studente di informatica all'Università di Milano. E., giornalista, dopo dieci anni in biglietteria, da settembre 2021 è diventata ufficio stampa del festival seppur ci tiene a precisare che «non ho abbandonato il ruolo che diciamo che nei dieci anni precedenti era il mio, quello della biglietteria, con una assistente speciale che è mia figlia che è cresciuta con il festival. Quindi strappiamo i biglietti, sorridiamo alle persone, chiacchieriamo quindi abbiamo anche il polso del pubblico, di cosa pensa la gente, che poi è la parte bella dell'incontro del festival»; E. fotografa ufficiale del festival dal 2013 e anche fotografa di professione, è da luglio 2021 social media manager della manifestazione; A. è «responsabile dei volontari perché essendo educatrice pedagogista ho un certo approccio con i giovani di conseguenza posso dare una mano a gestirli e coordinarli»; e C. che si occupa dei contenuti multimediali e del *rebranding* del festival, temi attorno ai quali è ruotata l'intera intervista. Per motivi di riservatezza e di accordi presi con gli intervistati, nell'analisi delle interviste non sono riportati i nomi affianco alle trascrizioni.

TEAM DEL FESTIVAL			
NOME	RUOLO	PROVENIENZA	MODALITÀ
E.	Uff. Stampa dal 2021	Arona	In presenza
B.	SMM dal 2021 e presidente di una associazione culturale	Arona	In presenza
E.	Fotografa dal 2013	Arona	In presenza
A.	Responsabile volontari dal 2021	Arona	In presenza
C.	Responsabile comunicazione dal 2018	Trieste	Telefonica

Tab.10 - Intervistati del gruppo "Collaboratori del festival".

¹⁴¹Al momento della stesura del report, ottobre 2021 Brian però è stato sollevato dalla sua mansione. Emilia, fotografa, ha preso in carico anche il reparto social.

4.1.1. Legame con il festival

Quattro su cinque degli intervistati hanno risposto che si sono avvicinati a “Teatro sull'Acqua” grazie al passaparola, generatosi in diversi momenti storici del festival. C'è chi racconta di essersi avvicinato al festival ancor prima che questo nascesse: «viaggiavo in treno con Luca Petruzzelli, andavamo a Milano io studiavo lettere lui lavorava da ingegnere nella sua vita precedente, e quindi abbiamo cominciato a parlare dell'idea di portare il teatro ad Arona». Chi invece ha mandato il proprio curriculum in cerca di una assunzione, chi in corso d'opera è stato contattato direttamente dal direttivo: «ho conosciuto il festival tramite la stessa direzione del festival [...] che mi ha chiesto di dare una mano e da lì sono entrata in associazione e mi sono appassionata al festival» e chi ancora conosceva Luca Petruzzelli da un progetto precedente.

Dopo il primo approccio alla manifestazione, le motivazioni che hanno spinto a proseguire nella collaborazione con il festival sono state diverse. Per qualcuno è stata una sfida personale «perché comunque il teatro tende a buttarti in situazioni in cui tu non sei proprio nella tua *comfort zone*, e quindi questo ti aiuta a superare le tue paure o anche le tue insicurezze e questo mi sprona a imparare a fare nuove cose» anche se poi aggiunge che «la cosa che mi piace di più di tutte in assoluto è conoscere nuovi artisti ma magari anche non artisti, gente della produzione, la gente dello spettacolo, a me la gente dello spettacolo piace tantissimo perché ognuno ha una storia», e questa passione l'ha trasmessa anche alla propria compagna.

Mentre per qualcun altro far parte del festival vuol dire contribuire alla crescita culturale del proprio territorio: «sono laureata in storia del teatro e il teatro è una delle grandi passioni della mia vita insieme ai libri [...] quindi questo festival è esattamente l'incontro tra il teatro e la letteratura e poi perché ad Arona, nella città in cui sono cresciuta dal punto di vista scolastico, abito qui vicino, dove ho i miei amici le mie relazioni e quindi fare qualcosa per cercare di rendere più bello più attrattivo il posto dove tu vivi con i mondi che ti piacciono credo sia il massimo», tanto che ha iniziato a far collaborare anche la figlia e il marito.

Anche per qualcun altro quello iniziato come un lavoro è diventata poi una passione tanto che ha coinvolto anche la mamma, volontaria in diverse edizioni del festival.

4.1.2. Output della manifestazione

Gli intervistati del gruppo dei collaboratori del festival conoscono bene le modalità con cui il festival ha negli anni approcciato la cittadinanza di Arona. Il primo pensiero per tutti e cinque gli

intervistati è andato al progetto con i licei dell'Alternanza scuola/lavoro, poi alcuni di loro hanno ampliato le risposte mostrando le diverse sfaccettature delle intenzioni del festival. Per esempio c'è chi racconta che il festival ha «tantissimi volontari tra i cittadini aronesi che, quando possono, danno una grandissima mano. Sono i volontari migliori che abbiamo, molto pratici, molto concreti che fanno le cose. Per esempio uno molto assiduo e che ha anche recitato è un vigile di Arona, oppure ci sono anche tante persone che sono in pensione». Un altro aggiunge che il sogno sarebbe quello di creare un festival che duri 365 giorni all'anno, o anche solo un gruppo «che possa incontrarsi periodicamente, anche per confrontarsi sulle idee». E su questa stessa idea, anche un altro intervistato accenna al grande progetto di creazione di cittadinanza culturale attraverso il festival: «il progetto è far diventare Arona una città nella città, in cui invece di essere normali cittadini gli abitanti hanno un ruolo all'interno di questa città-teatro, un ruolo con doppio significato: un ruolo da cittadino in una città utopica, e un ruolo come teatrante. Per esempio durante lo spettacolo il rematore – che durante l'anno lo fa di mestiere -, in questa città teatro diventa rem-attore. Si creano dei neologismi, per usare un linguaggio di una città che non ha le regole delle città normali e il rem-attore diventa un cittadino culturale in questa città-teatro, dove oltre a essere un cittadino normale partecipa attivamente allo spettacolo. [...] Allo stesso modo, in questa città-teatro lo spettatore, che ha contribuito alla creazione del festival vuoi come produttore, che ha messo a disposizione il suo condominio, la sua villa..., diventa spett-attore, diventa quindi attivo in un progetto di cittadinanza che sembra utopica, ma che in realtà avviene già da dieci anni».

Un progetto quindi di creazione di cittadinanza attiva che va avanti, più o meno consapevolmente da diversi anni, e quindi una delle domande è stata posta proprio per capire il livello di percezione di questa creazione di interesse culturale sia nella cittadinanza sia nei singoli individui. Un altro intervistato ci racconta che prima dell'esperienza con il festival non era mai stato a teatro, ma dopo ha cambiato idea in merito, tanto da aver fondato una propria associazione culturale che si occupa di organizzazione e promozione degli eventi, cosa che ammette non sarebbe mai successa senza il contatto e il coinvolgimento con Petruzzelli.

Altri due intervistati riportano invece le impressioni del loro “gruppo di volontari”, riferendosi ai ragazzi del PCTO, confermando che seppur qualcuno di loro sia al festival solo per accumulare ore, altri sono proprio interessati, fanno domande, sono curiosi, e «molti dei volontari del festival sono rimasti. E rimaner all'interno dell'organizzazione vuol dire anche che durante l'anno hanno impiegato ore per lavorare alla programmazione del festival». C'è chi aggiunge che magari non tutti i “volontari”, riferendosi sempre ai ragazzi dell'Alternanza scuola/lavoro, sono inizialmente coinvolti nel progetto e che quindi alcuni supervisor li obbligano a partecipare alle attività, come assistere agli incontri e partecipare agli spettacoli teatrali, ma poi si innesca un meccanismo di

autoconsapevolezza che li porta li avvicina e incuriosisce: «Noi abbiamo dato l'input poi loro hanno capito, si sono affezionati e appassionati e quindi avvicinati a quello che propone il festival».

4.1.3. Futuro della manifestazione

Il gruppo di intervistati è unanime nel dire che il punto di forza del festival “Teatro sull'Acqua” è il coinvolgimento dei cittadini e del territorio. Uno degli intervistati dice proprio: «Arona diventa ancora più bella con le nostre proposte culturali. Il punto di forza è il bar che ti dice che va bene se quel giorno appende il volantino e ti presta il servizio igienico. È il parcheggio gratuito, è il sorriso, è la ditta che ti offre i suoi materiali, è l'impresa edile che regala il ponteggio, è l'auto elettrica che ti viene prestata per la settimana del festival, è chi ti dice che ha spazi pubblicitari e te li dona perché crede nel progetto, sono i proprietari delle ville che aprono i loro cancelli, perché ci tengono, ci credono. Quindi il punto di forza è davvero un territorio che lavora insieme per arricchire il territorio stesso». Il territorio che crede nel progetto e che collabora proattivamente alla sua buona riuscita, perché tutti ne escano soddisfatti e felici, per poter rinnovare e riproporre l'idea, per dare una continuità a qualcosa di attrattivo per una città che vive di turismo. Quindi rientra anche la bellezza delle location e l'aver «così tanti ragazzi delle scuole che ci aiutano, ci danno una mano», come racconta un intervistato, ma se non sono gestiti correttamente rischiano di diventare anche un punto di debolezza forte. E a questo proposito, i due nodi più critici emersi durante le interviste sono stati l'organizzazione e la comunicazione del festival.

L'organizzazione è segnalata come problematica per due motivi differenti, il primo è il sistema autarchico che si è stabilito nel festival, in cui una sola persona di riferimento tende ad avere le redini di tutto, avendo però delle difficoltà a gestire la totalità della manifestazione; dall'altro la gestione dei ragazzi e dei volontari, tanto che chi avanza la problematica suggerisce una «gestione più rigida» in cui ruoli siano meglio definiti. L'altro nodo è la comunicazione intesa come «tutta la parte di gestione dei messaggi trasmessi all'esterno, quindi dai rapporti esterni alla grafica»: come già accennato, l'intervista avuta con il responsabile della comunicazione e del *rebranding* Settembrino è stata una approfondita riflessione sulle potenzialità ancora inesprese della manifestazione. Di conseguenza la lentezza nell'aggiornamento della pagina web e dei social legati al festival, così come una poco capillare diffusione dell'evento fuori dalla zona di Arona, dovrebbero essere elementi già in fase di analisi da parte del festival.

A margine, due intervistati fanno notare la mancanza di partecipazione di un pubblico giovane, sottolineando la necessità di ripensare il programma anche per allargare il target.

L'aspirazione condivisa dei cinque intervistati è che il festival 1) prenda consapevolezza di essere uno strumento di creazione di cittadinanza culturale attiva, 2) inneschi meccanismi e processi di partecipazione per i giovani, oltre al progetto PCTO, 3) si ripensi come parte di un ciclo di attività che dura tutto l'anno. Ma questo è uno dei punti nel più ampio progetto di *rebranding* del festival.

4.2. Testimoni significativi intervistati: i commercianti

Tre dei cinque intervistati appartenenti alla categoria “Commercianti” sono librai, questo per dare spazio alle attività culturali che collaborano, a diversi titoli e progetti, con il festival per avere pareri anche discordanti sull'organizzazione, sulla gestione e sull'andamento della manifestazione: G. è comproprietario della libreria Feltrinelli Point, già proprietario della prima libreria di Arona fondata nel 1994; M. proprietaria della libreria Mondadori di Arona; I. e S. fondatori della libreria La stanza di Vincent, aperta nel 2020 ad Arona; poi sono stati intervistati L., proprietario dell'Hotel Giardino, convenzionato con il festival che ospita molti degli artisti del festival e G., il proprietario della Pizzeria da Aldo, in piazza del Popolo ad Arona. Si è provato a intervistare anche commercianti che negli anni hanno manifestato aversità nei confronti della manifestazione, sempre ottenendo rifiuti. Per motivi di riservatezza e di accordi presi con gli intervistati, nell'analisi delle interviste non sono stati riportati i nomi affianco alle trascrizioni.

COMMERCANTI DI ARONA			
NOME	RUOLO	PROVENIENZA	MODALITÀ
M.	Proprietaria Libreria Mondadori	Arona	In presenza
I. e S.	Proprietari Libreria La stanza di Vincent	Arona	In presenza
L.	Proprietario Hotel Giardino	Arona	In presenza
G.	Proprietario Libreria Feltrinelli Point	Arona	In presenza
G.	Proprietario Pizzeria da Aldo	Arona	In presenza

Tab.11 - Testimoni significati intervistati: i commercianti.

4.2.1. Legame con il festival

«La libreria è presente sul territorio dal 1994, prima non c'era assolutamente nulla. Abbiamo seminato tanto, creando un terreno fertile per la città». La collaborazione della Libreria Feltrinelli con il festival prosegue dalla prima edizione, con l'allestimento di un banchetto in piazza San

Graziano per la rivendita dei libri presentati dagli autori. Nel 2021, in occasione dello spin off del festival per bambini, sono iniziate le collaborazioni anche con le librerie Mondadori e La stanza di Vincent. Questa è una nuova libreria e spazio culturale nel cuore di Arona: I. e S., dopo anni da partecipanti e osservatori, sono stati coinvolti dall'organizzazione del festival durante il quale hanno organizzato due incontri/laboratori, ma le attività che fanno sono molteplici tutto l'anno, con l'idea di anche di creare partecipazione tra i cittadini di Arona.

C'è poi chi racconta invece che ha sposato l'idea da subito con entusiasmo: «noi ci siamo avvicinati a “Teatro sull'Acqua” proprio nella fase quasi embrionale, perché eravamo amici di Luca Petruzzelli». Per altri il festival sul territorio vuol dire che «finalmente si propone qualcosa di differente ad Arona. Una proposta culturale diametralmente opposta da tutto quello che avevamo visto». La collaborazione che negli anni si è creata con il festival non è solo uno scambio economico di ospitalità e ritorno d'immagine, c'è infatti chi ospita gratuitamente gli ospiti del festival perché “prestigioso” attori e i personaggi del festival. «Abbiamo conosciuto tantissimi personaggi, da Dario Fo, la premio Nobel per la Pace Shirin Ebadi, persona straordinaria, poi Ornella Vanoni e tutti i personaggi al seguito. Con il fatto che gravitano nel nostro locale abbiamo un ritorno d'immagine», ma anche e soprattutto una condivisione e partecipazione alle iniziative: «una volta abbiamo ospitato il Menù della Poesia, dove chi era seduto poteva scegliere una poesia da un menù e quello è risultato coinvolgente anche per le nostre attività». Un coinvolgimento arrivato anche alla compagna e alla figlia, apparse in qualche spettacolo.

Una di queste attività commerciali diventa durante la manifestazione uno dei centri operativi del festival, e il proprietario non ha dubbi sul ruolo che deve avere il suo spazio nei confronti della città e del proprio territorio: «Non ci siamo avvicinati noi, sono venuti loro all'inizio chiedendoci se volessimo collaborare e noi abbiamo accettato perché pensavamo fosse qualcosa di utile per la città. Pensiamo che una attività come la nostra debba partecipare alle cose della città». E nel progetto ci crede tanto da avere una collaborazione economica nonostante settembre al lago sia ancora alta stagione: «noi al festival facciamo delle scontistiche molto particolari, a uso esclusivo per loro. Gratis non le diamo perché non mi piace il concetto del gratis perché vuol dire che è un rapporto... Non abbiamo chiesto pubblicità ma loro ce la fanno ugualmente, perché sono molto bravi da quel lato lì. Quindi la collaborazione è una scontistica per tutti gli ospiti, che devo dire sono tanti perché ci sono gli autori, i tecnici, gli artisti, un numero consistente di persone oltretutto a settembre», ma questo perché pensa che il festival Teatro sull'Acqua «sia una delle poche manifestazioni che veramente valorizzano la città perché poi le altre sono tutte manifestazioni fine a sé stesse».

4.2.2. Output della manifestazione

La percezione che i commercianti hanno della manifestazione è limitata alla loro esperienza personale e diretta. La pluralità delle osservazioni raccolte restituisce un quadro polivocale, seppur poco rappresentativo del settore commerciale di Arona. Tutti più o meno genericamente sanno che il festival porta avanti una collaborazione con i licei locali e che si svolge in diverse location della città, come chi racconta: «poi ci sono anche altre iniziative, io poi non la seguo nel dettaglio, ma sapevo che le rappresentazioni le fanno anche nelle ville nei cortili della città e questo dà modo di scoprire spazi che di solito non sono aperti, e questo di solito è molto interessante per un paese perché erano location di ville importanti».

Sulla questione invece legata all'indotto che il festival genera sul territorio, inteso come spesa economica che chi fruisce della manifestazione ha nei locali commerciali locali, tranne per la Feltrinelli che ha il banchetto diretto in piazza San Graziano, dove avvengono gli eventi, tra gli intervistati c'è chi racconta che «qualcuno che viene che richiede proprio per il festival, ma non sono così esagerati da dire che si può fare un business su quello [...] Per il momento essendo il festival a livello territoriale, ma il movimento potrebbe essere di più...». Invece un altro intervistato racconta di avere clienti che vengono da molto lontano per sentire gli autori: «quando c'è il festival di settembre l'interesse è altissimo, ho persone che fanno anche tanti chilometri solo per quello. Quindi secondo me l'indotto e tutto quello che c'è dietro funziona, è notevole, c'è interesse». C'è anche chi nota che: «la gente che assiste a questi spettacoli è comunque diversa, di uno spessore diverso rispetto al turismo che siamo abituati ad avere la domenica». Per quanto riguarda però un aumento delle vendite nel settore culturale, alcuni hanno fatto notare che “manca la curiosità” da parte del pubblico e che quindi dopo aver visto lo spettacolo, ascoltato la presentazione, nessuno ha acquistato. Mentre un altro intervistato nota che negli anni è aumentato l'interesse nei confronti del teatro e «la gente di Arona ormai se lo aspetta a settembre».

4.2.3. Futuro della manifestazione

Per i commercianti intervistati i punti di forza sono la rappresentazione del “Teatro sull'Acqua”, progetto unico in tutta la zona. Inoltre notano come l'atmosfera in città cambi, «c'è una atmosfera molto divertente quella settimana perché iniziano ad arrivare gli attori, il regista, si muovono questi personaggi anche nel paese, i volontari, gli studenti...».

L'altra peculiarità è la relazione con il territorio: «ogni anno le rappresentazioni teatrali coinvolgono

la città. Non c'è un luogo deputato al teatro ad Arona, però gli spettacoli di “Teatro sull'Acqua” riempiono la città. Riscopriamo la città attraverso il teatro». Sul versante turistico, un intervistato dichiara che il punto vincente del festival sia il «portare ad Arona personaggi che non verrebbero mai per nessun motivo, e che con il festival scoprono che è una città carina accogliente, e rimangono anche meravigliati».

Per la maggior parte dei commercianti il punto debole è l'uso degli spazi. Da un lato c'è chi suggerisce di rimuovere le barriere del Teatro sull'Acqua perché può essere respingente e confermano l'idea che in questo modo si avvalorò il preconcetto che il teatro e la cultura siano elitari, anche se capiscono che le questioni economiche possono essere il motivo di questa chiusura «non so quanto può incidere anche sulla vendita dei biglietti», che comunque alcuni ribadiscono essere troppo cari per un solo spettacolo. Dall'altro lato c'è chi parla di economie di scala, ancora troppo poco usate dal festival: «perché usare quegli spazi solo per uno spettacolo teatrale la sera o per un concerto di musica o una rappresentazione serale? È uno spreco, bisognerebbe usare i palchi e gli spazi anche di giorno, usarli di più, abbinare una presentazione per adulti e una cosa per bambini e di portare i genitori e i figli nello stesso momento a vedere una presentazione». Sempre nell'ottica di ottimizzazione delle risorse c'è anche chi propone delle tournée: «sarebbe bello che gli spettacoli di Teatro sull'Acqua poi vadano in giro... Però capisco che per fare una cosa così ci vuole una struttura più consolidata...».

Infine, c'è chi pensa che il tasto dolente sia la comunicazione del festival, ancora troppo provinciale per i personaggi che coinvolge la manifestazione. E questo punto si collega alla visione che i commercianti hanno di un festival nel futuro, che vorrebbero più grande, con più eventi, con più pubblico, e con più varietà nella proposta culturale.

4.3. Testimoni significativi intervistati: i cittadini

Degli otto aronesi intervistati, sei sono ex volontari del festival¹⁴², E. è presidente di una associazione culturale, M., è studentessa universitaria e *food stylist*, S. e R. entrambi studenti universitari, M. e il compagno, che nella vita sono grafica lei e tecnico nell'automazione industriale lui. Poi L. è professoressa al liceo Fermi di Arona e responsabile del progetto PCTO, e A., insegnante in una scuola dell'infanzia e proprietaria di una villa storica nel centro di Arona che durante il festival diventa teatro per alcune rappresentazioni. Per motivi di riservatezza e di accordi

¹⁴²I n questo caso i volontari sono così chiamati perché non era ancora stato introdotto il progetto di Alternanza scuola/lavoro e partecipare alla manifestazione era un atto volontario senza ritorni.

presi con gli intervistati, nell'analisi delle interviste non sono stati riportati i nomi affianco alle trascrizioni.

CITTADINI			
NOME	RUOLO	PROVENIENZA	MODALITÀ
S.	Studentessa (Ex volontaria)	Arona	In presenza
M. e il compagno	Grafica e operaio (Volontari al festival)	Arona	In presenza
M.	Studentessa e <i>food stylist</i> (Ex volontaria)	Arona	Telefonica
E.	Presidente di una associazione culturale (Ex volontario)	Arona	In presenza
L.	Professoressa responsabile progetto PCTO	Lesa	In presenza
R.	Studente (Ex volontario)	Arona	Telefonica
A.	Insegnante e Proprietaria di una villa	Arona	In presenza

Tab.12 - Testimoni significati intervistati: i cittadini.

4.3.1. Legame con il festival

Tre dei quattro ex volontari si sono avvicinati al festival grazie alla scuola. Come racconta un intervistato: «Luca Petruzzelli [...] è venuto al mio liceo e ha presentato il progetto del festival che ci è stato poi riproposto anche dai nostri insegnanti, quindi ci è stato detto che gli studenti potevano partecipare come volontari», o anche un altro: «alle superiori, sono venuti verso maggio a presentare il progetto così allora mi sono iscritta e sono andata a fare la volontaria a settembre» e l'esperienza è stata talmente positiva che ha proseguito anche gli anni successivi: «il primo anno mi sono trovata molto bene quindi l'ho fatto fino a quest'anno [2020], il mio quinto anno consecutivo», sperimentando anche diverse mansioni: «il primo anno mi ero iscritta a fotografia e c'era una fotografa che seguiva il corso, [...] l'anno dopo mi sono spostata a logistica per partecipare più attivamente al festival e anche perché il gruppo di fotografia è bello pieno e allora mi sono spostata e tutti gli altri anni sono rimasta a logistica». Invece c'è chi ci racconta di una predilezione per la comunicazione: «mi sono sempre occupato della parte video, mi sono sempre interessato di video making perché ho sempre avuto questa passione, quindi mi hanno affidato questa parte, mi sono occupato quasi sempre della realizzazione delle interviste agli ospiti». Ma per tutti loro, nonostante non siano più volontari per motivi di studio e di impegno personali, hanno mantenuto un buon rapporto con l'organizzazione del festival, come chi nel frattempo ha aperto una sua associazione culturale di musica: «sono in ottimi rapporti con Luca. Abbiamo fatto anche delle cose insieme con le nostre due associazioni, ci siamo supportati a vicenda. Lo sento spesso».

Essere volontari non passa però solo dalla scuola. Grazie alle molte attività che l'Associazione delle Due Rocche porta avanti durante tutto l'anno, le occasioni per entrare in contatto con l'organizzazione del festival sono diverse, come un'intervistata che racconta di essersi «avvicinata a “Teatro sull'Acqua” prima come spettatrice, poi cominciando a fare Teatro per Casa che è una cosa correlata, come casa ospitante, sono entrata in contatto con Luca e ho fatto la volontaria al festival». O ancora chi è stata contattata da Petruzzelli per una barca e poi si è innamorata dell'estetica di un regista e ha «deciso di fare la comparsa insieme a mio fratello e mia figlia per il suo spettacolo». Poi qualche anno fa, Luca le ha chiesto la possibilità di portare una rappresentazione teatrale nel cortile di casa: «noi abitiamo in una casa molto antica nel centro di Arona con un giardino molto bello all'interno, con un porticato, mi hanno chiesto se potessi fare uno spettacolo a casa nostra. E anche lì è stato bellissimo perché vedere proprio la costruzione del palco, le prove dello spettacolo, conoscere gli artisti, il regista, anche lì si è creato un bel clima, poi giocavamo a ping pong, le distanze si accorciano. La casa gliel'abbiamo data gratuitamente e anche quest'anno ci saranno degli spettacoli all'interno, merita proprio».

Come nel caso dei commercianti, anche tra i volontari c'è chi conosce Petruzzelli da oltre 25 anni e che l'ha coinvolta nel progetto e che poi a sua volta ha tirato dentro anche il compagno. Ora lei è socia e grafica e ricorda un passato da ex volontaria anche se ammette di non essersi spesa troppo per il festival, perché lavorando ha dovuto dare priorità agli impegni quotidiani.

Alla domanda “Perché lo fai?” in quattro su otto parlano dell'unicità di una iniziativa culturale sul territorio di Arona: «principalmente perché, secondo me è una attività veramente bella per il territorio». Racconta un altro volontario, «partecipa tutta la città, conosci un sacco di persone, sia i ragazzi che collaborano sia le persone che vengono a vedere sia gli artisti, e quindi è una cosa del territorio, e a volte valorizzare e dare una mano quando si può mi sembra importante».

C'è invece chi parla di comodità: «avere il festival sotto casa è anche un respiro di sollievo, non dobbiamo ammazzarci per cercare qualcosa». Anche chi ha fatto altre esperienze di volontariato in altri festival culturali, partecipa perché: «nella zona su ci sono ben poche attività culturali veramente poche e “Teatro sull'Acqua” è una delle poche che c'è e che funziona». Poi per alcuni da volontario diventare socio è un passo breve, o ancora c'è chi, oltre alla bellezza di entrare in contatto con gli artisti e con il mondo della cultura, dichiara che con il festival «le distanze si accorciano», intendendo che grazie alla manifestazione la comunità si riavvicina, fa parlare vicini di casa, fa conoscere persone con interessi comuni, abbatte barriere e pregiudizi di ordinaria abitudine in un piccolo paese in cui tutti si conoscono.

4.3.2. Output della manifestazione

Tutti i cittadini intervistati hanno collaborato a vario titolo con il festival, quindi, almeno teoricamente sono tutti informati sulle modalità in cui il festival coinvolge la cittadinanza. Sette su otto intervistati però alla domanda “In che modo il festival coinvolge la cittadinanza?” rispondono parlando solo del progetto di Alternanza scuola/lavoro, riferendosi ai ragazzi come “volontari”: «direi l'aspetto principale con cui coinvolgono i cittadini è il volontariato degli studenti», suggerisce un intervistato. Un altro motiva aggiungendo che coinvolgere «i ragazzi della scuola, dà la possibilità di formare una coscienza culturale diversa dal solito». E i *feedback* dei ragazzi dopo l'esperienza al festival sono molto positivi, come racconta un altro volontario, «perché si divertono, stanno in giro tutto il giorno, stanno fra di loro. È una bella occasione di scambio [...] di solito chi lo fa poi lo vuole rifare».

Solo in un secondo momento, invitati a pensare ad altre forme di partecipazione, aggiungono il coinvolgimento della cittadinanza: «direi che è un festival di cittadinanza attiva quindi si fonda proprio su quello, dall'Alternanza scuola/lavoro alla banda, fino al vigile che accompagna lo spettacolo. È proprio fatto dal paese» o ancora, «è un festival quasi interamente fatto di volontari. Sì, ci sono i professionisti, luci, suono, ma per il resto è fatto quasi interamente da volontari, quindi, è fondamentale che il festival coabiti con la realtà cittadina».

Coinvolgere la cittadinanza non implica automaticamente la nascita di interesse per nuove discipline. Questo è quanto emerge dalle risposte dei cittadini. Un intervistato dichiara che gli studenti dopo l'esperienza al festival non sembrano più appassionati di teatro, ma «capiscono che il teatro può essere anche una professione». Oltre l'ambito del festival, c'è chi racconta invece che grazie a Teatro sull'Acqua: «gli appuntamenti invernali sono sempre pieni, quindi c'è anche una riscoperta del teatro, anche per i bambini... La possibilità di portare i bambini a vedere degli spettacoli ha riscontrato molto successo, bisognava prenotare i biglietti perché altrimenti non si trovavano, perché in zona non è che ci sia molto».

Per quanto invece riguarda l'avvicinamento degli intervistati a nuove discipline, due hanno dichiarato di aver conosciuto nuovi autori, e due invece si sono avvicinati al teatro soprattutto perché il festival porta novità altrimenti difficili da intercettare in zona.

Tre ex volontari, che hanno preso strade differenti dal festival, raccontano che l'esperienza a “Teatro sull'Acqua” è stata formativa e utile per i percorsi intrapresi successivamente. Uno degli intervistati, che ha una associazione culturale, dichiara che: «è stata una bella esperienza vedere da dentro come funziona una associazione culturale quindi partecipare alle riunioni, interloquire con alcuni degli organizzatori, con alcuni degli ospiti, vedere il dietro le quinte degli spettacoli di Teatro sull'Acqua,

le produzioni originali del festival, e mi ha dato qualche infarinatura di come si gestisce una associazione e come si porta avanti quel tipo di lavoro, ma direi non troppo approfonditamente», o ancora chi si occupa ora di comunicazione racconta che il festival gli ha insegnato a relazionarsi con i personaggi del mondo letterario e dello spettacolo, o chi racconta di aver migliorato il proprio approccio al lavoro di gruppo: «il festival è stata per me la prima occasione di lavorare in team. Da quel punto di vista è stato molto formativo».

4.3.3. Futuro della manifestazione

I cittadini di Arona raccontano i punti di forza del festival mostrando con le loro risposte diverse sfaccettature della manifestazione. La maggior parte dei pareri si concentra su due aspetti, i volontari e l'uso diffuso degli spazi. Secondo uno degli intervistati il festival è in «un posto bello, turistico e nella città che coinvolge tutti. In quei giorni è veramente bello stare ad Arona. Il punto di forza è il coinvolgimento delle persone». Chi è dello stesso parere aggiunge che da un lato molteplici iniziative «possono interessare diversi utenti, sia i giovani sia le persone adulte», e dall'altro esaltano le bellezze della città, un plus per il festival che usa diverse location di Arona, diventando un festival diffuso: «il teatro viene fatto anche per strada, nelle piazze, nella via centrale, sia per bambini sia per adulti». E poi i volontari «il cuore e l'anima del festival [...] senza di loro non si potrebbe assolutamente fare». Un altro intervistato pensa invece che il punto di forza sia la direttrice artistica Dacia Maraini perché «è in grado di portare dei grandi nomi della cultura ad Arona».

Sulla possibile debolezza del festival, si è chiesto ai cittadini un giudizio da spettatori e da fruitori della manifestazione, seppur direttamente coinvolti nel festival. Uno dei temi emersi è il costo dei biglietti, perché il festival non prevede agevolazioni sia per chi volesse frequentare tutto il festival sia per i residenti di Arona. Infatti si vedono gli incontri con gli autori, gratuiti, che sono spesso pieni, mentre gli spettacoli teatrali faticano a essere *sold out*. Questo perché purtroppo la gratuità è ancora una leva importante quando si parla di eventi culturali, soprattutto in un piccolo paese in cui si è abituati a una fruizione culturale a pagamento e teatrale. Sulla proposta culturale, in tre intervistati fanno notare che alcuni eventi proposti, compreso lo spettacolo principale di Teatro sull'Acqua, non sono sempre a livello delle aspettative. C'è chi parla di autoreferenzialità «nella scelta degli autori, con il rischio che ci si limiti alla bolla di ciò che piace a Dacia» e chi parla di mancanza di ascolto alle nuove generazioni: «magari una programmazione un po' più giovanile, per avvicinare anche un range d'età un po' più giovane perché spesso gli autori dei libri sono un po' più

per gli adulti». A questo proposito c'è chi parla della pandemia come di una occasione mancata per il festival per ripensarsi e riprogettare l'evento perché è «diventato necessario il bisogno di innovare la proposta, rendendola più interattiva e a misura dell'utente» pensiero che si collega anche a un'osservazione sulla capacità del festival di auto alimentarsi e rigenerarsi: «perché ha fatto delle cose già molto grandi per gli spazi, le infrastrutture che ha Arona. Mi sono chiesto se il festival abbia magari raggiunto il suo limite fisiologico».

4.4. Testimoni significativi intervistati: gli amministratori della città

Per avere un quadro del rapporto che ha il festival con il proprio territorio, è sembrato importante avere un confronto con alcune personalità dell'amministrazione locale. La prima intervista è stata fatta telefonicamente all'Onorevole Alberto Gusmeroli, sindaco della città di Arona per due mandati consecutivi, ora vicesindaco e parlamentare, già Vicepresidente della Commissione Finanze nel governo Draghi, che ha seguito il progetto fin dalla sua nascita, sostenendolo e promuovendolo. Si è poi contattato il presidente della ProLoco di Arona, l'architetto Alberto Tampieri.

Seppur si sia usata la struttura di intervista preimpostata, il focus di questi due incontri è stato il rapporto che il festival ha intessuto con il territorio e con la città di Arona. Per questo motivo non si è ritenuto opportuno dividere l'analisi nelle tre sezioni suddette, ma proporre una unica restituzione.

AMMINISTRAZIONE			
NOME	RUOLO	PROVENIENZA	MODALITÀ
Alberto Gusmeroli	Onorevole e vicesindaco di Arona	Arona	Telefonica
Alberto Tampieri	Associazione Pro Loco	Arona	In presenza

Tab.13 - Testimoni significati intervistati: gli amministratori della città.

L'Onorevole Gusmeroli ha raccontato del terreno fertile che Arona ha saputo creare per le attività culturali come “Teatro sull'Acqua” e della nascita del festival, periodo nel quale lui era da poco diventato sindaco della città, in cui ha notato che la rinascita di Arona coincideva con la crescita del festival: «io vedevo Arona in uno stato di abbandono anche fisico, marciapiedi, strade, zone abbandonate, pensiamo che la zona della Rocca, sei ettari e mezzo di città era chiuso da un decennio, la zona del Lido quindi la zona che è sempre stata tradizionalmente spiaggia balneabile era diventata non balneabile da due decenni ed era abbandonata, piena di rifiuti... [...] Nella prima campagna elettorale abbiamo coinvolto tutta la città, indipendentemente dal credo politico, ed è venuto a parlarmi un giovane Luca Petruzzelli a propormi un'idea culturale proprio sul concetto di

coinvolgimento della città per farla risorgere perché aveva visto del terreno fertile. E avrebbe coinvolto Dacia Maraini. [...] Quindi quando ho vinto le elezioni abbiamo tradotto sogni e idee in qualcosa di vero. Quindi gli ho dato carta bianca e fiducia e lui e ha cominciato a progettare la nascita di questo festival, prima facendo nascere l'Associazione delle Due Rocche e successivamente è andato a bussare e cercare ogni dove, anche in comune».

Il festival poi è cresciuto, seppur con un appoggio consistente da parte dell'amministrazione locale, mantenendo la sua indipendenza, che ha garantito l'unicità e la specificità della manifestazione: «Ovviamente è stata molto importante la collaborazione, il fatto di andare d'amore e d'accordo, il fatto di non mettere becco nelle scelte teatrali, nelle scelte letterarie, e questo ce l'ha riconosciuto anche Dacia Maraini. Questa realtà qui in un certo modo è un unicum non solo perché si fa teatro sull'acqua e si coinvolge mezza città, [...] per gli incontri degli autori si usano più location come sfondo, come evento, il teatro è in mezzo all'acqua quindi il palcoscenico diventa il lago [...] con un vero coinvolgimento, anche della direzione artistica, nel luogo. Loro hanno coinvolto studenti a fare stage e volontariato, hanno coinvolto tutte le associazioni che potevano coinvolgere, [...] e per certi aspetti questa realtà con questo teatro è veramente un caso che può fare scuola. Perché tante le associazioni che collaborano, tanti cittadini che fanno gli attori, come comparse, quindi c'è un coinvolgimento totale della città».

Gusmeroli, commercialista, è anche molto attento alle finanze e alle entrate che le manifestazioni locali possono generare. E fin dalle prime edizioni ha notato che il teatro, e la cultura in generale, poteva essere uno strumento per generare non solo valore economico, dettato dall'aumento di turismo, ma anche un valore simbolico, notando come sia cambiata la percezione degli aronesi nei confronti del teatro: «spesso il teatro viene considerato come qualcosa per adulti, invece questo festival, che aiutiamo economicamente, riesce a organizzare il teatro ragazzi, parliamo di 300 bambini che vengono a vedere gli spettacoli teatrali, e pagano per vederli! E questo è molto importante perché spesso si dice che il teatro non genera economia, che si può solo fare cose gratuite... Ovviamente non stiamo parlando di grandi cifre, però intanto anche il teatro ragazzi come tutto il resto del teatro è a pagamento. Ovviamente se ci sono famiglie in difficoltà si cerca di aiutare, però questo è un elemento molto importante per non svilire anche l'attività artistica». Sottolinea dunque l'Onorevole che il segreto del festival è il coinvolgimento degli abitanti di Arona, paragonando ancora una volta il festival all'amministrazione: «Io credo che se si proseguirà il coinvolgimento della comunità nel festival, questa associazione non si chiuderà in sé stessa e continuerà a coinvolgere la comunità, potrà solo crescere il festival. Ovviamente bisogna che anche la politica continui a sostenere da un lato il festival e lo lasci libero nelle scelte, che continui per certi aspetti questo incredibile equilibrio. Il giorno in cui qualcuno vuole mettere mano al festival,

vuole mettere becco nelle scelte culturali, il festival muore perché è nato coinvolgendo la gente esattamente come è nata la mia amministrazione, coinvolgendo la gente [...] come il festival noi non vinceremo più le elezioni nel momento in cui non coinvolgeremo più la gente. Il festival morirà il giorno in cui invece di coinvolgere la gente si chiuderà in sé stesso. Per ora tutte e due le cose funzionano bene».

Con l'architetto Tampieri il focus dell'intervista è stato il turismo nella città di Arona che come ha raccontato il presidente della ProLoco: «negli ultimi quindici anni ha avuto un notevole incremento di afflusso turistico perché le ultime amministrazioni hanno investito parecchio [...] Hanno incentivato il turismo, nel senso che hanno reperito parcheggi, hanno riordinato i giardini, hanno riaperto il Lido di Arona, hanno riaperto la nautica. È stata tre anni Bandiera Blu. Poi c'è la Rocca che era chiusa, hanno quasi pedonalizzato il centro, poi hanno tirato fuori le vecchie mura, hanno ristrutturato la biblioteca...». E tra attrazioni naturali, come il Parco Naturale dei Lagoni di Mercurago, o create ad hoc come il progetto promosso dall'amministrazione «Lake and shopping, per incentivare a venire ad Arona che è piena di ristoranti, i negozi sono aperti la sera e organizziamo i fuochi piromusicali, artificiali con la musica», anche la cultura inizia ad avere il suo piano di rilievo. Oltre a “Teatro sull'Acqua” «ormai fiore all'occhiello per la cultura [...] che ha fatto conoscere Arona al di fuori della città», diverse sono le iniziative: il Premio Letterario Internazionale Città di Arona Gian Vincenzo Omodei Zorini che si svolge tutti gli anni dal 1998 nel mese di ottobre; il Festival Internazionale organistico di Arona nato nel 2005 e diretto da Christian Tarabbia; e ora «l'amministrazione comunale con i soldi del Recovery Plan sta cercando di farsi finanziare un museo di arte contemporanea in una struttura storica che c'è qui ad Arona». Molte quindi le iniziative promosse, per ribadire che «Arona è viva e piena di eventi».

4.5. Testimoni significativi intervistati: la stampa

Nella categoria stampa si sono racchiusi Carlo Bologna, direttore della sezione Novara del quotidiano La Stampa, e Anna Maria Rava, ufficio stampa specializzato in editoria ed eventi con sede a Bologna e che opera a livello nazionale e che è stata ufficio stampa del festival per sette anni, dal 2014 al 2020. I loro pareri da professionisti esterni e non cittadini di Arona danno l'idea della percezione che il festival trasmette esternamente.

Seppur si sia usata la struttura di intervista preimpostata, il focus di questi due incontri è stato sul modo in cui il festival ha usato i media per comunicarsi e il modo in cui il rapporto con la stampa è

mutato negli anni. Per questo motivo non si è ritenuto opportuno dividere l'analisi nelle tre sezioni suddette, ma proporre una unica restituzione.

STAMPA			
NOME	RUOLO	PROVENIENZA	MODALITÀ
Carlo Bologna	Direttore La Stampa sez. Novara	Novara	Telefonica
Anna Maria Riva	Ex Uff. Stampa del festival	Bologna	Telefonica

Tab.14 - Intervistati del gruppo "Stampa".

Anna Maria Riva racconta che si è avvicinata al festival con il passaparola, un contatto attraverso una amica del settore editoria. Bologna ammette subito che con il festival c'è da sempre una partnership intendendo «degli accordi dove c'è anche una parte che è curata dagli organismi di marketing del giornale» ma che indipendentemente da questo il festival «è una realtà del nostro territorio che noi seguiamo da sempre». Ma nonostante questo secondo lui il festival è una «eccellenza per la caratura dei personaggi coinvolti e per il luogo, coniugando alla perfezione il lago, elemento naturale e caratterizzante di Arona, con un progetto culturale. Quindi non è un festival come ce ne sono tanti un po' calato dall'alto, ma è un festival che si sposa alla città e alla sua capacità di aprirsi ad altri orizzonti. Poi la direzione artistica affidata a un personaggio come Dacia Maraini ha consentito di dare ovviamente un respiro ancora maggiore all'evento».

Con Bologna si è poi proseguito a capire, da spettatore esterno, le positività e le negatività della manifestazione, per arrivare a uno sguardo sul futuro. Secondo il giornalista il punto di forza del festival è la capacità di legare la cultura al territorio, cosa che distingue la manifestazione da eventi simili che avvengono in altre zone d'Italia durante il periodo estivo: «Sicuramente la specificità di saper coniugare molto bene la presenza di questo evento culturale ai luoghi in cui si svolge quindi [...] la produzione che viene fatta ogni anno che lega la rappresentazione teatrale al lago. [...] Come è un punto di forza quello di restituire alle piazze, come piazza del Popolo che si affaccia sul lago, piazza San Graziano che pur rimanendo interna è uno spazio molto bello, una fruizione non solo di passaggio ma di incontro, quindi culturale, sociale. Il festival restituisce alla città i suoi luoghi e gli dà anche una lettura diversa. Offrire a turisti e residenti un modo di leggere la città intrigante. Arona si presta perché è sempre stata una città di cultura, guidata dal San Carlone che riesce a far parlare lingue diverse. [...] La scommessa è quella di andare avanti cercando sempre delle nuove sfide, nuove letture, non appiattirsi ma saper coinvolgere le realtà locali». Realtà locali che seppur siano in parte già coinvolte sono limitate al comune di Arona. Bologna ricorda la difficoltà di fare rete anche tra comuni limitrofi, ma questa sarebbe la vera sfida per il futuro, pensare a scambiare cultura ed esperienze culturali e allargarsi al bacino naturale verso Novara e Milano, sfruttando

maggiormente anche la linea ferroviaria, che in 45 minuti arriva in città. Un festival in cui si partecipa in presenza, dal vivo, per vivere il territorio, la città e i suoi abitanti: «Il festival non deve essere un posto dove ti senti invitato a partecipare, che quasi ti senti in soggezione. Il festival deve essere una cosa apertissima, deve essere in grado di attirare qualsiasi persona di qualsiasi ceto sociale, nessuno deve sentirsi in imbarazzo [...] Uno ci può andare in infradito piuttosto che vestito bene».

4.6. Sintesi interviste: territorio, partecipazione e cittadinanza attiva

Diversi i temi emersi dalle interviste. La divisione nelle categorie delle interviste mette in evidenza come alcune tematiche emergano con maggior rilevanza mentre altre restano praticamente invisibili, mostrando le positività e le problematicità che i diversi target riscontrano nella relazione con il festival. Analizzando le interviste agli organizzatori emerge come gli obiettivi del festival – di creazione di cittadinanza attiva e di partecipazione – siano percepiti in maniera distorta dagli stessi collaboratori del festival, che associano un significato differente al termine, o non vengano addirittura percepiti dal resto dei rispondenti, che invece riconoscono il grande valore della relazione della manifestazione con il territorio. Si prova quindi ora a sintetizzare quanto emerso dalle interviste per nuclei tematici.

Territorio

Il primo tema emerso trasversalmente in tutte le interviste è la dislocazione degli eventi del festival, diffusi su tutto il territorio di Arona. La dislocazione implica la creazione di reti del festival con privati che mettono a disposizione le loro abitazioni o proprietà, dando la possibilità di conoscere luoghi solitamente inaccessibili, e con enti pubblici, dando vita a una risemantizzazione degli spazi. Questo incentiva, secondo alcuni rispondenti, a partecipare agli eventi teatrali per poter esplorare il proprio paese. Altri invece dichiarano che il coinvolgimento di realtà locali sia una fondamentale spinta sociale ed economica per il territorio. L'intera città si fa teatro, per ospitare i relatori e gli artisti che animano le giornate di festival. Questa relazione con il territorio incentiva la partecipazione di numerosi commercianti, creando collaborazioni e sinergie. Seppur notando che il festival non sia ancora *appealing* fuori dal circondario aronese, tutti i commercianti interpellati hanno dichiarato che in città l'atmosfera cambia, perché i partecipanti sono diversi rispetto al "turista della domenica". Un intervistato dichiara che il punto di forza del festival è la capacità portare ad Arona personaggi che non avrebbero motivo per recarsi in città, ma che poi scoprono un

luogo accogliente. Per chi ha una attività, partecipare al festival non è solo una questione di immagine, ma diventa un'azione sociale, un atto dovuto alla collettività, che finalmente può usufruire di qualcosa di diverso, «una proposta culturale diametralmente opposta da tutto quello che avevamo visto».

Partecipazione

Il secondo tema emerso dalle interviste è quello della partecipazione. Riprendendo la definizione di Melucci (1998), partecipare significa contemporaneamente *prender parte*, cioè agire per promuovere gli interessi e i bisogni di un attore; ma, allo stesso tempo anche *far parte* cioè riconoscere di appartenere a un sistema, identificarsi con una comunità (Vitale 2014). Come si è avuto modo di vedere nel primo capitolo di questa tesi la partecipazione è uno dei meccanismi per il riconoscimento dei propri diritti, dando forma alla vita collettiva. Partecipare ha una stretta connotazione politica, in quanto implica un agire atto alla promozione degli interessi e dei bisogni di un singolo che si identifica con una comunità (Melucci 1989; Carpentier 2015). Si è poi notato, in relazione al welfare culturale, come la partecipazione ad attività culturali possa aiutare a sviluppare nei fruitori una consapevolezza che incide anche su un possibile sviluppo sociale e un cambiamento del pensiero (Kelaher *et al* 2014; Fisher 2017).

Dall'analisi delle interviste la partecipazione a “Teatro sull'Acqua” corrisponde invece a una fruizione passiva. Ma seppure il pubblico e gli spettatori del festival non abbiano spazio decisionale o di intervento, in diversi hanno evidenziato come negli ultimi anni, anche grazie al festival, siano nati nuovi interessi culturali in città, come le rassegne teatrali per bambini durante l'inverno, l'apertura di due librerie, la nascita di diverse associazioni culturali. Invece secondo gli ex volontari intervistati il coinvolgimento dei giovani volontari non implica automaticamente la nascita di interesse verso discipline alle quali non si erano avvicinati in precedenza come la letteratura e il teatro. Un intervistato dichiara infatti che gli studenti dopo l'esperienza al festival non sembrano più appassionati di teatro, ma invece iniziano ad avvicinarsi alle professioni della cultura e capiscono che anche il teatro può essere un lavoro.

Quando in fase di intervista si domanda a proposito della partecipazione giovanile, per la maggior parte degli intervistati questa coincide con il progetto di Alternanza scuola/lavoro (PCTO). Il direttore del festival parla di “orgoglio per la città” nell'ingaggiare ogni anno decine di adolescenti disposti a spendere il loro tempo in attività culturali. Un investimento anche per il futuro, dato che tre dei soci, dopo essere stati volontari, hanno a loro volta fondato nuove associazioni culturali, «fertilizzando il territorio».

Per tutte le categorie di intervistati il progetto di PCTO è un punto di forza, perché dimostra che la

manifestazione e i suoi organizzatori hanno da un lato la capacità di intessere relazioni sociali a livello locale, e dall'altro l'interesse a interagire con i giovani, dando loro formazione e momenti di conoscenza.

Uno dei collaboratori del festival racconta infatti che prima dell'esperienza come volontario a "Teatro sull'Acqua" non era mai stato a teatro, ma grazie a questa partecipazione ha cambiato idea in merito, tanto da aver fondato una propria associazione culturale che si occupa di organizzazione e promozione di eventi.

Il PCTO può mostrare alcune fragilità strutturali, non essendo assimilabile a un vero servizio di volontariato, ma nonostante questo una collaboratrice sostiene che, anche se alcuni dei ragazzi partecipano solo per raggiungere il monte ore scolastico, altri si appassionano, fanno domande e rimangono oltre il tempo concordato.

A parte il progetto di PCTO con le scuole superiori della città, la partecipazione giovanile resta scarsa, come riscontrato dagli stessi organizzatori che nel 2021 avevano lanciato il tentativo sperimentale di uno Young Board, dando quindi la parola ai soci under 30. Il tentativo è stato poi abbandonato nel 2022.

Ma la partecipazione, e il volontariato, non sono prerogativa dei soli giovani. Alcuni dei volontari storici del festival, "colonne portanti", sono pensionati che mettono a disposizione le loro competenze e il loro tempo. Una cittadina mette a disposizione la propria casa perché ama l'atmosfera che si respira al festival e le piace l'idea di rendere la propria abitazione un luogo di cultura. Tutti loro si sono avvicinati a "Teatro sull'Acqua" tramite passaparola: conoscenza del direttore, amici di amici, il figlio che ha fatto il PCTO e che ha conosciuto il festival... Sono diverse modalità di interazione con la cultura quando esce dai luoghi deputati. Il direttore sottolinea come un festival che occupa le strade di una città offra l'occasione di un "inciampo nella cultura", perché incuriosisce i passanti, e offre a famiglie e bambini una diversa fruizione. Obiettivo degli organizzatori è abbattere i pregiudizi legati al teatro e alla cultura attraverso nuove modalità di interazione, di partecipazione. Ora, dopo undici anni di manifestazione l'aronese si aspetta il festival a settembre.

Cittadinanza Attiva

Dalle interviste emerge che l'idea di cittadinanza attiva sia molto diversa da quanto analizzato nel primo capitolo di questa tesi, dove si era adottata la definizione avanzata da Giovanni Moro di «pratica di cittadinanza che consiste in una molteplicità di forme organizzative e di azioni collettive volte a implementare diritti, curare beni comuni e/o sostenere soggetti in condizioni di debolezza attraverso l'esercizio di poteri e responsabilità nel *policy making*» (Moro 2013, p. 28).

Per tutti i cittadini intervistati il termine "cittadinanza attiva" implica e sottende la partecipazione della comunità, dai volontari ai pensionati, dalle famiglie ai bambini.

Uno dei collaboratori, raccontando il progetto di *rebranding* del festival da "Teatro sull'Acqua" a "Arona Città-Teatro sull'Acqua", parla di una trasformazione che dura tutto l'anno, che coinvolge tutta la città e che la trasforma in un grande palcoscenico a cielo aperto, «in cui invece di essere normali cittadini gli abitanti hanno un ruolo all'interno di questa città-teatro, un ruolo con doppio significato: un ruolo da cittadino in una città utopica, e un ruolo come teatrante».

Questa visione della cittadinanza attiva, seppur differente da quella di Moro, assegna un ruolo centrale al radicamento nel territorio: tutta la comunità si mette in scena per la buona riuscita della manifestazione che porta lustro e risalto alla città, ma è anche socialmente utile ai residenti. In generale, partecipare al festival, è secondo i cittadini rispondenti, un percorso utile anche se successivamente si prendono altre strade, perché innesca «conoscenza culturale», ovvero attiva interessi e amplia la panoramica di quanto si conosce.

5. I questionari

Durante i mesi di analisi e ricerca qualitativa, si è lavorato per la stesura di due questionari che supportassero il lavoro con dati e numeri raccolti direttamente sul campo. Il primo, denominato "Il pubblico di Teatro sull'Acqua", era un questionario per analizzare il pubblico del festival e le sue abitudini culturali, a risposte chiuse principalmente basato su scale numeriche e scale verbali (Likert) e somministrato durante l'edizione 2021 del festival. Il secondo questionario invece doveva inizialmente essere somministrato da una postazione fissa, un banchetto con postazione di ascolto del pubblico. Si è poi optato per un sondaggio denominato "Feedback Pubblico", anonimo, rapido e a risposta aperta e compilato direttamente dalla ricercatrice durante l'edizione 2021 del festival. Infine, insieme all'amministrazione si è pensato insieme a un sondaggio a risposta aperta per raccogliere le impressioni dei ragazzi dell'alternanza scuola/lavoro alla fine della settimana di festival.

In un secondo momento, nell'estate 2022, è stato somministrato un ulteriore questionario, denominato "Arona Attiva", per comprendere il grado di attivazione della cittadinanza che solitamente partecipa alla manifestazione. L'obiettivo di questo questionario era quindi quello da un lato di capire se chi partecipa al festival ha degli interessi sociali (come la politica internazionale o le questioni di genere) e dall'altro capire se questo festival, nello specifico, può aiutare a creare

cittadinanza attiva. Per la rilevazione dei dati per la ricerca in questione si è quindi optato per un questionario in lingua italiana strutturato in 38 domande, accorpate in 21 quesiti a risposte chiuse principalmente basato su scale numeriche e scale verbali (Likert), per facilitare la somministrazione.

5.1. Il pubblico di Teatro sull'Acqua

Il festival, seppur nato nel 2011, non aveva mai compiuto un audit, una rilevazione sul gradimento e sulla profilazione del proprio pubblico. Durante l'intervista con gli organizzatori della manifestazione è emerso che il festival per un paio di edizioni ha mandato al proprio pubblico un questionario tramite il servizio di newsletter, per capire *ex post* il gradimento del pubblico alla manifestazione.

Si è optato quindi per un primo questionario, denominato “Il pubblico di Teatro sull'Acqua”, per capire da un lato chi fosse il pubblico del festival, in maniera strutturata, e delineare non solo un profilo socio-demografico, e dall'altro lato cogliere i consumi culturali del pubblico del festival provando a descriverne le implicazioni sociali, anche in un'ottica di cittadinanza attiva, generate da questo modello di fruizione culturale. Una ricerca che trova riscontro negli strumenti teorici e metodologici della sociologia applicati ai temi dei festival e dei temi dei pubblici della cultura e dell'*audience development*¹⁴³.

Gli obiettivi della ricerca, derivanti dall'analisi dei dati raccolti, erano quindi:

- la profilazione socio-demografica dei fruitori del festival “Teatro sull'Acqua”;
- l'analisi dei consumi culturali degli individui che hanno partecipato;
- la comprensione delle modalità di partecipazione alla manifestazione e ad altre manifestazioni culturali presenti sul territorio;
- la valutazione dell'esperienza al festival in termini di gradimento e di valutazione dei servizi proposti ai fruitori durante le giornate di manifestazione.

Il campione di riferimento è stato caratterizzato dal fatto di essere:

¹⁴³ Si veda tra gli altri De Biase F. (a cura di) (2015), *I Pubblici della cultura*, FrancoAngeli, Milano; Paltrinieri R., Parmiggiani P. (2016), *Il pubblico della lirica: consumo di cultura o cultura di consumo?*, in «Sociologia della comunicazione», 51, pp. 29 – 42; Bollo A., Gariboldi A., Da Milano C., Torch C. (2017), *Study on audience development. How to place audiences at the centre of cultural organisations*, Directorate-General for Education and Culture Creative Europe program, European Commission, Brussels; Gemini L., Paltrinieri R. (a cura di) (2018), *I pubblici dello spettacolo dal vivo e museale. Tra audience development, audience engagement e audience reception*, «Sociologia della Comunicazione», 56/2018; Gemini L., Bartoletti R., Brillì S. (2018), *Il lavoro dello spettatore dal vivo: capitale culturale ed esperienza. Il caso del pubblico del Rossini Opera Festival*, in «Sociologia della comunicazione», n. 56, pp. 43 – 64; Report 2019 dell'Osservatorio dello Spettacolo (Regione Emilia-Romagna, ATER Fondazione) ed Emilia-Romagna Film Commission, *I pubblici dei festival cinematografici in Emilia Romagna*.

- non rappresentativo dell'intera popolazione di Arona, regionale o provinciale, in quanto ricollegato ai soli fruitori del festival culturale “Teatro sull'Acqua” per l'edizione 2021;
- casuale semplice, in cui ovvero le unità del pubblico di “Teatro sull'Acqua” hanno la stessa probabilità di entrare a far parte del campione;
- non sistematico, in quanto è non stato deciso di somministrare il questionario secondo una logica distributiva ragionata. Non è stato scelto perciò di inserire un'unità ogni intervallo, ma di proporre la somministrazione a un campione quanto più ampio possibile tra i fruitori della manifestazione.

Per la rilevazione dei dati per la ricerca in questione si è quindi optato per un questionario in lingua italiana strutturato in 44 domande, accorpate in 19 quesiti a risposte chiuse principalmente basato su scale numeriche e scale verbali (Likert), per facilitare la somministrazione.

La costruzione del questionario è stata determinata a un'elaborazione in tre fasi:

- 1) elaborazione di un questionario strutturato, comprensibile e di bassa tempistica di compilazione;
- 2) somministrazione pilota (pre-test) ed eventuale seconda somministrazione;
- 3) somministrazione definitiva al campione di indagine.

Infatti, prima della somministrazione al campione di riferimento, il questionario era strutturato in quarantacinque domande, impostate principalmente su scale numeriche e scale verbali (Likert) e si è proceduto a svolgere una somministrazione pilota (pre-test) per identificare possibili anomalie di impostazione o produzione. Il campione del pre-test è stato composto da individui di genere e fasce di età diversi, principalmente addetti ai lavori, quindi lavoratori o giornalisti in ambito culturale, che hanno partecipato a decine di festival culturali, scelti appositamente per poter raccogliere opinioni e pareri da “voci esperte”.

Dal pre-test è emerso che tre domande risultavano ambigue e considerando le modalità in cui il questionario sarebbe stato compilato (durante un festival, magari insieme ad altre persone, in attesa dell'evento) e la tempistica di compilazione è risultata troppo lunga superando i sei minuti di media. In un secondo momento, facendo seguito alle annotazioni e quindi togliendo una domanda ambigua e accorpendo le altre due, abbassando così il tempo di risposta a circa cinque minuti.

La somministrazione è avvenuta durante le giornate del festival, dal 7 al 12 settembre 2021, tramite QRCode e tramite questionari cartacei. In questa modalità il festival ha fornito delle penne brandizzate “Teatro sull'Acqua” da regalare per la compilazione. Dal 2020, a causa della pandemia, il numero dei partecipanti al festival si è confermato attorno alle 3.000 presenze. Il campione è stato

intercettato all'ingresso, prima degli eventi e degli spettacoli, e incoraggiato a compilare il modulo durante l'attesa prima dell'inizio degli incontri o degli spettacoli. Durante la compilazione, la ricercatrice passava in mezzo al pubblico per aiutare nella comprensione delle domande e per confrontarsi sul questionario. Si sono raccolti 284 questionari, di cui 194 in forma digitale e novanta in forma cartacea, poi ricopiati in forma digitale.

I dati rilevati attraverso il questionario sono infatti sono di tre tipi:

- a) carattere qualitativo detto sconnesso non ordinabile, cioè che non è possibile stabilire un ordinamento tra le modalità qualitative presenti. Fanno parte di questo gruppo, per esempio, variabili come il genere, la provenienza, il titolo di studio, la professione;
- b) carattere qualitativo detto ordinabile o ordinato, cioè che hanno per modalità denominazioni qualitative, tra le quali esiste un ordinamento naturale. Compongono questo gruppo le variabili sulla valutazione della fruizione alla manifestazione;
- c) carattere quantitativo detto carattere discreto o variabile discreta, che può cioè assumere una quantità finita o numerabile di valori. Appartengono a questo gruppo di variabili, per esempio, l'età e la frequenza di consumi culturali.

Per riuscire a raggiungere gli obiettivi prefissati del questionario, rimanendo nelle tempistiche date, l'indagine è stata strutturata in quattro sezioni.

- 1) Sezione anagrafica. La prima sezione del questionario riguarda gli aspetti socio-demografici degli intervistati. Sono presenti infatti domande relative al genere, ponendo attenzione anche alla possibilità di una categoria non binaria (domanda 1), all'età (domanda 2), alla residenza (domanda 3), al titolo di studio (domanda 4), alla professione (domanda 5) con una domanda specifica di indicare se l'intervistato fosse occupato nei settori dello spettacolo dal vivo, dell'editoria o dei libri, o del teatro (domanda 6).
- 2) Sezione relativa alla partecipazione culturale. La seconda sezione si concentra sulla fruizione culturale, intesa come partecipazione e consumo di cultura. In questa sezione è quindi stata fatta rientrare anche la domanda sull'associazionismo culturale (domanda 7). Le domande seguenti, tutte accorpate nel quesito 8 strutturato in una matrice a scala Likert, hanno invece indagato la frequenza di partecipazione a eventi dal vivo come festival, concerti, teatro (musica, prosa, danza), cinema, lettura di libri, visita di mostre e musei, lettura del giornale (cartaceo e/o online), aggiungendo anche punti relativi alla fruizione di piattaforme online come l'uso di social network (es. fb/ig/tw/tiktok), guardare la tv e vedere un film su piattaforme online (es. Netflix), nei dodici mesi precedenti la compilazione del questionario.
- 3) Sezione sulla fruizione e l'accesso al festival. La terza sezione è stata dedicata al festival, per

esplorare in che modo il pubblico si appropria e partecipa alla manifestazione. In particolare la domanda 9 vuole capire il da chi è chi composto il target del festival, nuovo pubblico o habitué, e tramite quali canali comunicativi è venuto a conoscenza della manifestazione, cartacei, digitali o passaparola (domanda 10). La domanda 11 vuole dare una dimensione sociale della fruizione, se quindi il pubblico ha partecipato da solo, con amici o familiari, approfondendo poi la motivazione nella domanda successivo, cogliendo se il pubblico è interessato al tema o la partecipazione è legata allo svago e all'intrattenimento come una scusa per trascorrere tempo fuori casa (domanda 12). Si è poi domandato il tempo di partecipazione, quanti giorni (domanda 13) e quanto spettacoli e incontri (domanda 14) e le modalità di accesso e acquisto del titolo di ingresso per gli spettacoli a pagamento (domande 15 e 16).

4) Sezione sulla valutazione dell'esperienza di partecipazione a “Teatro sull'Acqua”. Questa sezione finale è stata accorpata in tre domande strutturate (17, 18 e 19) come tre matrici a scala Likert a cinque punti, tutte volte a capire e valutare l'esperienza dei rispondenti all'edizione 2021 del festival. Si è scelto di utilizzare le matrici a scala Likert per poter meglio analizzare il livello di gradimento tramite una scala a cinque item, da ‘completamente in disaccordo’ a ‘completamente d'accordo’, inserendo una possibilità di risposta neutra “non so”, pensata per evitare una distorsione della rilevazione. I soggetti che non hanno partecipato agli incontri o non hanno usufruito di certi servizi offerti dalla manifestazione durante il festival hanno avuto così la possibilità di valutare in modo neutro la propria esperienza.

La matrice 17 è stata pensata per indagare se l'esperienza alla manifestazione abbia aumentato o stimolato nuovi interessi culturali nei rispondenti. Per ovviare a possibili *response set*, l'ultima della matrice 17, è stata formulata in forma negativa.

La matrice 18 è stata pensata per raccogliere le valutazioni delle esperienze nell'uso dei servizi offerti dalla manifestazione, dal prezzo del biglietto al parcheggio, da attività parallele al festival all'utilizzo dell'app per prenotare i biglietti. Infine l'ultima matrice, è stata pensata per cogliere i possibili interessi generati dalla manifestazione. Anche in questo caso, per ovviare a possibili *response set*, la domanda 44, l'ultima del sondaggio, è stata formulata in forma negativa.

Qui di seguito una sintesi del questionario realizzato, in appendice l'analisi del questionario intero (Appendice 13).

5.1.1. Sezione anagrafica

La prima sezione dell'indagine è stata volta a indagare i dati anagrafici dei rispondenti, quindi dei partecipanti all'edizione 2021 del festival “Teatro sull'Acqua”. Nello specifico si è chiesto il genere, l'età, la residenza, il titolo di studio, la professione, chiedendo una specifica per le professioni tematicamente legate alla manifestazione in corso, per capire la portata del festival (locale, regionale, nazionale o internazionale) e profilare il target di riferimento, confrontandolo con le statistiche regionali e nazionali a disposizione sui fruitori culturali.

Da questa prima sezione di indagine, il campione di riferimento restituisce l'immagine di un festival ancorato al territorio e pensato per una sua fascia precisa della popolazione: il pubblico dell'edizione 2021 del festival è prevalentemente femminile (il 70,4% sono donne e per il 29,2% uomini), è maturo (il 62,3% degli intervistati ha più di 45 anni d'età), possiede un alto livello di istruzione (il 50,3% ha un titolo di laurea o superiore), ed è fortemente sia locale (l'82,4% dei rispondenti proviene da un raggio inferiore ai trenta chilometri rispetto a dove si svolge la manifestazione) sia appartenente a un ceto medio, date le professioni svolte dai rispondenti. Solo il 9,7% dei rispondenti lavora negli ambiti attigui la manifestazione (teatro, libri, spettacolo dal vivo), quindi si può dichiarare che non sia un festival frequentato da addetti ai lavori.

A livello nazionale la percentuale degli uomini che partecipano ad attività di intrattenimento fuori casa è maggiore rispetto a quella femminile, fatta eccezione per il teatro, come riporta l'Istat: «Il teatro è l'unico tipo di offerta culturale, fra quelle considerate, rispetto alla quale la partecipazione femminile è più elevata di quella maschile (22,8% per cento delle donne contro il 17,7 per cento degli uomini) in tutte le fasce di età e, in particolare, tra le ragazze di 18-19 anni, presentando queste uno scarto di 20 punti percentuali rispetto ai coetanei maschi» (Annuario 2020, p. 290). Anche per quanto riguarda le fasce d'età, il pubblico di Arona rappresenta una eccezione rispetto al panorama nazionale. Secondo le statistiche ISTAT «A partire dai cinquantacinque anni, coloro che non partecipano superano la media nazionale e aumentano decisamente alle età successive fino ad arrivare al 44,8 per cento degli over settantacinquenni. Le donne sono lievemente meno attive in campo culturale rispetto agli uomini, infatti il 22,8 per cento delle donne si dichiarano inattive rispetto al 18,4 degli uomini; tra gli ultra75enni il divario si acuisce e le percentuali di inattività raggiungono rispettivamente il 50,7 per cento delle donne rispetto al 35,9 per cento degli uomini» (Annuario 2020, p. 295).

Con un confronto a livello nazionale, emerge che il festival “Teatro sull'Acqua” è frequentato da un pubblico dall'alto capitale culturale e con alto livello di istruzione. Nella stessa fascia di età dei 25-

64enni solo il 20,0% ha un titolo di studio terziario, dato più basso della media europea (33,4%) e circa la metà di quanto registrato in Francia e Spagna (40,7% in entrambi i Paesi) (ISTAT 2022).

Facendo un confronto con altre indagini nazionali nell'ambito dei festival culturali, emerge che le donne partecipino maggiormente ai festival (Rapporto Osservatorio Emilia-Romagna 2019) e allo spettacolo dal vivo (Gemini *et al* 2021), ma la fascia d'età è molto più bassa rispetto a quella registrata del pubblico del festival aronese. Infatti nell'indagine sul pubblico dei festival cinematografici dell'Emilia-Romagna è emerso che quasi il 60% degli spettatori ha una età compresa tra i 18 e i 44 anni (Rapporto 2019), mentre il pubblico del teatro contemporaneo ha un'età media di 39,8 anni (Gemini, Brilli 2018). Inoltre sia il pubblico dei festival cinematografici sia il pubblico dello spettacolo nelle Marche possiedono un alto livello di istruzione, infatti oltre il 52% dei rispondenti, in entrambi i casi, possiede una laurea (Rapporto 2019; Gemini *et al* 2021), confermando quanto emerso dal campione di "Teatro sull'Acqua".

5.1.2. Sezione sulla partecipazione culturale

La seconda sezione di indagine è volta a capire la fruizione culturale del campione di riferimento, intesa come partecipazione e consumo di cultura. La prima domanda di questa sezione è relativa dunque all'attivismo dei rispondenti, ai quali è stato chiesto se facciano parte di una associazione culturale. La seconda domanda è una matrice a scala Likert, in cui si è cercato di contestualizzare il consumo culturale di riferimento non solo quello legato ai festival, ma anche la frequenza dell'accesso e della pratica a spettacolo dal vivo nei dodici mesi precedenti il festival. Quindi la partecipazione a concerti, spettacoli di prosa e danza, la frequenza di visioni di film al cinema, la lettura di libri, la visita a mostre e musei, e la lettura dei quotidiani, sia online sia cartacei. Infine gli ultimi quesiti sono stati pensati sulla fruizione digitale, quindi l'uso dei social network e la visione di film su piattaforme online (es. Netflix).

Alcuni rispondenti hanno lamentato che le proprie risposte sarebbero state diverse al periodo pre-pandemico¹⁴⁴, in cui anche a livello nazionale si è riscontrato un calo della fruizione culturale in presenza dell'oltre il 70% nel 2020 (ISTAT 2021). Al fine dell'analisi del sondaggio, i mesi validi per la fruizione di musei sono stati dieci mesi, mentre soli sei mesi per quanto riguarda festival,

¹⁴⁴ Si nota che al momento della somministrazione del questionario gli spazi museali sono stati riaperti al pubblico il 14 gennaio 2021, solo in zona gialla dal lunedì al venerdì, e gli spazi, mentre gli spazi culturali come cinema e teatri sono stati riaperti al pubblico il 26 aprile 2021, limitatamente alle regioni di colore giallo, tra cui il Piemonte e la Lombardia, con una capacità ridotta a un terzo e indossando la mascherina. Si ricorda anche la finestra temporale in cui tutti gli spazi culturali (musei, cinema e teatri) sono stati aperti, seppur sempre con limitazioni, tra il 15 giugno 2020 e il 25 ottobre 2020.

teatri e cinema, ricordando limitazioni e disagi che hanno disincentivato la partecipazione culturale, come le mascherine al cinema e a teatro, e la paura di possibili contagi.

Da questa seconda sezione di indagine, il campione di riferimento restituisce l'immagine di un pubblico fortemente partecipe alle pratiche culturali, infatti 82 rispondenti, ovvero il 28,9%, dichiarano di essere iscritti ad associazioni culturali. Considerando che la percentuale di volontari in Italia, iscritti ad associazioni culturali è un numero ignoto anche al Ministro della Cultura, ma che presumibilmente si aggira attorno ai sei milioni di utenti¹⁴⁵, quindi circa l'11% della popolazione nazionale, i rispondenti si sono dimostrati molto più attivi, dimostrando una partecipazione a quanto proposto nella comunità.

Questa propensione alla partecipazione dei rispondenti si riscontra anche nei consumi culturali del campione di riferimento, le cui percentuali duplicano, in alcuni casi abbondantemente, quelle nazionali. Tra tutti spicca il dato sulla lettura dove il 97,2% dei rispondenti dichiara di leggere almeno una volta all'anno contro il solo 40,0% nazionale. La pratica culturale più frequente è l'uso della televisione. Tra le pratiche legate al festival, i rispondenti risultano essere “lettori forti”, amanti del teatro e del cinema, classificabili come onnivori culturali (Peterson 1992), soggetti la cui cifra è la dotazione di capitale culturale e capitale sociale che produce una partecipazione culturale molteplice, elevata e pluridimensionale.

Confrontando i dati emersi dall'indagine sul pubblico di “Teatro sull'Acqua” con il pubblico dello spettacolo delle Marche emergono delle affinità: oltre l'88% dei fruitori di spettacolo nelle Marche legge un libro almeno una volta all'anno, oltre il 90% va al cinema e visita mostre e musei e l'87,2% legge un quotidiano almeno una volta all'anno (Gemini *et al* 2021). Stessi risultati positivi anche nell'indagine sui fruitori di festival cinematografici dell'Emilia-Romagna, dove il 96,4% visita almeno una volta all'anno mostre/musei, il 98,7% va almeno una volta al cinema e solo il 3% non legge neanche un quotidiano o giornale cartaceo, almeno una volta all'anno (Rapporto 2019).

Le medie nazionali di chi frequenta luoghi della cultura almeno una volta all'anno sono drasticamente più basse: solo il 20,2% degli italiani partecipa a un concerto, il 20,3% va a teatro e solo il 31,8% visita mostre e/o musei. Anche la percentuale di chi va al cinema, tra i partecipanti del

¹⁴⁵ “Come è noto a tutti gli operatori del cosiddetto “Terzo Settore” – ovvero, sinteticamente, gli “enti non commerciali” – pende su centinaia di migliaia di soggetti una spada di Damocle rappresentata dal “Runts”, acronimo di “Registro Unico Nazionale del Terzo Settore”, ovvero un sistema informativo che dovrebbe finalmente assicurare trasparenza ad una parte significativa delle attività del nostro Paese. Si tratta di un “universo” di attività molto variegato e di dimensioni impressionanti: secondo l'ultimo censimento ISTAT in materia (aprile 2018), le organizzazioni attive in Italia sono oltre 336mila, danno lavoro a quasi 800mila persone, e possono vantare il coinvolgimento di oltre 5,5 milioni di volontari”. Si veda <https://www.key4biz.it/le-associazioni-culturali-in-un-limbo-amministrativo-e-si-rinnovano-anomale-assegnazioni-delle-risorse-pubbliche/371813/fwe>

festival “Teatro sull’Acqua” è più alta tra i rispondenti rispetto alla media dichiarata da ISTAT, con un 64,8% contro un 48,5% nazionale, così come è molto più alta la visione di film su piattaforme online, come Netflix o Amazon. Si confermano invece in linea i dati relativi alla lettura dei quotidiani, cartacei e/o online, 30,3% dei rispondenti contro un 35,4% dichiarato da ISTAT (su base settimanale), la visione della televisione con un 93,3% contro un 91,1% e l'uso dei social network, 85,6% contro l'84,3% nazionale.

5.1.3 Sezione sulla fruizione e l'accesso al festival

Dopo la seconda sezione, dedicata a capire i consumi culturali di chi partecipa a “Teatro sull’Acqua”, in questa terza sezione si è indagata la fruizione specifica al festival in esame. Tutte le domande dalla 9 alla 16 sono a risposta multipla, fatta eccezione per la domanda 13 a risposta aperta ma con possibilità di inserimento di soli dati numerici (nella variante digitale del questionario). I dati nella variante cartacea del questionario sono poi stata traslati in forma numerica.

Insieme alla prima sezione di questa analisi, si ha quindi un quadro più dettagliato da chi è composto il pubblico del festival di “Teatro sull'Acqua”, se è nuovo, abituale o occasionale (Bollo 2018), come è venuto a conoscenza del festival e del programma dell'edizione 2021, da chi è stato accompagnato, per avere un quadro sociale del coinvolgimento alla manifestazione, e il motivo della partecipazione per concludere poi con i dati sull'intensità della partecipazione e quindi quanti giorni e a quanti spettacoli si partecipa. A queste domande, dalla 9 alla 14 hanno risposto 284 rispondenti. Infine, l'ultima parte di questa terza sezione di questionario, si è concentrata sulle modalità di accesso e acquisto del titolo di ingresso per gli spettacoli a pagamento, con le domande 15 e 16, a cui hanno risposto rispettivamente 268 e 214 rispondenti essendo le domande correlate all'acquisto di un biglietto o a una prenotazione, non obbligatori per tutte gli spettacoli in programma.

Dai dati di questa terza sezione di analisi, si può dedurre che il festival “Teatro sull'Acqua” conti su un pubblico fidelizzato (il 58,8% ha partecipato ad almeno un'altra edizione del festival), composto in maggior parte da laureati o post-laureati, che viene a conoscenza del festival tramite reti parentali e amicali, con cui poi partecipa alla manifestazione. La partecipazione al festival diventa un momento relazione, di condivisione esperienziale e sociale.

Nella disgregazione tra nuovo pubblico e habitu , si nota una percentuale maggiore di giovani tra il

nuovo pubblico. Mentre il pubblico degli habitués è composto da fasce anagrafiche più alte, pensionati e residenti locali. Stessa tendenza anche nell'indagine sui pubblici dei festival cinematografici in Emilia-Romagna dove era emerso che il 62% dei rispondenti fosse già stato alla manifestazione in precedenza e che il 38% di nuovo pubblico appartenesse soprattutto alla fascia anagrafica under 24 (Rapporto 2019). E anche in questo caso la partecipazione ai festival è occasione per una condivisione di esperienze ad alto contenuto relazionale, infatti il 43,7% ha partecipato ai festival con amici e conoscenti e il 34,1% con familiari, di cui il 29,5 con il partner/coniuge (ivi).

Tornando all'analisi sul festival "Teatro sull'Acqua", la manifestazione è vissuta come una sommatoria di singoli eventi ai quali si partecipa per interesse specifico nell'argomento, per curiosità o perché si conosce qualcuno che lavora al festival. Pochi infatti i rispondenti che partecipano a più di quattro giorni di manifestazione.

5.1.4 Sezione di valutazione dell'esperienza

Questa quarta e ultima sezione, strutturata in tre matrici a scala Likert, è stata pensata per raccogliere e analizzare il livello di gradimento del pubblico al festival e ai servizi offerti. Le matrici sono state strutturate su scala Likert a cinque punti, da 'completamente in disaccordo' a 'completamente d'accordo', inserendo una possibilità di risposta neutra "non so", poi convertite in punti numerici da 1 per 'completamente in disaccordo' a 5 per 'completamente d'accordo'. Le ultime domande della prima e della terza matrice, le domande 17 e 19, sono state formulate in forma negativa, quindi anche la conversione numerica è stata fatta al contrario, da 1 per 'completamente d'accordo' a 5 per 'completamente in disaccordo'.

Da questa sezione del questionario si evince come tendenzialmente i giudizi espressi dal pubblico dell'edizione 2021 del festival "Teatro sull'Acqua" siano positivi, ma, nella disgregazione del dato su base anagrafica, emerge con forza che il festival o non sia pensato o non tenga in considerazione i bisogni e le esigenze della fascia 25-34 anni che ha espresso i giudizi più negativi. Inoltre, significativo come, un festival che si basa sull'alto numero di adolescenti coinvolti con un'ideale di creazione di cittadinanza attiva basata sul teatro e sulla cultura, abbia ricevuto i giudizi più bassi proprio nella fascia under 18 nelle voci "Parteciperò ad altri eventi culturali nella mia città" e "Ho capito che i festival culturali sono noiosi, non ne frequenterò altri".

5.2. Feedback Pubblico

Durante la pandemia molte sono state le richieste avanzate da gruppi di lavoratori del mondo dello spettacolo, per tutelare i propri doveri di lavoratori, ma gli spettatori in che modo sono stati tutelati e ascoltati? A parte gli spettatori che non si sono visti rimborsare i biglietti di musei, mostre, concerti e teatri, di cui si è parlato sui giornali per una protesta da parte dei consumatori¹⁴⁶, poco è stato fatto per ascoltare le richieste del pubblico in questi anni. Con l'idea di dare voce agli spettatori, da una collaborazione tra Ateatro e Spettatoreprofessionista, alias Stefano Romagnoli, è nato il progetto “Il Manifesto dei diritti e dei doveri degli spettatori” per “restituire la parola agli spettatori e alle spettatrici, per rafforzare il patto di fiducia che li lega ai teatri, ai festival e in generale ai luoghi della cultura”¹⁴⁷. Prendendo il punto 2, “Lo spettacolo dal vivo è anche cura. Gli spettatori hanno diritto di sentirsi accolti in sicurezza”, l'idea era quella di allestire un banchetto per raccogliere le impressioni dei partecipanti al festival, un punto di ascolto del pubblico in un questionario anonimo, rapido e a risposta aperta, per dare libertà di espressione agli intervistati. Per motivi logistici, organizzativi e pratici, il banchetto è stato ripensato come un sondaggio condotto dalla ricercatrice di questo lavoro direttamente a fine degli incontri e degli spettacoli per raccogliere le impressioni a caldo dei partecipanti al festival. A partire da giovedì 9 settembre, terzo giorno di manifestazione, alla fine di ogni incontro e di ogni spettacolo, si raggiungevano alcuni spettatori per chiedere le impressioni su quanto appena assistito. Il sondaggio è stato compilato direttamente dalla ricercatrice in base alle risposte del pubblico, raccogliendo 133 gruppi di risposte.

Qui di seguito una sintesi del questionario realizzato, in appendice l'analisi del questionario intero (Appendice 14).

Il questionario è stato strutturato in quattro domande, la prima per chiedere l'età del rispondente, per inquadrare la fascia di pubblico intercettata, e le seguenti tre domande aperte:

- 1) Cosa ti è piaciuto del festival?
- 2) Quale aspetto del festival miglioreresti?
- 3) Hai delle note da aggiungere?

¹⁴⁶Per approfondimenti si veda: https://www.corriere.it/sette/cultura-societa/20_giugno_05/concerti-annullati-il-covid-voucher-all-estero-spesso-c-rimborso-b724f318-a70c-11ea-b358-f13973782395.shtml

¹⁴⁷Per approfondimenti si veda: <https://www.ateatro.it/webzine/2021/09/27/risultato-del-questionario/>

Feedback_Pubblico

1. Et 

2. Cosa ti   piaciuto del festival?

3. Quale aspetto del festival miglioreresti?

4. Hai delle note da aggiungere?

Fig.9 – Sondaggio “Feedback Pubblico”.

Seppur si fosse pensato l'approccio degli intervistati come aperto e dialogico, per raccogliere pi  pareri sinceri possibili, il questionario   risultato molto rapido, con un tempo medio di compilazione di 1m:32s. L'indagine   iniziata gioved  9 settembre, il terzo giorno di festival, per dare la possibilit  e il tempo al pubblico di orientarsi nel festival sviluppato in diverse zone della cittadina. Alla fine di ogni incontro e di ogni spettacolo si raggiungevano alcuni spettatori (o gruppi di spettatori) per chiedere le impressioni a caldo del festival e degli spettacoli appena visti. Si sono raggiunti 133 intervistati in dieci eventi. Si nota per  che le persone raggiunte sono state molte di pi : spesso infatti venivano raggiunte coppie o gruppi di amici, che hanno dato risposte di gruppo, raccolte per  in una sola risposta.

La prima reazione della maggior parte degli intervistati   stata quella di timore che venissero riferite le risposte agli organizzatori. La modalit  anonima, di gruppo e di risposta aperta dava per  coraggio nel rispondere. Il 36,1% dei rispondenti appartiene alla fascia 55-64 anni, in linea con il questionario sul pubblico del festival, dove nella stessa fascia appartiene il 28,5%.

Seppur il festival si chiami “Teatro sull'Acqua”, quello che piace maggiormente della manifestazione sono gli incontri (47 rispondenti su 133). Segue poi il teatro (25) e il luogo e l'atmosfera che il festival crea in citt .

Gli aspetti da migliorare invece la gestione, l'organizzazione e gli orari (37 rispondenti su 133), la programmazione e l'offerta culturale (25 rispondenti su 133) e la comunicazione (20 rispondenti su 133), aspetti sottolineati anche nell'ultima domanda aperta, in cui gli intervistati hanno anche avanzato proposte pratiche da riportare agli organizzatori del festival.

5.3. Valutazione PCTO con il festival “Teatro sull'Acqua”

Terminato il festival, insieme all'organizzazione si è pensato e strutturato un sondaggio per valutare l'esperienza dei ragazzi del progetto di Alternanza scuola/lavoro (PCTO) che hanno partecipato al festival. È nato così il sondaggio denominato “Valutazione PCTO con il festival “Teatro sull'Acqua” che è stato rivolto ai 62 ragazzi che hanno preso parte al percorso dal 30 agosto al 12 settembre 2021. Un questionario anonimo, rapido e a risposta aperta, per dare libertà di espressione senza l'ansia o la paura di ritorsioni o giudizi.

Con una grafica accattivante e pensato come una chat di WhatsApp, il questionario è stato distribuito ai volontari tramite la chat del gruppo dei ragazzi da Anna Guenzi, la responsabile del progetto. Il questionario è rimasto attivo tra il 14 e il 20 settembre 2021. Il questionario era strutturato in sei domande aperte, con un tempo medio di compilazione di 4m:41s. Alla prima domanda hanno risposto in 57 volontari su 62 partecipanti all'esperienza; alla seconda hanno risposto in 56 volontari su 62 partecipanti all'esperienza; alla terza domanda hanno risposto in 55 volontari su 62 partecipanti all'esperienza; alla quarta hanno risposto in 54 volontari su 62 partecipanti all'esperienza; alla quinta hanno risposto in 56 volontari su 62 partecipanti all'esperienza hanno risposto 54 volontari su 62 partecipanti all'esperienza. Qui di seguito una sintesi del questionario realizzato, in appendice l'analisi del questionario intero (Appendice 15).

Le domande aperte sono state analizzate creando delle macro categorie di risposte. In alcuni casi le risposte appartengono a più categorie. Le percentuali riportate si riferiscono quindi alla singola risposta riferita al totale dei rispondenti.

1. Cosa ti è piaciuto di più dell'esperienza di Alternanza scuola/lavoro con “Teatro sull'Acqua”?
2. I giorni di formazione PRIMA del festival sono stati utili per affrontare il lavoro DURANTE il festival?
3. Cosa ti è piaciuto meno dell'esperienza di Alternanza scuola/lavoro con “Teatro sull'Acqua”?
4. Quale aspetto miglioreresti?
5. Consigliaresti ad altri ragazzi questa esperienza? Perché?
6. Cosa conserverai di questa esperienza?

Fig.10 – Sondaggio “Valutazione PCTO”.

Valutazione PCTO con il festival Teatro sull'Acqua

1. Cosa ti è piaciuto di più dell'esperienza di alternanza scuola lavoro con Teatro sull'Acqua? 

2. I giorni di formazione PRIMA del festival sono stati utili per affrontare il lavoro DURANTE il festival? 

3. Cosa ti è piaciuto meno dell'esperienza di alternanza scuola lavoro con Teatro sull'Acqua? 

4. Quale aspetto miglioreresti? 

5. Consigliaresti ad altri ragazzi questa esperienza? Perché? 

6. Cosa conserverai di questa esperienza? 

L'alta partecipazione di risposta al questionario mostra fin da subito il legame e l'affezione che i ragazzi hanno dimostrato nei confronti del progetto, e del bisogno di intessere nuovi rapporti sociali dopo la pandemia. Infatti alla domanda “Cosa ti è piaciuto di più dell'esperienza di Alternanza scuola/lavoro con “Teatro sull'Acqua?”” le risposte principali sono state “Lavorare in gruppo e con altri ragazzi” (13 rispondenti), “Conoscere nuove persone della mia età” (13 rispondenti) e “L'ambiente familiare tra i ragazzi e lo staff” (12 rispondenti).

A proposito del corso di formazione nelle settimane prima della manifestazione, la maggior parte dei ragazzi (46 su 56 rispondenti) pensa sia stato utile, soprattutto per capire le mansioni del festival. In 10 però hanno dichiarato che avrebbe preferito una maggior concretezza nella descrizione delle mansioni.

“Gli orari” (14 rispondenti) “La disorganizzazione” (9 rispondenti), “La gestione volontari (7 rispondenti) sono le tre voci principali alla domanda “Cosa ti è piaciuto meno dell'esperienza”, sottolineando una mancanza di organizzazione delle mansioni e dello staff che si è ripercossa sulla mancanza di gestione dei ragazzi e dei loro ruoli. Infatti alla domanda “Quale aspetto miglioreresti?” in 23 ragazzi hanno risposto “L'organizzazione e i turni”.

Ma la voglia di fare attività con altre persone, mettersi alla prova, conoscere coetanei hanno prevalso sulle problematiche, tanto che alla domanda “Consigliaresti ad altri ragazzi questa esperienza?” 55 ragazzi su 56 hanno risposto di sì.

5.4. Arona Attiva

Dopo una prima indagine strutturata sulla rilevazione del pubblico del festival, si è lavorato per comprendere il grado di attivazione della cittadinanza che solitamente partecipa alla manifestazione. Attraverso quindi un questionario, denominato “Arona Attiva” si è cercato di indagare la relazione tra la partecipazione al festival e i relativi interessi sociali. L'obiettivo di questo questionario era quindi quello da un lato di capire se chi partecipa al festival ha degli interessi sociali (come la politica internazionale o le questioni di genere) e dall'altro capire se questo festival, nello specifico, può aiutare a creare cittadinanza attiva.

Gli obiettivi della ricerca, derivanti dall'analisi dei dati raccolti, erano quindi:

- la profilazione sociodemografica dei fruitori del festival “Teatro sull'Acqua” e l'affezione al festival, per poi correlarli alla profilazione avvenuta nel questionario precedente (domande 17);
- la valutazione dell'impatto del festival sulla città di Arona e sulla creazione di bisogni e stimoli culturali sui partecipanti (domande 8-21);
- capire se il festival in questione crei cittadinanza attiva, quindi se da un lato sensibilizza su alcune questioni sociali, dall'altro se lascia spazio di partecipazione (domande 22-38).

Il campione di riferimento è stato caratterizzato dal fatto di essere:

- non rappresentativo dell'intera popolazione di Arona, regionale o provinciale, in quanto ricollegato ai fruitori del festival culturale “Teatro sull'Acqua”, almeno per l'edizione 2021;
- casuale semplice, in cui ovvero “le unità dei partecipanti al festival, che avessero già partecipato all'edizione 2021, avevano la stessa probabilità di entrare a far parte del campione;
- non sistematico, in quanto è non stato deciso di somministrare il questionario secondo una logica distributiva ragionata. Non è stato scelto perciò di inserire un'unità ogni intervallo, ma di proporre la somministrazione a un campione quanto più ampio possibile tra i fruitori della manifestazione, chiedendo in anticipo se avessero partecipato all'edizione 2021 del festival.

Per la rilevazione dei dati per la ricerca in questione si è quindi optato per un questionario in lingua italiana strutturato in 38 domande, accorpate in 21 quesiti a risposte chiuse principalmente basate su scale numeriche e scale verbali (Likert), per facilitare la somministrazione.

La costruzione del questionario è stata determinata a un'elaborazione in tre fasi:

- 4) elaborazione di un questionario strutturato, comprensibile e di bassa tempistica di compilazione;
- 5) somministrazione pilota (pre-test) ed eventuale seconda somministrazione;
- 6) somministrazione definitiva al campione di indagine.

Infatti, prima della somministrazione al campione di riferimento, il questionario era strutturato in quarantacinque domande, impostate principalmente su scale numeriche e scale verbali (Likert) e si è proceduto a svolgere una somministrazione pilota (pre-test) per identificare possibili anomalie di impostazione o produzione. Il campione del pre-test è stato composto da individui di genere e fasce di età diversi, principalmente addetti ai lavori, quindi lavoratori o giornalisti in ambito culturale, che hanno partecipato a decine di festival culturali, scelti appositamente per poter raccogliere opinioni e pareri da “voci esperte”.

Dal pre-test è emerso che un gruppo di quesiti risultava ambiguo, ipotizzando le modalità in cui il questionario sarebbe stato compilato (durante un festival, magari insieme ad altre persone, in attesa dell'evento). In un secondo momento si è cercato di semplificare. La tempistica di compilazione è risultata invece idonea al contesto, circa tre minuti di media.

La somministrazione è avvenuta tra il 1° luglio 2022 e il 13 settembre 2022 tramite QRCode e tramite questionari cartacei. Dal 2020, a causa della pandemia, il numero dei partecipanti al festival si è confermato attorno alle 3.000 presenze. Il pubblico è stato intercettato digitalmente tra i contatti raccolti durante l'analisi sul campo del 2021, poi durante le giornate di festival intercettato all'ingresso, prima degli eventi e degli spettacoli, e veniva incoraggiato a compilare i moduli durante l'attesa prima dell'inizio degli incontri o degli spettacoli. Requisito essenziale è stata la partecipazione all'edizione 2021 del festival¹⁴⁸. Durante la compilazione, la ricercatrice passava in mezzo al pubblico per aiutare nella comprensione delle domande e per confrontarsi sul questionario. Si sono raccolti 86 questionari, di cui 62 in forma digitale e 24 in forma cartacea, poi ricopiati in

¹⁴⁸ Questo requisito, espresso sia digitalmente quando il questionario è stato inviato ai contatti raccolti nel 2021, sia di persona durante la somministrazione in presenza durante l'edizione 2022 del festival, ha causato diverse problematiche: da un lato chi non aveva voglia di compilare dichiarava di non essere stato presente nel 2021 e dall'altro alcuni si sono rifiutati perché l'avevano già compilato, pensando fosse lo stesso dell'edizione precedente. Questo ha limitato il campione intercettato.

forma digitale.

I dati rilevati attraverso il questionario sono di tre tipi:

- d) carattere qualitativo detto sconnesso non ordinabile, cioè che non è possibile stabilire un ordinamento tra le modalità qualitative presenti. Fanno parte di questo gruppo, per esempio, variabili come il genere, la provenienza, il titolo di studio, la professione;
- e) carattere qualitativo detto ordinabile o ordinato, cioè che hanno per modalità denominazioni qualitative, tra le quali esiste un ordinamento naturale. Compongono questo gruppo le variabili sulla partecipazione attiva e la conoscenza di tematiche sociali fuori dalla manifestazione;
- f) carattere quantitativo detto carattere discreto o variabile discreta, che può ovvero assumere una quantità numerabile di valori. Appartengono a questo gruppo di variabili, per esempio, l'età e la frequenza di partecipazione al festival.

Per riuscire a raggiungere gli obiettivi prefissati del questionario, rimanendo nelle tempistiche date, l'indagine è stata strutturata in quattro sezioni.

1. Sezione anagrafica. La prima sezione del questionario riguarda gli aspetti socio-demografici degli intervistati, ed è ripresa dal questionario precedentemente somministrato per trovare una correlazione tra i dati acquisiti in questa indagine e in quella precedente. Le domande sono state quindi relative al genere, ponendo attenzione anche alla possibilità di una categoria non binaria (domanda 1), all'età (domanda 2), alla residenza (domanda 3), al titolo di studio (domanda 4), alla professione (domanda 5) con una domanda specifica di indicare se l'intervistato fosse occupato nei settori dello spettacolo dal vivo, dell'editoria o dei libri, o del teatro (domanda 6). Infine la domanda 7, "A quante edizioni di "Teatro sull'Acqua" ha partecipato" è stata inserita in questa prima sezione in quanto già posta anche nel questionario precedente, e funge da canale per stabilire eventuali correlazioni tra il numero di anni di partecipazione e il grado di "attivismo".
2. Sezione relativa alla valutazione dell'impatto del festival sulla città di Arona e sulla creazione di bisogni e stimoli culturali sui partecipanti (domande 8-21). Questa seconda sezione si concentra da un lato sull'impatto che i rispondenti pensano che il festival abbia sulla comunità di Arona. Le domande 8-13 sono state accorpate nel quesito 8: "Pensa che il festival "Teatro sull'Acqua" sia un arricchimento per". Strutturato in una matrice a scala Likert a cinque punti per poter meglio analizzare il livello di gradimento tramite una scala a cinque item, da 'completamente in disaccordo' a 'completamente d'accordo', inserendo una possibilità di risposta neutra "non saprei", pensata per evitare una distorsione della

rilevazione. I soggetti che non hanno una opinione in merito hanno avuto così la possibilità di valutare in modo neutro la propria impressione. Per ovviare a possibili *response set*, l'ultima domanda della matrice 8 (la domanda 13), è stata formulata in forma negativa. Dall'altro lato questa sezione ha chiesto ai rispondenti di definire l'impatto culturale che il festival ha avuto a proposito della propria fruizione culturale, intesa come partecipazione e consumo di cultura. Le domande 14-21, accorpate nel quesito 9 strutturato in una matrice a risposta chiusa a scelta multipla (sì/no/non saprei), hanno indagato le abitudini culturali in seguito alla partecipazione al festival, quindi se si è partecipato a nuovi festival, a concerti di artisti che non si conosceva, se si è partecipato più spesso a teatro, cinema, musei, centri culturali e se ci si è informati maggiormente sulle politiche culturali e nazionali. Per questa matrice si è optato per una risposta chiusa a scelta multipla per facilitare i rispondenti nella compilazione del questionario.

3. La terza sezione del questionario è stata pensata per cogliere se il festival in questione crei effettivamente cittadinanza attiva; quindi, se da un lato riesce a sensibilizzare su alcune questioni sociali, dall'altro se lascia spazio di partecipazione e coinvolgimento del proprio pubblico (domande 22-38). Nello specifico, la prima parte di questa sezione si concentra in primis su una definizione di cittadinanza attiva (domanda 22), e sulla partecipazione dei rispondenti al festival (domande 23-25). La seconda parte di questa sezione indaga l'associazionismo e il volontariato tra i partecipanti del festival, chiedendo, in caso affermativa se l'iscrizione sia avvenuta in seguito alla partecipazione al festival "Teatro sull'Acqua".

La terza parte di questa sezione indaga infine la conoscenza sui temi culturali e sociali di interesse quotidiano. La matrice 21 (che racchiude le domande 32-37) pensata a scala Likert a cinque punti per poter meglio analizzare il livello di conoscenza tramite una scala a cinque item, da 'ho un'ottima conoscenza' a 'Non ho nessuna conoscenza', inserendo una possibilità di risposta neutra "non conosco abbastanza", pensata per evitare una distorsione della rilevazione. I soggetti che non hanno una opinione in merito hanno avuto così la possibilità di valutare in modo neutro la propria conoscenza. Le voci indagate sono state l'Agenda 2030, la questione Gender Equality, il cambiamento climatico, la politica internazionale e nazionale, e la politica culturale nazionale. Infine la domanda 38 ha domandato i canali di informazione, tramite una domanda a scelta multipla.

5.4.1. Sezione anagrafica

La prima sezione dell'indagine è stata volta a indagare i dati anagrafici dei rispondenti, quindi dei partecipanti all'edizione 2021 del festival “Teatro sull'Acqua”, ricalcando il questionario proposto in precedenza. Nello specifico si è chiesto il genere, l'età, la residenza, il titolo di studio, la professione, chiedendo una nota specifica per le professioni tematicamente legate alla manifestazione in corso, per capire la portata del festival (locale, regionale, nazionale o internazionale) e profilare il target di riferimento, confrontandolo con le statistiche regionali e nazionali a disposizione sui fruitori culturali. A questa sezione è stata aggiunta la domanda sul numero di edizioni del festival a cui si è partecipato. Questa prima sezione è analizzata prendendo a modello il campione indagato nel questionario precedente. Qui di seguito una sintesi di quanto emerso, in appendice l'analisi completa di questa prima sezione del questionario (Appendice 16).

Da questa prima sezione di indagine, il campione di riferimento risulta perfettamente in linea con quanto precedentemente emerso, e il festival si conferma legato al territorio e pensato per una precisa fascia di popolazione, in maggior parte locale. Anche da questo secondo sondaggio risulta che il pubblico del festival è prevalentemente femminile (il 73,3% sono donne), è maturo (il 61,6% degli intervistati ha più di 45 anni d'età) come si vede in Fig.11, possiede un alto livello di istruzione (il 47,7% ha un titolo di laurea o superiore), proviene dalla zona in cui si svolge il festival (l'86,1% dei rispondenti proviene da un raggio inferiore ai trenta chilometri) come si vede in Fig.12, appartenente a un ceto medio, date le professioni svolte dai rispondenti, ed è un pubblico abituale, in quanto l'83,7% ha partecipato ad almeno due edizioni del festival.

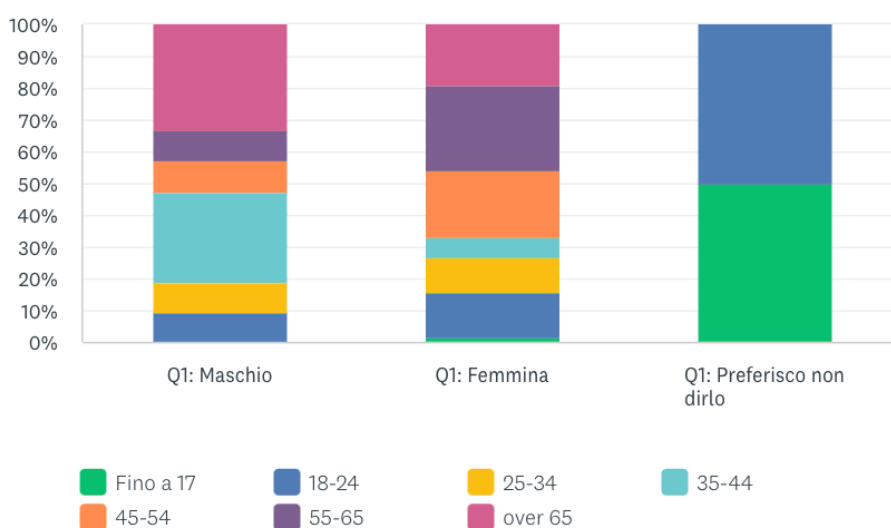


Fig.11 – Grafico età / genere dei rispondenti al festival 2022.



Fig.12 - Rappresentazione della provenienza dei partecipanti al festival 2022.

5.4.2. Sezione di valutazione d'impatto

Entrando nel vivo del questionario, la seconda sezione di indagine è volta a valutare l'impatto del festival sia sulla città di Arona sia sui propri frequentatori. Questa sezione comprende le domande 8-21, accorpate in due matrici distinte. La prima matrice, a scala Likert che racchiude le domande 8-13, è stata pensata per chiedere ai rispondenti se pensano che il festival abbia delle ricadute sulla comunità della città in cui si svolge la manifestazione. La seconda matrice, a risposta multipla che comprende le domande 14-21, è stata invece pensata per indagare la fruizione culturale in seguito alla partecipazione al festival; quindi, se si è partecipato a nuovi festival, a concerti di artisti che non si conoscevano, se si è partecipato più spesso a teatro, cinema, musei, centri culturali e se ci si è informati maggiormente sulle politiche culturali e nazionali.

La prima matrice è stata strutturata su scala Likert a cinque punti, da 'completamente in disaccordo' a 'completamente d'accordo', inserendo una possibilità di risposta neutra "non saprei", poi convertite in punti numerici da 1 per 'completamente in disaccordo' a 5 per 'completamente d'accordo'. L'ultima domanda, la numero 13, è stata formulata in forma negativa, quindi anche la conversione numerica è stata fatta al contrario, da 1 per 'completamente d'accordo' a 5 per 'completamente in disaccordo', per ovviare a possibili *response set*.

Pensata per cogliere quanto i rispondenti pensano che sia l'impatto del festival sulla comunità di Arona, la domanda di partenza è stata "Pensa che il festival "Teatro sull'Acqua" sia un arricchimento per", poi declinata nelle risposte "Per l'immagine della città", "Per chi lo frequenta", "Per i/le commercianti di Arona", "Per chi lo organizza", "Per i/le giovani che partecipano come volontar_", "Per nessun_" (Tab.15).

La media è in tutte le voci molto alta superando in tutte le voci il 4, con un picco massimo a 4,62 per la voce “Per l'immagine della città” e un picco minore a 4,01 per la risposta “Per i/le commercianti di Arona”, seppur sia l'unica risposta con un punteggio minimo di 2 su 5.

	Per l'immagine della città	Per chi lo frequenta	Per i/le commercianti di Arona	Per chi lo organizza	Per i/le giovani che partecipano come volontar_	Per nessun_
Soggetti	86	86	86	86	86	86
Media	4,62	4,58	4,01	4,52	4,48	4,39
Mediana	5	5	4	5	5	5
Deviazione Standard	0,71	0,73	0,89	0,81	0,9	1
Minimo	1	1	2	1	1	1
Massimo	5	5	5	5	5	5

Tab.15 - Media, mediana e deviazione standard dell'impatto sulla città.

Disgregando il dato in base all'età (Tab.16), si vede un'omogeneità dei giudizi, in cui spiccano solo alcuni punti relativamente negativi, una media di 3,63 nella voce “Per i/le commercianti di Arona” nella fascia over 65, e una media di 3,6 per la voce “Per i/le giovani che partecipano come volontar_” espressa dalla fascia anagrafica 35-44.

Complessivamente i rispondenti ritengono che il festival abbia delle ricadute positive per chi vive e lavora ad Arona, e per chi entra a contatto con il festival. La media di 4,39 alla risposta che il festival non serve a nessuno è sintomatica di quanto analizzato.

	Per l'immagine della città	Per chi lo frequenta	Per i/le commercianti di Arona	Per chi lo organizza	Per i/le giovani che partecipano come volontar_	Per nessun_
<18	4	4	4	4	4	4
18-24	4,75	4,58	4,42	4,42	4,42	4,25
25-34	4,78	4,33	4,11	4,67	4,44	4,89
35-44	4,2	4,5	3,8	4,4	3,6	4,4
45-54	4,8	4,67	4,2	4,73	4,87	4,38
55-64	4,79	4,84	4,05	4,47	4,68	4,11
>65	4,42	4,47	3,63	4,53	4,53	4,53

Tab.16 - Media delle valutazioni dell'impatto sulla città disgregata in base all'età.

La seconda matrice di questa seconda sezione è stata pensata per indagare se la partecipazione al festival in esame abbia determinato un aumento di consumo e fruizione culturale, osservando nello specifico se i rispondenti abbiano partecipato a nuovi festival culturali, a concerti di artisti che non conoscevano, se abbiano partecipato più spesso a rappresentazioni teatrali, proiezioni cinematografiche, visitato musei o centri culturali e se si sono informati maggiormente sulle politiche culturali e nazionali, in seguito alla partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua”. Nello specifico le domande sono state formulate a partire da una comparazione con quanto chiesto nelle indagini ISTAT sulla fruizione culturale.

Le domande 14-21 sono state quindi accorpate nel quesito 9 strutturato in una matrice a risposta chiusa a scelta multipla (sì/no/non saprei), per facilitare i rispondenti nella compilazione del questionario.

Come si evince nella Tab.17, i rispondenti si sono parimenti divisi non delineando una netta propensione, ma annunciando una tendenza: tranne la domanda “Sono andato al cinema più spesso” dove il 61,6% dei rispondenti ha dichiarato di no, in tutte le altre categorie oltre il 43% dei rispondenti, ha dichiarato di aver aumentato il proprio consumo culturale in seguito alla partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua”. Nello specifico si vede che il 48,8% dei rispondenti ha dichiarato che dopo aver partecipato al festival “Teatro sull'Acqua” ha partecipato a più concerti e ha letto più libri del solito; il 45,4% ha dichiarato di aver partecipato più spesso a teatro; il 44,2% di aver partecipato a festival in cui non ero mai stato, e il 43,0% di aver visitato più spesso musei e centri culturali.

Chi ha dichiarato “No” o “Non saprei”, molto probabilmente anche senza la partecipazione al festival non avrebbe aumentato la propria fruizione e il proprio consumo culturale, sottolineando come quindi la partecipazione al festival sia per oltre il 43% motivo di arricchimento e creazione di interesse in determinati ambiti artistici e culturali. Tranne il cinema che ha avuto durante la pandemia dei cali di fruizione notevoli, e il settore museale che ha la stessa percentuale di risposte negative, tutti gli altri settori domandati hanno avuto la maggior parte di risposte positive, anche quegli ambiti culturali che non compongono il cartellone del festival “Teatro sull'Acqua”. Ma come si deduce dalle risposte alle ultime due domande, in cui il 50% ha risposto di informarsi maggiormente su quello che accade nel paese e il 54,6% che si informa di più sul mondo della cultura, la partecipazione al festival, ha portato un aumento di interesse in tutto il settore culturale.

	No		Non saprei		Si	
	Soggetti	%	Soggetti	%	Soggetti	%
Ho partecipato a festival in cui non ero mai stat_	37	43,0%	11	12,8%	38	44,2%
Ho partecipato a più concerti, anche di artisti che non conosco	39	45,4%	5	5,8%	42	48,8%
Ho partecipato più spesso a teatro	38	44,2%	9	10,4%	39	45,4%
Ho visitato più spesso musei e centri culturali	37	43,0%	12	14,0%	37	43,0%
Sono andato al cinema più spesso	53	61,6%	8	9,3%	25	29,1%
Ho letto più libri	37	43,0%	7	8,2%	42	48,8%
Mi sono informato di più sul mondo della cultura	28	32,6%	11	12,8%	47	54,6%
Mi sono informato di più su quello che accade nel mio paese	33	38,4%	10	11,6%	43	50,0%

Tab.17 - Matrice 9: fruizione culturale in seguito alla partecipazione al festival "Teatro sull'Acqua".

Si è poi effettuata una analisi disgregando i dati raccolti in base alla fascia anagrafica (Tab.18), al genere (Tab.19) e in base al livello di istruzione (Tab.20).

Nella fascia anagrafica degli under 24, in cui si sono uniti i risultati delle categorie under 18 e 18-24, dopo aver partecipato al festival "Teatro sull'Acqua" emerge una propensione di risposte affermative tranne alle voci sulla fruizione museale dove il 42,9% dei rispondenti ha risposto negativamente, parimenti alla domanda "Mi sono informato di più sul mondo della cultura", e alla voce sulla partecipazione a proiezioni cinematografiche, dove il 50,0% dei rispondenti ha dichiarato di non esserci andato più spesso del solito.

Anche nella fascia 25-34 c'è invece una propensione di risposte affermative, con un picco di 66,7% che ha dichiarato di informarsi di più sul mondo della cultura dopo aver partecipato al festival "Teatro sull'Acqua". Pari merito di risposte affermative e negative per le voci sul consumo culturale relativo a museale, cinema e libri, con il 44,4%.

Nella fascia anagrafica 35-44 sorprende invece la totale negatività delle risposte. Unica differenza per la domanda "Mi sono informato di più sul mondo della cultura" con il 60,0% dei rispondenti positivi. Completamente opposta la situazione nella fascia anagrafica 45-54 dove l'unica negatività è sulla fruizione cinematografiche. Più articolate le risposte relative alle fasce 55-64 e over 65. Nella prima la maggior parte delle risposte affermative la si ritrova nelle domande "Mi sono informato di più sul mondo della cultura" e "Mi sono informato di più su quello che accade nel mio paese", entrambe con il 47,4% dei rispondenti. Mentre il 52,6% degli over 65 ha risposto di leggere più libri e informarsi maggiormente".

	<24			25-34			35-44			45-54			55-64			>65		
	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS
Ho partecipato a festival in cui non ero mai stat_	50,0 %	28,6 %	21,4 %	55,6 %	33,3 %	11,1 %	10,0 %	80,0 %	10,0 %	53,4 %	33,3 %	13,3 %	36,8 %	52,7 %	10,5 %	52,6 %	36,8 %	10,5 %
Ho partecipato a più concerti, anche di artisti che non conosco	50,0 %	42,9 %	7,1 %	55,6 %	44,4 %	-	20,0 %	60,0 %	20,0 %	66,7 %	33,3 %	-	47,4 %	47,4 %	5,2 %	47,4 %	47,4 %	5,3 %
Ho partecipato più spesso a teatro	50,0 %	35,7 %	14,3 %	55,6 %	33,3 %	11,1 %	30,0 %	50,0 %	20,0 %	60,0 %	26,7 %	13,3 %	42,1 %	47,4 %	10,5 %	36,8 %	63,2 %	-
Ho visitato più spesso musei e centri culturali	35,7 %	42,9 %	21,4 %	44,4 %	44,4 %	11,2 %	40,0 %	50,0 %	10,0 %	53,3 %	26,7 %	20,0 %	47,4 %	47,4 %	5,2 %	36,8 %	47,4 %	15,8 %
Sono andato al cinema più spesso	35,7 %	50,0 %	14,3 %	44,4 %	44,4 %	11,2 %	20,0 %	60,0 %	20,0 %	21,4 %	71,4 %	7,1 %	26,3 %	68,5 %	5,2 %	31,6 %	63,2 %	5,3 %
Ho letto più libri	50,0 %	35,7 %	14,3 %	44,4 %	44,4 %	11,2 %	30,0 %	40,0 %	30,0 %	60,0 %	40,0 %	-	47,4 %	47,4 %	5,2 %	52,6 %	47,4 %	-
Mi sono informato di più sul mondo della cultura	28,6 %	42,8 %	28,6 %	66,7 %	33,3 %	-	60,0 %	30,0 %	10,0 %	66,7 %	20,0 %	13,3 %	47,4 %	42,1 %	10,5 %	63,2 %	26,3 %	10,5 %
Mi sono informato di più su quello che accade nel mio paese	57,2 %	21,4 %	21,4 %	55,6 %	33,3 %	11,1 %	40,0 %	40,0 %	20,0 %	60,0 %	33,3 %	6,7 %	47,4 %	42,1 %	10,5 %	42,1 %	52,6 %	5,3 %

Tab.18 - Matrice 9: Disgregazione percentuale in base alla fascia anagrafica.

In base alla disgregazione per genere emerge che, dopo aver partecipato al festival “Teatro sull'Acqua” gli uomini abbiano partecipato di più a concerti (52,4%), a teatro (57,1%), siano andati più spesso al cinema (47,6%), e che si siano informati maggiormente sul mondo della cultura (61,9%). Negative invece le risposte relative alla partecipazione a nuovi festival e la visita a musei e centri culturali, dove il 47,6% ha risposto di no a entrambe le domande.

Tra le donne invece il 46,0% ha partecipato a nuovi festival, il 49,2% ha letto più libri, e il 52,4% si è sia informato di più sul mondo della cultura sia informato di più su quello che accade nel proprio paese. Risposte negative invece per quanto riguarda la partecipazione ai concerti (49,2%), a teatro (46,0%), e al cinema (69,6%).

Tra i rispondenti che hanno preferito non esprimere il proprio genere, c'è una uniformità tra chi ha risposto positivamente e chi invece non sa, in tutte le domande.

	Uomini			Donne			PND*		
	Sì	No	Non saprei	Sì	No	Non saprei	Sì	No	Non saprei
Ho partecipato a festival in cui non ero mai stat_	38,1%	47,6%	14,3%	46,0%	42,9%	11,1%	50,0%	-	50,0%
Ho partecipato a più concerti, anche di artisti che non conosco	52,4%	38,1%	9,5%	47,6%	49,2%	3,2%	50,0%	-	50,0%
Ho partecipato più spesso a teatro	57,1%	42,9%	-	41,3%	46,0%	12,7%	50,0%	-	50,0%
Ho visitato più spesso musei e centri culturali	42,9%	47,6%	9,5%	42,9%	42,9%	14,2%	50,0%	-	50,0%
Sono andato al cinema più spesso	47,6%	42,9%	9,5%	22,4%	69,6%	8,0%	50,0%	-	50,0%
Ho letto più libri	47,6%	38,1%	14,3%	49,2%	46,0%	4,8%	50,0%	-	50,0%
Mi sono informato di più sul mondo della cultura	61,9%	23,8%	14,3%	52,4%	36,5%	11,1%	50,0%	-	50,0%
Mi sono informato di più su quello che accade nel mio paese	42,9%	42,9%	14,2%	52,4%	38,1%	9,5%	50,0%	-	50,0%

Tab.19 - Matrice 9: Disgregazione percentuale in base al genere.

*PND= preferisco non dirlo

In base alla disgregazione per titolo emerge una netta differenza in base al proprio livello di istruzione. Tra chi ha la licenza di scuola media o inferiore, il 45,4% ha dichiarato di aver partecipato a nuovi festival, più spesso a teatro e che si è informato di più sul mondo della cultura e il 54,6% ha visitato più spesso musei e centri culturali. Prevalgono le risposte negative alle voci fruizione cinematografica e lettura di libri, dove il 45,5% ha risposto negativamente. La maggior parte dei rispondenti di questa fascia anagrafica, ovvero il 63,7% dei rispondenti, ha però dichiarato di essersi informato di più su quello che accade nel proprio paese in seguito alla partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua”.

Tralasciando il cinema, tra chi invece possiede un diploma di scuola superiore, una laurea e un titolo post-laurea prevalgono le risposte affermative, seppur con qualche nota negativa: il 50,0% dei diplomati ha dichiarato di non aver partecipato a nuovi festival; il 52,6% dei laureati ha dichiarato di non aver partecipato di più a teatro o visitato musei; il 66,7% di chi possiede un titolo post laurea ha dichiarato di non aver partecipato a più concerti o di aver letto più libri di quante non ne leggesse abitualmente.

	Licenza scuola media o inferiore			Diploma superiore			Laurea			Post-laurea		
	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS
Ho partecipato a festival in cui non ero mai stat_	45,4%	27,3%	27,3%	38,2%	50,0%	11,8%	47,4%	42,1%	10,5%	66,7%	33,3%	-
Ho partecipato a più concerti, anche di artisti che non conosco	18,2%	72,7%	9,1%	53,0%	38,2%	8,8%	55,3%	42,1%	2,6%	33,3%	66,7%	-
Ho partecipato più spesso a teatro	45,4%	27,3%	27,3%	47,1%	41,1%	11,8%	42,1%	52,6%	5,3%	66,7%	33,3%	-
Ho visitato più spesso musei e centri culturali	54,6%	27,3%	18,1%	47,1%	38,2%	14,7%	34,2%	52,6%	13,2%	66,7%	33,3%	-
Sono andato al cinema più spesso	36,4%	45,5%	18,1%	33,3%	60,6%	6,1%	26,3%	63,2%	10,5%	-	100,0%	-
Ho letto più libri	36,4%	45,5%	18,1%	55,9%	35,3%	8,8%	50,0%	47,4%	2,6%	-	66,7%	33,3%
Mi sono informato di più sul mondo della cultura	45,5%	27,3%	27,2%	52,9%	35,3%	11,8%	55,3%	34,2%	10,5%	100,0%	-	-
Mi sono informato di più su quello che accade nel mio paese	63,7%	9,1%	27,2%	44,1%	44,1%	11,8%	50,0%	42,1%	7,9%	66,7%	33,3%	-

Tab.20 - Matrice 9: Disgregazione percentuale in base al livello di istruzione.

In sintesi

In questa seconda sezione si è analizzato quanto i rispondenti pensano sia l'impatto del festival sia sulla città di Arona sia sulla propria fruizione culturale. I rispondenti hanno mostrato che il festival ha un impatto molto forte per l'intera comunità che ruota attorno al festival, dai commercianti, voce con la media più bassa a 4,01 all'immagine della città, voce con il picco più alto a 4,62 di media. Inoltre per 48,8% dei rispondenti, ha dichiarato che dopo aver partecipato al festival "Teatro sull'Acqua" ha partecipato a più concerti e ha letto più libri; il 45,4% ha dichiarato di aver partecipato più spesso a teatro; il 44,2% di aver partecipato a festival in cui non ero mai stato; e il 43,0% di aver visitato più spesso musei e centri culturali. Quindi per oltre il 43% dei rispondenti la partecipazione al festival è stata un momento di arricchimento e creazione di interesse in determinati ambiti artistici e culturali per tutti i settori, non solo quelli trattati dalla manifestazione.

5.4.3. Sezione cittadinanza attiva

Questa terza e ultima parte dell'indagine è stata pensata per cogliere se il festival "Teatro sull'Acqua" contribuisca alla creazione di cittadinanza attiva, quindi se da un lato riesce a

sensibilizzare su alcune questioni sociali, dall'altro se lascia spazio di partecipazione e coinvolgimento del proprio pubblico (domande 22-38).

Questa terza parte di questionario si divide in tre sezioni: la prima inizia domandando cosa si ritiene sia la cittadinanza attiva (domanda 22) per poi chiedere in che modo il festival ha chiesto la partecipazione del pubblico (domande 23-25). La seconda sezione indaga l'associazionismo e il volontariato tra i partecipanti del festival, chiedendo, in caso affermativa se l'iscrizione sia avvenuta in seguito alla partecipazione al festival "Teatro sull'Acqua". La sezione si conclude indagando la conoscenza dei rispondenti sui temi culturali e sociali di interesse quotidiano, ovvero la matrice 31 (che racchiude le domande 32-37), e sugli strumenti informativi, ovvero la domanda 38.

Definizione e coinvolgimento del pubblico

La prima sezione di questa terza parte di questionario si apre con la richiesta di definizione del concetto di cittadinanza attiva. Questa richiesta nasce dal bisogno di comprendere quanto il festival, che adotta come proprio payoff la dicitura "cittadinanza attiva", trasmette questo significato al proprio pubblico. Una domanda a scelta multipla, in cui non esistono risposte sbagliate o più corrette di altre, e il rispondente poteva scegliere fino a un massimo di tre opzioni. Le risposte con più preferenze (Tab.21) sono state, in ordine percentuale, "Partecipare alle attività culturali della mia città" con 65,1%, ovvero 56 votanti; "Partecipare alle attività politiche e sociali della mia città" scelta del 50,0% ovvero 43 spettatori; e "Contribuire alla costruzione di una società democratica ed egualitaria" con il 48,8% ovvero 42 rispondenti. Interessante come la prima per numero di soggetti contenga la parola "cultura", quindi scelta forse perché il questionario è stato somministrato in un contesto culturale. Seguono "Porre attenzione alle problematiche sociali (climatiche, politiche, sociali...)", opzione scelta dal 40,7%, ovvero 35 votanti; "Rispettare i miei doveri di cittadino", con il 32,6%, ovvero 28 votanti; infine "Conoscere i miei diritti di cittadino" con il 20,9%, ovvero 18 votanti.

Definizione	Percentuale	N. Soggetti
Partecipare alle attività culturali della mia città	65,1%	56
Partecipare alle attività politiche e sociali della mia città	50,0%	43
Contribuire alla costruzione di una società democratica ed egualitaria	48,8%	42
Porre attenzione alle problematiche sociali (climatiche, politiche, sociali...)	40,7%	35
Rispettare i miei doveri di cittadino	32,6%	28
Conoscere i miei diritti di cittadino	20,9%	18

Tab.21 - Definizione cittadinanza attiva (fino a tre opzioni disponibili).

Sempre nell'ambito della cittadinanza attiva, il questionario prosegue domandando quanto il festival aiuti a prendere consapevolezza dei propri diritti e doveri (domanda 23), in cui il 31,3% dei rispondenti ha risposto affermativamente contro un 46,6% di no, e un 22,1% che non sa; se il festival ha dato la possibilità di esprimere liberamente le proprie idee (domanda 24), dove in questo caso la maggior parte dei rispondenti (il 53,5%) ha risposto affermativamente, contro un 30,2% negativamente e un 16,3% che non sa; e se il festival ha aiutato a esprimere i propri diritti, civili e culturali (domanda 25), dove c'è una omogeneità tra risposte affermative (38,4%) e negative (37,2%). Anche in questo caso, significativa la percentuale degli indecisi, il 24,4% (Tab.22).

Da notare come nel programma delle due edizioni del festival osservate non fossero presenti momenti di dibattito, confronto, o libera espressione artistica dedicati al pubblico.

	Si	No	Non saprei	Totale
Il festival “Teatro sull'Acqua” l'ha aiutata a prendere consapevolezza dei suoi diritti e doveri di cittadino_?	31,3%	46,6%	22,1%	100,0%
Il festival “Teatro sull'Acqua” le ha dato la possibilità di esprimere liberamente le sue idee di cittadino_, in qualunque forma culturale e artistica, nel rispetto delle norme e degli altri?	53,5%	30,2%	16,3%	100,0%
Il festival “Teatro sull'Acqua” l'ha aiutata a esprimere i suoi diritti, civili e culturali, di cittadino_?	38,4%	37,2%	24,4%	100,0%

Tab.22 - Ruolo del festival nella creazione di cittadinanza attiva.

Anche in questo caso si è pensata a una disaggregazione del dato, per vedere se la fascia anagrafica, il livello di istruzione o il genere abbiano influito sulle risposte.

Nella disaggregazione in base alla fascia anagrafica (Tab.23) emerge che, dopo aver partecipato al festival “Teatro sull'Acqua”, la fascia 35-64 anni non pensa che il festival li abbia aiutati a prendere consapevolezza dei propri diritti e doveri di cittadino e la fascia under 34 si è equamente espressa positivamente e negativamente. Solo la fascia over 65 ha una maggioranza di rispondenti che ha risposto positivamente.

Alla domanda invece se il festival abbia dato la possibilità di esprimere liberamente le idee dei cittadini, tutte le fasce anagrafiche hanno risposto positivamente tranne quella 35-44 dove il 70,0% dei rispondenti si è espressa negativamente.

Infine alla domanda se il festival abbia aiutato i rispondenti a esprimere i propri diritti, civili e culturali, di cittadini le fasce under 34 e over 65 hanno risposto positivamente, mentre le fasce 35-44 e 55-64 anni hanno risposto negativamente, nello specifico il 50,0% e il 52,6%, mentre la maggior parte dei rispondenti compresi tra i 45 e i 54 anni d'età hanno dichiarato di non sapere.

	<24			25-34			35-44			45-54			55-64			>65		
	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS
Il festival TsA l'ha aiutata a prendere consapevolezza dei suoi diritti e doveri di cittadin_?	35,7%	35,7%	28,6%	33,3%	33,3%	33,4%	20,0%	80,0%	-	33,3%	40,0%	26,7%	15,8%	57,9%	26,3%	47,4%	36,8%	15,8%
Il festival TsA le ha dato la possibilità di esprimere le sue idee di cittadin_, in qualsiasi forma artistica, nel rispetto di norme e degli altri?	71,5%	7,2%	21,3%	66,7%	22,2%	11,1%	20,0%	70,0%	10,0%	60,0%	26,7%	13,3%	57,9%	31,6%	10,5%	42,1%	31,6%	26,3%
Il festival TsA l'ha aiutata a esprimere i suoi diritti, civili e culturali, di cittadin_?	57,1%	21,4%	21,5%	55,6%	33,3%	11,1%	20,0%	50,0%	30,0%	33,3%	20,0%	46,7%	21,1%	52,6%	26,3%	47,4%	42,1%	10,5%

Tab.23 - Ruolo del festival nella creazione di cittadinanza attiva. Disgregazione in base alla fascia anagrafica.

In base alla disgregazione per livello di istruzione (Tab.24) si nota che alla domanda se il festival abbia “aiutato a prendere consapevolezza dei suoi diritti e doveri di cittadin_” trasversalmente i rispondenti in possesso di licenza di scuola media o inferiore, di diploma superiore e di laurea hanno risposto per la maggior parte negativamente. Chi in possesso di diploma post-laurea hanno all'unanimità risposto positivamente. Anche alla domanda se il festival “ha dato la possibilità di esprimere liberamente le sue idee di cittadin_, in qualunque forma culturale e artistica, nel rispetto delle norme e degli altri?” la risposta è in maggioranza trasversalmente positiva tra tutte le categorie dei rispondenti. Invece le risposte alla domanda se il festival abbia aiutato “a esprimere i suoi diritti, civili e culturali, di cittadin_?” i possessori di licenza di scuola media o inferiore hanno risposto per la maggior parte in maniera positiva, con il 54,6%. Tra i possessori di diploma superiore parimerito tra risposte positive e negative, con il 35,3%. Invece il 42,1% dei laureati rispondenti ha risposto negativamente; mentre tra i possessori di diploma post-laurea c'è stata una preponderanza di risposte neutre, con il 66,7%.

	Licenza scuola media o inferiore			Diploma superiore			Laurea			Post-laurea		
	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS
Il festival TsA l'ha aiutata a prendere consapevolezza dei suoi diritti e doveri di cittadin_?	27,3%	45,5%	27,2%	29,4%	50,0%	20,6%	29,0%	47,4%	23,6%	100,0%	-	-
Il festival TsA le ha dato la possibilità di esprimere le sue idee di cittadin_, in qualunque forma artistica, nel rispetto delle norme e degli altri?	45,4%	36,4%	18,2%	55,9%	23,5%	20,6%	52,6%	34,2%	13,2%	66,7%	33,3%	-
Il festival TsA l'ha aiutata a esprimere i suoi diritti, civili e culturali, di cittadin_?	54,6%	36,4%	9,0%	35,3%	35,3%	29,4%	36,8%	42,1%	21,1%	33,3%	-	66,7%

Tab.24 - Ruolo del festival nella creazione di cittadinanza attiva. Disgregazione in base al livello di istruzione.

In base alla disgregazione per genere, come si vede in Tab.25, alla domanda se il festival abbia dato “la possibilità di esprimere liberamente le sue idee di cittadin_, in qualunque forma culturale e artistica, nel rispetto delle norme e degli altri” emerge una preponderanza di risposte positive: 57,1% degli uomini e il 52,4% delle donne hanno infatti risposto positivamente. Alla domanda se il festival abbia aiutato i rispondenti “a prendere consapevolezza dei suoi diritti e doveri di cittadin_” la maggior parte delle donne rispondenti ha risposto negativamente, il 52,4%; mentre gli uomini hanno risposto positivamente per il 42,9%. Infine alla domanda se il festival abbia “aiutato a esprimere i suoi diritti, civili e culturali, di cittadin_” c'è stata una netta parità tra risposte negative e positive: per gli uomini il 33,3% è diviso tra risposte positive e negative; per quanto riguarda le donne il 39,7% ha ugualmente risposto positivamente e negativamente.

Tra i rispondenti che hanno preferito non esprimere il proprio genere, c'è una uniformità tra chi ha risposto positivamente e chi invece non sa, in tutte le domande.

	Uomini			Donne			PND*		
	Sì	No	NS	Sì	No	NS	Sì	No	NS
Il festival TsA l'ha aiutata a prendere consapevolezza dei suoi diritti e doveri di cittadin_?	42,9%	33,3%	23,8%	27,0%	52,4%	20,6%	50,0%	-	50,0 %
Il festival TsA le ha dato la possibilità di esprimere liberamente le sue idee di cittadin_, in qualunque forma culturale e artistica, nel rispetto delle norme e degli altri?	57,1%	28,6%	14,3%	52,4%	31,8%	15,8%	50,0%	-	50,0 %
Il festival TsA l'ha aiutata a esprimere i suoi diritti, civili e culturali, di cittadin_?	33,3%	33,3%	33,4%	39,7%	39,7%	20,6%	50,0%	-	50,0 %

Tab.25 - Ruolo del festival nella creazione di cittadinanza attiva. Disgregazione in base al genere.

Associazionismo e volontariato

Questa seconda sezione della terza parte del questionario (domande dalla 26 alla 31) è stata pensata per indagare l'associazionismo e il volontariato tra i partecipanti del festival, chiedendo, in caso affermativo se l'iscrizione sia avvenuta in seguito alla partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua”. Partendo con la sezione volontariato (Tab.26), il 52,3% dei rispondenti, ovvero 45 soggetti, hanno risposto di non essere coinvolti in attività di volontariato, contro il 47,7%, ovvero 41 soggetti, che hanno risposto positivamente. Una percentuale di oltre quattro volte superiore a quella italiana, dove i volontari sono circa 6,63 milioni, ovvero l'11,2% dei cittadini¹⁴⁹.

¹⁴⁹ <https://ilbolive.unipd.it/it/news/numeri-profili-orizzonti-volontariato-italia>

Dei 41 rispondenti positivamente, dando la possibilità di più opzioni di risposta, in 13 hanno dichiarato di praticare volontariato nel settore politico/civico, in 26 in quello culturale e in 10 in quello sanitario (Tab.27).

Dei 41 rispondenti positivamente, il 90,2% quindi 37 rispondenti hanno risposto di essersi avvicinati al volontariato prima della partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua”; 3 rispondenti dichiarano invece di essersi avvicinati al volontariato in seguito alla partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua” (Tab.28).

Un solo rispondente ha dichiarato di non sapere se la partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua può aver determinato l'avvicinamento al mondo del volontariato, o viceversa.

	Si		No	
	Soggetti	%	Soggetti	%
È coinvolt_ in attività di volontariato?	41	47,7%	45	52,3%

Tab.26 - Coinvolgimento in attività di volontariato.

	Politico / civico	Culturale	Sanitario
Che tipo di volontariato?	13	26	10

Tab.27 - Tipologia di volontariato praticato. (Più opzioni di risposta disponibili).

	Si	No	Non saprei
L'iscrizione è venuta in seguito alla partecipazione a TsA?	3	37	1

Tab.28 - Iscrizione al volontariato.

Compiendo una disgregazione in base al genere (Tab.29), all'età (Tab.30) e al livello di istruzione (Tab.31) emerge che siano le donne a praticare più volontariato, il 36,1% delle rispondenti del totale. Risulta inoltre che il 32,6% di chi pratica volontariato abbia più di 45 anni e un alto livello di istruzione: il 24,4% dei rispondenti che praticano volontariato possiede una laurea o un titolo superiore. Da questi dati emerge un allineamento con le statistiche nazionali relative al mondo del volontariato, dove risulta che il 22,1% possiede un titolo di laurea, mentre solo il 6,1% ha un titolo di scuola elementare. Il 14,8% di chi fa volontariato ha una situazione occupazionale stabile, il 58% ha più di 45 anni. Unico dato contro tendenza, ma dovuto soprattutto al fatto che le partecipanti al festival sono soprattutto donne, a livello nazionale risulta che gli uomini sono più attivi delle donne (13,3% contro 11,9%), per via di una maggiore presenza maschile nel volontariato organizzato.

Tornando invece ai dati di questo sondaggio, i tre soggetti che hanno risposto che la loro iscrizione

al volontariato è avvenuta in seguito alla partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua” sono un diplomato di età tra i 18-24 anni, e due donne laureate appartenenti alle fasce anagrafiche 25-34 e over 65. Significativo che tutte e tre si siano poi avvicinati al volontariato culturale.

	Sì			No		
	Uomini	Donne	PND	Uomini	Donne	PND
È coinvolt_ in attività di volontariato?	10,5%	36,1%	1,2%	14,0%	37,2%	1,2%

Tab.29 - Coinvolgimento in attività di volontariato. Disgregazione in base al genere.

	<24		25-34		35-44		45-54		55-64		>65	
	Sì	No	Sì	No	Sì	No	Sì	No	Sì	No	Sì	No
È coinvolt_ in attività di volontariato?	5,8%	10,5%	7,0%	3,5%	2,3%	9,3%	9,3%	8,1%	10,5%	11,6%	12,8%	9,3%

Tab.30 - Coinvolgimento in attività di volontariato. Disgregazione in base all'età.

	Licenza scuola media o inferiore		Diploma superiore		Laurea		Post-laurea	
	Sì	No	Sì	No	Sì	No	Sì	No
È coinvolt_ in attività di volontariato?	2,3%	10,5%	21,0%	18,6%	23,3%	20,9%	1,2%	2,2%

Tab.31 - Coinvolgimento in attività di volontariato. Disgregazione in base al livello di istruzione.

Nella sezione dell'indagine dedicata all'associazionismo¹⁵⁰, diversamente dalla sezione dedicata al volontariato, c'è una preponderanza di soggetti che hanno risposto in maniera affermativa: 51 soggetti, ovvero il 59,3% dei rispondenti ha dichiarato di essere iscritti a una associazione (Tab.32). Dei 51 rispondenti positivamente, dando la possibilità di più opzioni di risposta, in 13 hanno dichiarato di essere iscritti a una associazione nel settore politico/civico, in 31 in quello culturale e in 7 in quello sanitario (Tab.33).

Dei 51 rispondenti positivamente, il 92,2% quindi 47 rispondenti ha risposto di essersi iscritti alle associazioni di cui fanno parte prima della partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua”; 3 rispondenti dichiarano invece di essersi avvicinati al volontariato in seguito alla partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua”. Un solo rispondente ha dichiarato di non sapere se la partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua” può aver determinato l'avvicinamento al mondo dell'associazionismo volontariato, o viceversa (Tab.34).

¹⁵⁰ Dal glossario ISTAT: Ente di diritto privato costituito da un gruppo di persone organizzatosi spontaneamente e stabilmente per perseguire uno scopo di comune interesse di carattere non lucrativo.

	Si		No	
	Soggetti	%	Soggetti	%
È iscritt_ a una Associazione?	51	59,3%	35	40,7%

Tab.32 - Coinvolgimento nell'associazionismo.

	Politica / civica	Culturale	Sanitaria
Che tipo di Associazione?	13	31	7

Tab.33 - Tipologia di associazionismo praticato. (Più opzioni di risposta disponibili).

L'iscrizione è venuta in seguito alla partecipazione a TsA?	Si	No	Non saprei
	3	47	1

Tab.34 - Iscrizione all'associazionismo.

Compiendo una disgregazione in base al genere (Tab.35), all'età (Tab.36) e al livello di istruzione (Tab.37), tra chi ha risposto di far parte di una associazione, si riscontra una preponderanza dei rispondenti maschili, con il 40,7%. Una contro tendenza rispetto a questo emerge dalla sezione volontariato. La tendenza viene invece confermata nelle disgregazioni sull'età e sul livello di istruzione. Risulta infatti che il 39,5% di chi abbia risposto di essere parte di una associazione abbia più di 45 anni e un alto livello di istruzione: il 29,1% dei rispondenti che praticano volontariato possiede una laurea o un titolo superiore,

I tre soggetti che hanno risposto che la loro iscrizione al volontariato è avvenuta in seguito alla partecipazione al festival "Teatro sull'Acqua" sono uno studente diplomato di età tra i 18-24 anni, che ha dichiarato di far parte di una associazione politica; una studentessa diplomata di età tra i 18-24 anni, che ha dichiarato di far parte di una associazione culturale; una libera professionista laureata di età tra i 25-34 anni, che ha dichiarato di far parte di una associazione culturale.

	Si			No		
	Uomini	Donne	PND	Uomini	Donne	PND
È coinvolt_ in attività di volontariato?	40,7%	32,6%	1,2%	6,98%	17,3%	1,2%

Tab.35 - Coinvolgimento nell'associazionismo. Disgregazione in base al genere.

	<24		25-34		35-44		45-54		55-64		>65	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
È coinvolt_ in attività di volontariato?	4,7%	11,6%	7,0%	3,5%	8,1%	3,5%	8,1%	9,3%	14,0%	8,1%	17,4%	4,7%

Tab.36 - Coinvolgimento nell'associazionismo. Disgregazione in base all'età.

	Licenza scuola media o inferiore		Diploma superiore		Laurea		Post-laurea	
	Sì	No	Sì	No	Sì	No	Sì	No
È coinvolt_ in attività di volontariato?	4,7%	8,1%	25,6%	14,0%	27,9%	16,2%	1,2%	2,3%

Tab.37 - Coinvolgimento nell'associazionismo. Disgregazione in base al livello di istruzione.

Conoscenza e strumenti informativi

La sezione si conclude indagando la conoscenza dei rispondenti sui temi culturali e sociali di interesse quotidiano, ovvero la matrice 31 (che racchiude le domande 32-37) pensata a scala Likert a cinque punti per poter meglio analizzare il livello di conoscenza tramite una scala a cinque item, da 'ho un'ottima conoscenza' a 'Non ho nessuna conoscenza', inserendo una possibilità di risposta neutra "non conosco abbastanza", pensata per evitare una distorsione della rilevazione. I soggetti che non hanno una opinione in merito hanno avuto così la possibilità di valutare in modo neutro la propria conoscenza. Le voci indagate sono state l'Agenda 2030, la questione Gender Equality, il cambiamento climatico, la politica internazionale e nazionale, e la politica culturale nazionale. Infine, la domanda 38 ha domandato i canali di informazione, tramite una domanda a scelta multipla.

Partendo quindi da una indagine sulla conoscenza dei partecipanti al festival sui temi di cultura e di società più attuali, come si evince dalla tabella sottostante (Tab.38), c'è una propensione alla risposta "Conosco abbastanza" in tutte le domande, con un picco di 52 soggetti sul tema del Cambiamento climatico. Il tema conosciuto meno è l'Agenda 2030, dove 15 soggetti hanno dichiarato di non avere nessuna conoscenza in merito.

	Ottima conoscenza		Conosco abbastanza		Non conosco abbastanza		Ne ho solo sentito parlare		Non ho nessuna conoscenza	
	Soggetti	%	Soggetti	%	Soggetti	%	Soggetti	%	Soggetti	%
Agenda 2030	9	10,5%	35	40,7%	8	9,3%	19	22,1%	15	17,4%
Gender Equality	20	23,3%	41	47,7%	15	17,4%	4	4,7%	6	7,0%
Cambiamento climatico	25	29,1%	52	60,5%	8	9,3%	1	1,2%	-	-
Politica nazionale	26	30,2%	43	50,0%	15	17,4%	1	1,2%	1	1,2%
Politica culturale nazionale	22	25,6%	39	45,3%	17	19,8%	2	2,3%	6	7,0%
Politica internazionale	19	22,1%	35	40,7%	27	31,4%	2	2,3%	3	3,5%

Tab.38 - Conoscenza temi culturali e di interesse quotidiano.

La matrice è poi stata convertita in punteggi da 1 "Non ho nessuna conoscenza" a 5 "Ho un'ottima

conoscenza”. La tabella sottostante (Tab.39) conferma quanto precedentemente riscontrato: il tema più noto è il Cambiamento climatico con una media di 4,17, mentre quello meno vicino ai rispondenti è l'Agenda 2030, con una media di 3,05.

	Agenda 2030	Gender Equality	Cambiamento climatico	Politica nazionale	Politica culturale nazionale	Politica internazionale
Soggetti	86	86	86	86	86	86
Media	3,05	3,76	4,17	4,07	3,8	3,76
Mediana	4	4	4	4	4	4
Dev.Standard	1,33	1,08	0,63	0,79	1,07	0,94
Minimo	1	1	2	1	1	1
Massimo	5	5	5	5	5	5

Tab.39 - Media, mediana e deviazione standard della conoscenza temi culturali e di interesse quotidiano.

Compiendo una disgregazione dei dati della matrice secondo il genere (Tab.40), l'età (Tab.41) e il livello di istruzione (Tab.42), si vede che gli uomini sono la categoria con una conoscenza maggiore dei temi indagati, superati solo in due occasioni dai rispondenti non binari. Sulla disgregazione anagrafica invece emerge come le fasce 25-34 e 55-64 abbiano più conoscenza dei temi indagati. Nello specifico la fascia 25-34 ha le medie più alte nelle voci Agenda 2030, con una media di 3,67, Gender Equality, con una media di 4,33, e nella voce Politica culturale nazionale, con una media di 4,11. La fascia anagrafica 55-64 ha invece le medie più alte nelle voci Cambiamento climatico, con una media di 4,32, Politica nazionale, con una media di 4,42, e Politica internazionale, con una media di 4,32. La distribuzione invece delle medie più basse è trasversale nelle diverse fasce, con un picco negativo di 2,2 di media nella fascia 35-44 a proposito dell'Agenda 2030.

Per quanto riguarda invece la disgregazione in base al titolo di studio, chi possiede il titolo di scuola elementare o inferiore ha la media più alta in tutte le categorie, dichiarando quindi di conoscere bene tutti i temi indagati. Questo può essere sicuramente un dato, ma forse è più probabile che sia una alterazione delle risposte, riassumibile con la massima di Socrate “so di non sapere”, in quanto più si studia più ci si accorge dei propri limiti. Togliendo quindi la fascia con il titolo di scuola elementare o inferiore, la media più alta nelle diverse risposte la si ritrova tra chi possiede il titolo di laurea o post-laurea, con un picco a 4,26 per la voce Politica nazionale. Il picco però più alto tra le medie lo raggiungono i detentori di un titolo post-laurea nella voce Cambiamento climatico, con 4,67 di media, così come gli stessi detengono anche il picco più basso: 1,67 di media nella voce Agenda 2030.

	Agenda 2030	Gender Equality	Cambiamento climatico	Politica nazionale	Politica culturale nazionale	Politica internazionale
Femmina	3	3,68	4,14	3,98	3,73	3,71
Maschio	3,1	3,95	4,29	4,33	4	3,86
PND	4	4	4	4	4	4

Tab.40 - Media della conoscenza temi culturali e di interesse quotidiano disagregata in base al genere.

	Agenda 2030	Gender Equality	Cambiamento climatico	Politica nazionale	Politica culturale nazionale	Politica internazionale
Under 18	3,5	3,5	4	3	3	3
18-24	2,58	4,08	4,25	3,58	2,92	3,08
25-34	3,67	4,33	4,22	4	4,11	3,89
35-44	2,2	3,9	3,9	4,1	3,6	3,4
45-54	3,2	3,6	4,13	4,07	3,93	3,73
55-65	3,05	3,42	4,32	4,42	4,05	4,32
Over 65	3,32	3,68	4,16	4,16	4,05	3,84

Tab.41 - Media della conoscenza temi culturali e di interesse quotidiano disagregata in base all'età.

	Agenda 2030	Gender Equality	Cambiamento climatico	Politica nazionale	Politica culturale nazionale	Politica internazionale
Licenza elementare o inferiore	3,67	4	5	5	5	5
Licenza scuola media	2,38	3,5	4	3,38	2,88	3
Diploma superiore	2,74	3,53	4	4	3,53	3,53
Laurea	3,53	4	4,26	4,26	4,21	4,05
Post-Laurea	1,67	3,67	4,67	3,33	3	3,33

Tab.42 - Media della conoscenza temi culturali e di interesse quotidiano disagregata in base al titolo di studio.

Infine la domanda 38 a scelta multipla chiude il questionario domandato i canali di informazione con i quali ci si tiene aggiornati. Il 62,8% dei rispondenti dichiara di informarsi tramite i quotidiani e i siti di informazione online; secondo posto per i quotidiani e magazine cartacei, con il 48,8% dei rispondenti; terzo posto per i social network, con il 45,4%. La televisione ha la medaglia di legno, con il 44,2% dei rispondenti. Infine, ultima posizione per la voce amicizie e conoscenze, alla quale ha risposto il 31,4% dei rispondenti. Tre soggetti hanno poi risposto anche “Altro”, specificando libri (2) e conferenze (1), come si evince da Tab.43.

	Soggetti	%
Quotidiani e magazine cartacei	42	48,8%
Quotidiani / siti di informazione online	54	62,8%
Tv	38	44,2%
Social Network (facebook, instagram, tiktok...)	39	45,4%
Amicizie e conoscenze	27	31,4%
Altro (specificare)	3*	3,5%
*(libri 2; conferenze 1)		

Tab.43 - Canali di informazione, soggetti e percentuale (fino a tre opzioni disponibili).

Compiendo una disgregazione dei dati secondo il genere (Tab.44) si evince che le donne usino soprattutto i canali informativi Quotidiani / siti di informazione online (42 rispondenti) seguito a pari merito da Quotidiani e magazine cartacei e tv (31 rispondenti). Anche gli uomini prediligono l'informazione attraverso i Quotidiani / siti di informazione online (11 rispondenti), ma al secondo posto a pari merito Quotidiani / siti di informazione online e Social network (10 rispondenti), mentre l'informazione tramite tv è all'ultimo posto, con soli 5 rispondenti.

Per quanto riguarda la disgregazione secondo le fasce anagrafiche (Tab.45) tra i 18 e 54 anni lo strumento più usato per l'acquisizione di informazioni sono i Quotidiani e i siti di informazione online; nella fascia 55-64 prevalgono invece i cartacei; per gli over65 pari merito tra i cartacei e la tv; e per gli under 18 pari merito tv e social network. Tra i mezzi meno usati invece per gli under 34 ci sono i cartacei; per la fascia 35-44 c'è la tv; per la fascia 45-54 ci sono i social network e le amicizie; per la fascia 55-64 le amicizie; e per gli over 65 i social.

Per quanto riguarda la disgregazione in base al titolo di studio (Tab.46), tra i possessori di licenza di scuola media o inferiore, i social network sono lo strumento più usato per l'aggiornamento individuale sulle tematiche culturali e sociali attuali (8 rispondenti), mentre i quotidiani e magazine cartacei (4 rispondenti). Tra i possessori di diploma superiore e di laurea la situazione è la medesima: gli strumenti più usati sono i Quotidiani e i siti di informazione online, rispettivamente con 20 e 26 rispondenti, mentre il meno usato è l'uso di amicizie e conoscenze, rispettivamente con 7 e 12 rispondenti. Al contrario per i possessori di titolo post-laurea le amicizie sono lo strumento più usato per l'informazione, mentre la tv non ha ricevuto neanche una risposta.

	Donne	Uomini	PND
Quotidiani / siti di informazione online	42	11	1
Quotidiani e magazine cartacei	31	10	1
Tv	31	5	2
Social network	27	10	2
Amicizie e conoscenze	18	8	1
Altro (specificare)	-	3	-

Tab.44 - Canali di informazione, soggetti disagregati in base al genere.

	Under 18	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Over 65
Quotidiani e magazine cartacei	-	1	1	4	9	14	13
Quotidiani / siti di informazione online	1	10	7	7	10	8	11
Tv	2	6	2	1	6	8	13
Social network	2	9	6	3	4	8	7
Amicizie e conoscenze	1	2	4	4	4	4	8
Altro (specificare)	-	-	1	-	-	-	2

Tab.45 - Canali di informazione, soggetti disagregati in base all'età.

	Licenza scuola media o inferiore	Diploma superiore	Laurea	Post laurea
Quotidiani e magazine cartacei	4	14	23	1
Quotidiani / siti di informazione online	7	20	26	1
Tv	5	17	16	-
Social network	8	12	17	2
Amicizie e conoscenze	5	7	12	3
Altro (specificare)	-	2	1	-

Tab.46 - Canali di informazione, soggetti disagregati in base al titolo di studio.

In sintesi

Questa terza parte di questionario si divide in tre sezioni: la prima inizia domandando cosa si ritiene sia la cittadinanza attiva (domanda 22) per poi chiedere in che modo il festival ha chiesto la partecipazione del pubblico (domande 23-25). La seconda sezione indaga l'associazionismo e il volontariato tra i partecipanti del festival, chiedendo, in caso affermativo se l'iscrizione sia avvenuta in seguito alla partecipazione al festival "Teatro sull'Acqua". La sezione si conclude indagando la

conoscenza dei rispondenti sui temi culturali e sociali di interesse quotidiano, ovvero la matrice 31 (che racchiude le domande 32-37), e sugli strumenti informativi, ovvero la domanda 38.

a. Definizione e coinvolgimento del pubblico

Secondo i rispondenti, la cittadinanza attiva vuol dire “Partecipare alle attività culturali della mia città”, “Partecipare alle attività politiche e sociali della mia città” e “Contribuire alla costruzione di una società democratica ed egualitaria”.

Il passaggio da queste definizioni all'attuazione nel festival non è stato così immediato: la maggior parte dei rispondenti non pensa che il festival aiuti a prendere consapevolezza dei propri diritti e doveri (46,5% contro il 31,3% che ha risposto positivamente), giudizio espresso soprattutto dalle donne (52,4%), dagli under 64 e tra i possessori di diploma e titolo di laurea.

La maggior parte dei rispondenti (53,5%) pensa che il festival dia la possibilità di esprimere liberamente le proprie idee, con una omogeneità nelle diverse fasce anagrafiche e nella disgregazione per titolo di studio e una preponderanza tra gli uomini (57,1%).

Se invece il festival abbia aiutato a esprimere i propri diritti, civili e culturali c'è una omogeneità tra risposte affermative (38,4%) e negative (37,2%) di cui le fasce under 34 e over 65 hanno risposto positivamente, mentre le fasce 35-44 e 55-64 anni hanno risposto negativamente, nello specifico il 50,0% e il 52,6%. Picco di risposte negative anche tra i detentori di laurea (42,1%). C'è invece uniformità di risposte nella disgregazione di genere.

b. Associazionismo e volontariato

Partendo con la sezione volontariato, il 52,3% dei rispondenti ha risposto di non essere coinvolti in attività di volontariato, contro il 47,7% che ha risposto positivamente. Una percentuale di oltre quattro volte superiore a quella italiana¹⁵¹.

Dei 41 rispondenti positivamente, c'è una preponderanza di volontariato nelle associazioni culturali (26 soggetti).

Tra chi pratica volontariato, la maggioranza è donna (75,6%), ha più di 45 anni (68,3%) e possiede un titolo di laurea (51,2%). Solo tre soggetti hanno risposto che l'iscrizione al volontariato è avvenuta in seguito alla partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua”: sono un diplomato di età tra i 18-24 anni, e due donne laureate appartenenti alle fasce anagrafiche 25-34 e over 65. Significativo che tutte e tre si siano avvicinati al volontariato culturale.

Nella sezione dell'indagine dedicata all'associazionismo, il 59,3% dei rispondenti ha dichiarato di

¹⁵¹ <https://ilbolive.unipd.it/it/news/numeri-profili-orizzonti-volontariato-italia>

essere iscritto a una associazione, con una preponderanza nel settore culturale (31 soggetti).

Tra chi è parte di una associazione, la maggioranza è uomo (68,6%), ha più di 45 anni (66,7%), possiede una laurea (49,0%).

Dei 51 rispondenti positivamente, solo 3 soggetti dichiarano di essersi avvicinati al volontariato in seguito alla partecipazione al festival “Teatro sull'Acqua”, di cui uno studente diplomato di età tra i 18-24 anni, iscrittosi a una associazione politica; una studentessa diplomata di età tra i 18-24 anni; una libera professionista laureata di età tra i 25-34 anni, entrambe parte di una associazione culturale.

c. Conoscenza e strumenti informativi

Nell'ultima sezione, atta ad indagare la conoscenza sui temi culturali e sociali di interesse quotidiano, emerge una propensione alla risposta “Conosco abbastanza” in tutte le domande, con un picco di 52 soggetti sul tema del Cambiamento climatico. Il tema conosciuto meno è l'Agenda 2030, dove 15 soggetti hanno dichiarato di non avere nessuna conoscenza in merito (con la media più bassa a 3,05)

Compiendo una disgregazione anagrafica emerge come le fasce 25-34 e 55-64 abbiano più conoscenza dei temi indagati. Nello specifico la fascia 25-34 ha le medie più alte nelle voci Agenda 2030 (3,67), Gender Equality (4,33), e Politica culturale nazionale (4,11). La fascia anagrafica 55-64 ha invece le medie più alte nelle voci Cambiamento climatico (4,32), Politica nazionale (4,42), e Politica internazionale (4,32). La distribuzione invece delle medie più basse è trasversale nelle diverse fasce, con un picco negativo di 2,2 di media nella fascia 35-44 a proposito dell'Agenda 2030.

Il 62,8% dei rispondenti si informa tramite quotidiani e i siti di informazione online, strumento al primo posto sia nella disgregazione di genere – sia dagli uomini sia dalle donne – sia nella disgregazione anagrafica (scelto infatti dalla fascia 18-54).

6. Conclusioni: identificazione di un modello del festival “Teatro sull'Acqua”

6.1 La profilazione del pubblico del festival “Teatro sull'Acqua”

Avendo adottato una *mixed method analysis*, che ha integrato una parte qualitativa, come

osservazioni sul campo e interviste, e una parte quantitativa con diversi questionari, dai dati raccolti e analizzati emergono diversi elementi che portano all'identificazione di un possibile modello di profilazione del pubblico del festival “Teatro sull'Acqua”, dal 2022 “Arona Città-Teatro sull'Acqua”.

In primo luogo si nota come il pubblico del festival sia conforme alle statistiche dei partecipanti ad altre manifestazioni culturali italiane indagate (Guerzoni 2008; Calcagnini, Cesaroni 2011; Gemini *et al* 2018; Rapporto dell'Osservatorio dello Spettacolo 2019) e ai dati ISTAT 2021 sulla fruizione culturale: il pubblico dell'edizione 2021 del festival è prevalentemente femminile (il 70,4% sono donne e per il 29,2% uomini), è maturo (il 62,3% degli intervistati ha più di 45 anni d'età), possiede un alto livello di istruzione (oltre il 50% ha un titolo di laurea o superiore) ed è appartenente a un ceto medio, date le professioni svolte dai rispondenti. Dati confermati anche nell'edizione 2022.

Con il fatto che solo il 9,9% dei rispondenti lavora negli ambiti attigui la manifestazione (teatro, libri, spettacolo dal vivo) e che sia pensato per un pubblico locale (l'82,4% dei rispondenti proviene da un raggio inferiore ai trenta chilometri rispetto a dove si svolge la manifestazione), si può dichiarare che non sia un festival frequentato da addetti ai lavori. Il campione di riferimento restituisce l'immagine di un festival ancorato al territorio e pensato per una fascia precisa della popolazione.

Dall'osservazione di tutti i dati raccolti in fase di analisi, sia qualitativa sia quantitativa, si sono identificate tre categorie di pubblici assimilabili a tre sottosegmenti proposti dall'Audience Spectrum della The Agency Audience. Come si era visto nella prima parte di questa tesi, l'Agenzia ha stilato una segmentazione del pubblico inglese dividendolo in dieci settori, ordinati da alta partecipazione, con i segmenti *Metroculturals*, *Experience Seekers*, *Commuterland Culturebuffs*; partecipazione media con i segmenti *Dormitory Dependables*, *Trips and Treats*, *Home & Heritage*; e bassa partecipazione con i quattro segmenti *Up Our Street*, *Frontline Families*, *Kaleidoscope Creativity*, *Supported Communities*. Una segmentazione che individua la compresenza di molteplicità di target, tanto che ogni segmento è stato a sua volta diviso in due sottosegmenti per consentire una targetizzazione più precisa dei fruitori culturali, tra aree metropolitane e aree rurali¹⁵². Le tre categorie come ascrivibili al pubblico del festival “Teatro sull'Acqua” sono state individuate nelle cittadine lontane dai grandi agglomerati urbani o nelle zone rurali, con bassa attrattività culturale.

¹⁵² Per la segmentazione dettagliata si rimanda alla Fig.4 p. 79 e alla Tab.6 pp. 80-81.

Il primo profilo rintracciato è ascrivibile al **Commuterland Culturebuffs | C2**, ovvero consumatori forti (*high engaged*) di ceto medio-alto, adulti, spesso pensionati, rimasti soli dopo che i figli hanno lasciato casa, con vite soddisfacenti e con stili di vita confortevoli, e che vivono fuori dai centri metropolitani, nelle zone rurali. Un sottosegmento che richiama l'idealtipo della “consum-attrice” dei teatri lirici, ovvero fruitrici «appartenenti al ceto medio caratterizzato soprattutto dal possesso del capitale culturale, motivate più dalla passione e dall'amore per la lirica che non dalla ricerca di ostentazione, consapevoli che quello del teatro dell'Opera sia ancora uno spazio preservato dai processi di standardizzazione che inevitabilmente colpiscono il consumo culturale» (Paltrinieri, Parmiggiani 2016, p. 38). Come in questo caso, il C2 identificato a “Teatro sull'Acqua” è amante della propria cultura acquisita e approfitta di ogni occasione pubblica e mondana sia per dare sfoggio della propria appartenenza sociale, sia per arricchire il proprio bagaglio culturale, già ampiamente ricco e consapevole, come si evince dai dati emersi dal sondaggio sui consumi culturali dove il 97,20% dei rispondenti dichiara di leggere almeno una volta all'anno contro il solo 40% nazionale. La pratica culturale più frequente è l'uso della televisione. Tra le pratiche legate al festival, i rispondenti risultano essere “lettori forti”, amanti del teatro e del cinema, classificabili. Un'alta percentuale di rispondenti ha inoltre dichiarato che ha aumentato i propri consumi culturali, leggendo più libri, andando a visitare più musei e mostre, partecipando più spesso a teatro. Questo profilo costituisce la maggior parte dello zoccolo duro dei partecipanti del festival, il pubblico fidelizzato che vive il festival come un rito sociale al quale non ci si può sottrarre.

Il festival diventa quindi la possibilità di una “passerella” per arricchire le reti parentali e amicali, i legami con cui ci si reca maggiormente alla manifestazione. Il secondo profilo rintracciato è identificabile nel sottosegmento **Home & Heritage | H2**, fruitori medi (*medium engaged*) caratterizzati per essere pensionati benestanti di piccole città attratti dalle attività diurne e dai contenuti storici, per i quali la partecipazione al festival diventa un momento relazionale, di condivisione esperienziale e sociale, da fruire solo all'occorrenza e non mosso da un vero interesse culturale. In quanto momento relazionale il festival diventa occasione di vetrina e di visibilità pubblica: il festival è un motivo di vanto per l'intera città e per l'intera comunità e parteciparvi deve essere un piacere e deve essere motivo di orgoglio, anche reputazionale. In fase di intervista, molti i suggerimenti per migliorare la manifestazione: la gestione, l'organizzazione e gli orari (37 rispondenti su 133), la programmazione e l'offerta culturale (25 rispondenti su 133) e la comunicazione (20 rispondenti su 133), aspetti sottolineati anche nell'ultima domanda aperta, in cui gli intervistati hanno anche avanzato proposte per migliorare la gestione, l'organizzazione e gli orari, la programmazione e l'offerta culturale e la comunicazione dell'evento.

Infine il terzo profilo di chi fruisce il festival è rintracciato nel sottosegmento **Kaleidoscope Creativity | K2**, giovani che hanno bassi livelli di coinvolgimento con le arti e la cultura pubblica, ma con un elevato coinvolgimento digitale. Nello specifico il campione K2 identificato a “Teatro sull'Acqua” è composto da un lato dagli studenti che partecipano al festival per raggiungere le ore per completare l'alternanza scuola lavoro – 90 per i licei e 150 per gli istituti tecnici – che sottolineano a più riprese come l'esperienza sia entusiasmante da diversi punti di vista “Lavorare in gruppo e con altri ragazzi” (13 rispondenti), “Conoscere nuove persone della mia età” (13 rispondenti) e “L'ambiente familiare tra i ragazzi e lo staff” (12 rispondenti) e che 55 ragazzi su 56 consiglierebbero questa esperienza ad altri ragazzi. Dall'altro i giovani della zona di Arona che partecipano spesso perché non c'è molto altro da fare e per curiosità, ma che lamentano come il festival o non sia pensato o non tenga in considerazione i bisogni e le esigenze della fascia 25-34 anni che ha espresso i giudizi più negativi nei questionari. Questo profilo rappresenta anche la fascia di “nuovo pubblico”, ovvero il pubblico che nel 2021 ha partecipato al festival per la prima volta, mosso da curiosità e stimolo.

6.2. Il festival “Teatro sull'Acqua” come strumento di cittadinanza attiva e welfare culturale

Oltre all'identificazione di un modello, lo scopo dell'indagine presso il caso studio indagato era quella di cogliere se e in che modo il caso studio indagato generasse cittadini attivi, quindi aiutare i partecipanti a una presa di consapevolezza dei propri diritti di cittadini nella comunità e del proprio ruolo nei processi di costruzione e sviluppo della democrazia, a partire proprio da pratiche culturali. Di conseguenza, capire se il caso studio indagato potesse essere definito uno strumento di welfare culturale, inteso come uno strumento di interconnessione tra cittadinanza e cultura capace di abbattere barriere preconcezionali, sociali e culturali, per dare forma a nuove modalità di innovazione sociale.

A questo scopo è stato dedicato l'intero questionario somministrato nell'estate 2022 al pubblico che avesse partecipato all'edizione 2021 del festival.

A differenza di quanto emerso dall'analisi delle interviste, dal questionario si nota come il pubblico del festival “Teatro sull'Acqua” abbia le idee chiare su cosa sia la cittadinanza attiva: la cittadinanza attiva vuol dire “Partecipare alle attività culturali della mia città”, “Partecipare alle attività politiche e sociali della mia città” e “Contribuire alla costruzione di una società democratica ed egualitaria”. Questa conoscenza non è solo teorica, ma si rispecchia nella maggior parte dei rispondenti, che praticano volontariato e fanno parte di associazioni culturali, in percentuali molto superiori alla

media italiana.

Il 47,7% è un volontario, la maggioranza è donna (75,6%), ha più di 45 anni (68,3%) e possiede un titolo di laurea (51,2%). Il 59,3% dei rispondenti ha dichiarato di essere iscritto a una associazione, la maggioranza è uomo (68,6%), ha più di 45 anni (66,7%), possiede una laurea (49,1%). Solo tre soggetti hanno dichiarato di essersi avvicinati al mondo del volontariato e dell'associazionismo in seguito alla partecipazione al festival "Teatro sull'Acqua".

In oltre dieci anni di manifestazione, il festival ha coltivato un proprio pubblico, oggi composto soprattutto da habitués (l'83,7% dei rispondenti ha partecipato ad almeno due edizioni del festival), locale (l'82,4% dei rispondenti proviene da un raggio inferiore ai trenta chilometri rispetto a dove si svolge la manifestazione), e da consumatori culturali forti, considerando le percentuali più alte in molte delle voci indagate rispetto alla media nazionale, con picchi di oltre il doppio nelle voci "lettura di libri" (97,2% contro il 40% di media nazionale), "partecipare a concerti" (58,1% contro il 20,2% di media nazionale), "Andare a teatro (musica, prosa, danza)" (66,2% contro il 20,3% di media nazionale), "Visitare mostre/musei" (83,1% contro 31,8%).

Da questo punto di vista il caso studio di "Teatro sull'Acqua" è da un lato un esempio concreto di creazione di cittadinanza attiva e di creazione di welfare culturale, in un contesto sociale e territoriale in cui l'offerta culturale è scarsa e ridotta spesso al mero intrattenimento turistico. Dall'altro lato però questa attenzione avviene solo verso chi già partecipa: nelle pratiche di avvicinamento e di *engagement* di nuovo pubblico, escludendo le pratiche di Alternanza scuola/lavoro dove si è riscontrato che pochissimi tra i partecipanti poi continuano a fruire della manifestazione, il lavoro da compiere è ancora molto.

PARTE 4. Conclusioni

Try again. Fail again. Better again. Or better worse.

Fail worse again. Still worse again.

Samuel Beckett, 1983

Il mondo dei festival culturali è stato studiato da antropologi, studiosi di arti performative e sociologi, per comprenderne le sue ritualità. Con la loro ciclicità e la relativa sacralizzazione della festa, diventano un momento di condivisione e celebrazione in cui condividere nello spazio pubblico i valori che animano una comunità (Caillos 2001 [1950]; Turner 1982). Sono rituali comunitari, usati a scopo religioso, sociale e culturale, che favoriscono il senso di comunità (Van Winkle, Woosnam 2013), la cui efficacia si riscontra nella capacità di creare «stati mentali collettivi» (Giannini 2020, p. 33), ovvero quell'effervescenza che determina la coesione e la riaffermazione periodica del gruppo (Durkheim 2005 [1912]).

Il mondo dei festival culturali è stato ampiamente indagato anche dagli economisti, in un'ottica di analisi degli impatti economici e culturali che le manifestazioni possono avere sui territori nei quali si svolgono (Guerzoni 2008; Getz 2009). Dopo il boom economico seguito alla Seconda Guerra Mondiale, i festival hanno iniziato a moltiplicarsi, assumendo un ruolo centrale per la ridefinizione del concetto stesso di cultura, contribuendo ad abbattere la distinzione sociale tra cultura alta e cultura bassa, e incarnando i cambiamenti sociali in atto in quegli anni (Duvignaud 1973b).

Cambiano, di conseguenza, le modalità di partecipazione agli eventi: ai fruitori è richiesta adesione alle idee e ai valori che la manifestazione abbraccia e promuove. I festival, come pratica di consumo culturale, sono stati dunque analizzati come occasioni di creazione di nuova identità, ritrovata socialità e consapevolezza, accrescendo il capitale culturale e cognitivo nelle località nelle quali si svolgono (Bailey *et al* 2004; Small *et al* 2005; Wood 2005; Getz 2008; Quinn 2013; Tankova, Vassenska 2015; Richards 2017), oltre che come strumenti di attrazione e rilancio turistico (Maussier 2010; Friel 2021).

Con la nascita degli *Event Studies*, e la crescente attenzione al ruolo delle manifestazioni (Getz 2007), l'analisi dei festival ha richiesto una riflessione e un approfondimento interdisciplinare specifico.

Questa tesi di ricerca ha tentato di ampliare il dibattito sulla letteratura esistente, in una prospettiva

interdisciplinare, concentrandosi su un campo di ricerca autonomo, quello dei *Festival Studies*, che attinge a diverse discipline accademiche. Questa autonomia disciplinare determinerebbe forse maggiore specificità anche rispetto alle problematiche legislative e amministrative. In questa prospettiva, i festival culturali si emanciperebbero da semplici sottocategorie dei singoli settori (teatro, cinema, musica, eccetera) e dalla più generica categoria degli “eventi”.

L'indagine, a partire dal caso studio di “Teatro sull'Acqua”, che si svolge ad Arona dal 2011, è stata impostata sulla base di un possibile modello di *Festival Studies*. In questa ottica, si è posta particolare attenzione alla potenzialità di un festival culturale come strumento di creazione di cittadinanza attiva e di sviluppo di welfare culturale. In conclusione, verranno affrontate alcune questioni.

In primo luogo, come si è avuto modo di vedere, non esiste una definizione univoca di “festival”. I festival rappresentano un fenomeno culturale complesso (Quinn 2005), le loro strutture organizzative hanno ricadute sociali, culturali ed economiche sui territori in cui agiscono. Questa tesi si è concentrata sui “festival di approfondimento culturale” (Guerzoni 2008), una etichetta sub settoriale che individua le manifestazioni che pongono al centro del proprio progetto artistico la diffusione di messaggi, idee e riflessioni attraverso il dialogo e il confronto. In questa prospettiva, sono state utilizzate le principali teorie sociologiche che mettono in relazione il concetto di cultura con il lato espressivo della vita umana, inteso come comportamenti, oggetti, idee, pratiche ed eventi, ovvero come simbolo e ritualità del quotidiano (Griswold 2018 [1997]; Sciolla 2012; Paltrinieri 2019). Nonostante l'ampio e frastagliato settore di riferimento, nell'analisi teorica prima, e nell'analisi empirica poi, si sono individuati alcuni elementi essenziali che caratterizzano i festival. In primis la ritualità, quindi la ripetizione nel tempo (Durkheim 2005 [1912]; Caillois 2001 [1950]; Turner 1982). Per quanto riguarda lo spazio, sia pubblico sia privato (e oggi anche digitale), i festival diventano arene di pubblico scambio in cui si produce e si trasforma il sapere locale (Quinn 2005; Getz 2009). È opportuno il rimando al concetto di eterotopia di Michel Foucault: le interruzioni spaziali e temporali dovute ai festival trasformano la semantica spaziale e l'ordine sociale, seppur solo temporaneamente (Falassi 1987; Quinn, Wilks 2017). Il festival può anche diventare momento di celebrazione del legame con il patrimonio culturale, sia tangibile sia intangibile, e motivo di orgoglio sociale (Frey 1994; Getz 2009; del Barrio *et al* 2012).

A partire da questi elementi, uniti all'osservazione diretta dei festival, sia sul campo di indagine di questa ricerca sia attraverso la frequentazione di decine di manifestazioni culturali, si propone una possibile definizione, precisando che non vuole essere normativa, ma tenta di fotografare l'attuale fase di ricerca. È dunque aperta a possibili integrazioni e modifiche, così come è altrettanto mutevole e in continua evoluzione il campo di indagine.

Il festival è un fenomeno socio-culturale che si ripete periodicamente, organizzato in un luogo e in un momento prestabiliti, al di fuori della routine quotidiana, per celebrare un determinato oggetto, che aumenta il capitale sociale di una comunità attraverso momenti di convivialità e di valorizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale.

Allo scopo di comprendere se i festival siano dispositivi della crescita del benessere del territorio, si è posta l'attenzione sulla letteratura e sulle riflessioni sul tema della cittadinanza attiva e del welfare culturale, analizzando il dibattito su questi fenomeni.

Sul versante della cittadinanza attiva, per Giovanni Moro (2013) la «pratica di cittadinanza (...) consiste in una molteplicità di forme organizzative e di azioni collettive volte a implementare diritti, curare beni comuni e/o sostenere soggetti in condizioni di debolezza attraverso l'esercizio di poteri e responsabilità nel *policy making*» (Moro 2013, p. 28). L'analisi di Moro si contrappone alla visione prevalente nella sociologia americana, che considera la cittadinanza attiva solo come uno dei possibili “stili di scena”, ovvero - a partire dal concetto di scena di Goffman (1997 [1969]) - un modello ricorrente di interazione praticato in base alla scena nella quale si è inseriti, e dunque diventa un nuovo modo di percepire le proprie prerogative e il proprio ruolo nella gestione dei problemi pubblici da parte degli individui, incoraggiando la discussione e la riflessione (Lichterman, Eliasoph 2014; Citroni 2022).

In questo contesto di ricerca, la cittadinanza attiva implica la consapevolezza del proprio ruolo di cittadini e delle proprie possibili azioni in un determinato ambito della società. I cittadini si trovano immersi in politiche pubbliche (Moro, Sorice 2022) che toccano direttamente le loro vite e le questioni di interesse comune (Micheletti 2010), portando l'individuo a un attivismo quotidiano e a una responsabilità verso l'altro (Paltrinieri 2012).

Sul versante del welfare culturale, questa tesi si inserisce nell'attuale dibattito, che lo considera uno strumento di «promozione del benessere e della salute e degli individui e delle comunità, attraverso pratiche fondate sulle arti visive, performative e sul patrimonio culturale» (Cicerchia *et al* 2020). Uno strumento quindi «di coesione sociale, intesa come leva di sviluppo essenziale nella prospettiva di mettere tutto il complesso della popolazione in condizione di esprimere al meglio le proprie capacità, competenze, modalità di espressione personale e professionale» (Manzoli, Paltrinieri 2021, p. 17), superando il concetto britannico di “Arts on prescription” (Bungay, Clift 2010; Stuckey, Nobel 2010).

Cittadinanza attiva e welfare culturale sono strettamente connessi al concetto di partecipazione. Per Moro e Sorice, la partecipazione in ambito civico è «il concorso dei cittadini alla definizione, alla messa in opera e alla valutazione di finalità, standard, regole di convivenza e cooperazione, mobilitazione di risorse su questioni di interesse generale, attraverso una molteplicità di forme, procedure e modalità operative di carattere collettivo, che consistono nell'esercizio di poteri nella scena pubblica e nei conflitti che in essa hanno luogo» (2022, pp. 23-24), con la consapevolezza che, come già sosteneva Tocqueville, la partecipazione civica e politica aumenta la tendenza degli individui ad avere altri interessi. In questa prospettiva, a partire dalla definizione di partecipazione culturale dell'UNESCO (Bennett 2001), l'arte e la partecipazione culturale diventano elemento di confronto e possibile sintesi tra la politica e l'attivismo, ponendosi come elemento sociale di cambiamento, svolta e riflessione.

Di conseguenza la partecipazione a pratiche culturali risulta essere uno strumento per accrescere il proprio capitale sociale e per prendere consapevolezza del proprio ruolo nella società e nella comunità, con la consapevolezza che la collaborazione può creare un valore che nessun individuo da solo può creare (Putnam 1993). La partecipazione culturale assume così un nuovo significato e un nuovo ruolo, superando il concetto di fruizione culturale passiva, per dare un nuovo valore e una nuova centralità al ruolo attivo del pubblico, alimentandone le dimensioni passivo-riflessive, i comportamenti di inter-azione e di produzione attiva di senso (Bollo 2018).

Per capire come la partecipazione civica implichi la partecipazione culturale, e viceversa, bisogna considerare i mutamenti nel rapporto tra individuo e sfera collettiva degli ultimi decenni, che hanno portato a un cambiamento nelle modalità di partecipazione e nella richiesta di rappresentanza (Moro 2013): «Sotto le ceneri della crisi delle forme tradizionali di partecipazione, ormai da molti anni, si sviluppano nuove pratiche di partecipazione che sperimentano nuove declinazioni dell'agire democratico, mettono al centro il soggetto e le sue aspirazioni, ma al contempo contribuiscono a reinventare modalità e significati dell'azione collettiva» (Raffini, Pirni 2020 p.30). Quelle individuate da Moro sono pratiche dal basso che afferiscono all'ambito del welfare di comunità e del welfare culturale, ponendo in relazione la cittadinanza, il territorio e le istituzioni. Il presupposto è che la cultura sia un elemento determinante nel sostegno della salute e del benessere (Bodo, Sacco 2017; Manzoli, Paltrinieri 2021).

La cultura ha un ruolo cruciale a livello di coesione sociale, welfare e sostenibilità (Tavano Blessi *et al* 2014; Manzoli, Paltrinieri 2021). Diversi casi studio, partendo da pratiche di partecipazione artistica, ne hanno analizzato le ricadute sociali in Italia (Bodo, Sacco 2017; De Biase 2020) e all'estero (Jeannotte 2003; Stern, Siffert 2009; Leroux, Bernadska 2014; Campagna *et al* 2020): secondo questi ricercatori, la fruizione dell'arte aiuta ad allargare il proprio vissuto personale verso

una prospettiva pubblica, condividendo quindi le esperienze individuali con una platea più ampia di interlocutori, con i quali si instaura poi un dialogo e un confronto (Kelaher *et al* 2014) anche su tematiche mai affrontate in precedenza, e magari arrivare a momenti di introspezione che mettono in discussione i propri presupposti fondamentali (Stephenson 2005).

La partecipazione agli eventi culturali favorisce inoltre la coesione sociale, la creazione di nuove comunità o il consolidamento di altre già avviate (Matarasso 1997), attraverso pratiche di *engagement* (Stern, Siffert 2009) e di *empowerment* soggettivo (Tavano Blessi *et al* 2014). Gli individui che partecipano a pratiche artistiche non solo aumentano il proprio capitale culturale, ma contribuiscono anche all'aumento del capitale sociale della comunità (Leroux, Bernadska 2014). I progetti di arte partecipata che coinvolgono la comunità creano una struttura sociale informale favorevole allo sviluppo del capitale sociale, come hanno dimostrato le ricercatrici statunitensi Kelly Leroux e Anna Bernadska che, basandosi sui dati di un campione casuale di adulti statunitensi ricavato dal General Social Survey, hanno stimato gli effetti della partecipazione artistica sul *civic engagement* e la tolleranza sociale, trovando una forte correlazione e una maggiore propensione alla partecipazione e all'impegno sociale (2014).

In questa stessa direzione si è mosso un gruppo di finanziatori che volevano sostenere l'arte e pratiche culturali *place-based*, come si legge nel Conceptual Framework del 2017: «What can today's evidence tell us about the complex relationships between the arts, place, and social cohesion? How might this knowledge help funders and practitioners—in the arts, community development, and public health— set clearer goals and expectations for activities occurring at this nexus?» (WE-Making 2019, p. 7). È nato così uno sperimentale progetto sulla coesione sociale, le arti e l'equità sanitaria, a partire dalle esperienze di artisti, ricercatori e leader nella salute pubblica e nello sviluppo della comunità e ricercatori. Il prodotto più ambizioso di questa esplorazione è il rapporto WE-Making, How Arts & Culture Unite People to Work Toward Community Well-Being¹⁵³, i cui punti principali si possono riassumere come:

1. le strategie culturali *place-based* possono aiutare a far crescere e amplificare la coesione sociale per il well-being dell'intera comunità, attraverso processi di *community engagement*;
2. la coesione sociale richiede cura e tempo: una comunità deve essere coltivata e alimentata, in un processo continuo che si alimenta del contributo corale di chi vi partecipa;
3. la rimozione di “barriere strutturali”, come disegualianze o discriminazioni razziali, di classe e di genere, può contribuire alla creazione di coesione sociale e well-being;
4. la coesione sociale da sola non basta per garantire well-being in una comunità, ma il primo passo

¹⁵³ Per approfondimenti si veda: <https://communitydevelopment.art/resources/arts-and-culture-unite-people-theory-of-change>

che porta ad azioni coordinate, per il raggiungimento di un obiettivo comune.

Le comunità sane ed eque sono caratterizzate da una spiccata coesione sociale (Paltrinieri, Allegrini 2020). In contesti del genere, artisti e organizzazioni artistiche si uniscono ai loro vicini per immaginare e plasmare il futuro della propria comunità, apprendendo le abilità necessarie per la partecipazione alla vita civica e politica (Leroux, Bernadska 2014; Campagna *et al* 2020) e lavorando insieme per affrontare con creatività le sfide che di volta in volta si presentano (WE-Making 2019). Oltre a semplice *leisure time*, la partecipazione culturale può quindi diventare uno strumento importante di creazione di cittadinanza ed *empowerment* personale (Tavano Blessi *et al* 2014). La produzione artistica e culturale connette le persone attivando dialoghi e discussioni sociali, su temi anche precedentemente inesplorati. L'arte, con il suo linguaggio universale, riesce a semplificare e comunicare questioni complesse, consentendo approfondimenti e dialoghi (Kelahr *et al* 2014).

In quest'ottica i festival culturali, come momenti di festa e coesione sociale di comunità locali e temporanee, possono, come altre pratiche artistiche e culturali, promuovere il pluralismo e la partecipazione civica e volontaria. I festival mostrano e accolgono la diversità, preservando le visioni individuali (Leroux, Bernadska 2014). D'altronde anche i festival culturali, spesso usati come terreno di sperimentazione, hanno negli anni indagato nuove modalità di rapporto con il pubblico, e dunque possono essere considerati strumenti di creazione di cittadinanza attiva, in quanto:

A) i festival trasformano la partecipazione culturale in un momento di festa e svago, abbassando la soglia di accesso alla cultura, superando la concezione che la cultura sia fruibile solo dall'élite. Con la loro informalità e “leggerezza” possono avvicinare cittadini e spettatori a nuovi autori, temi e materie, in un'ottica di inclusione e allargamento dei propri orizzonti culturali. A questo proposito, risulta cruciale il delicato tema della gratuità. Abbassare la soglia d'accesso non significa automaticamente fare una proposta che non prevede un pagamento, perché questo può svilire il valore della cultura: un evento gratuito può infatti essere percepito privo di valore sociale, oltre che economico; si rischia inoltre di svilire la professionalità degli artisti, delegittimando anche il valore della cultura in generale e di conseguenza mettendo in discussione anche gli investimenti pubblici¹⁵⁴.

¹⁵⁴ Sul ruolo del finanziamento pubblico per il sostegno alla cultura si veda Caporale M., Donati D., Gallina M., Panozzo F. (a cura di) (2023), *Le politiche per lo spettacolo da vivo tra Stato e Regioni*, FrancoAngeli, Milano.

B) I festival culturali richiedono il coinvolgimento del pubblico, della *res publica* e del territorio. Le manifestazioni, anche quelle che nascono dal basso, vivono in relazione sia con il pubblico sia con lo spazio circostante, necessitano di un dialogo con le amministrazioni e coinvolgono direttamente o indirettamente attività, enti, strutture del territorio: gli esercizi che accolgono lo staff, gli artisti e gli spettatori; le scuole e le università; le associazioni no profit, le attività commerciali circostanti... Sul versante dell'accessibilità, in molti casi i festival occupano spazi pubblici (a cominciare da strade e piazze) che spesso i cittadini considerano “proprio”. Vietare o limitare la fruizione di quello spazio alla cittadinanza può dunque avere un effetto controproducente, soprattutto in Italia dove la “piazza” è uno dei luoghi deputati dell'aggregazione sociale.

C) I festival culturali, stando agli approcci partecipativi del terzo settore, possono essere coprogrammati, in base alle loro esigenze, desideri, bisogni: dunque cresce e si alimenta grazie a stimoli dal basso, in una trasformazione che ascolta e risponde alla cittadinanza.

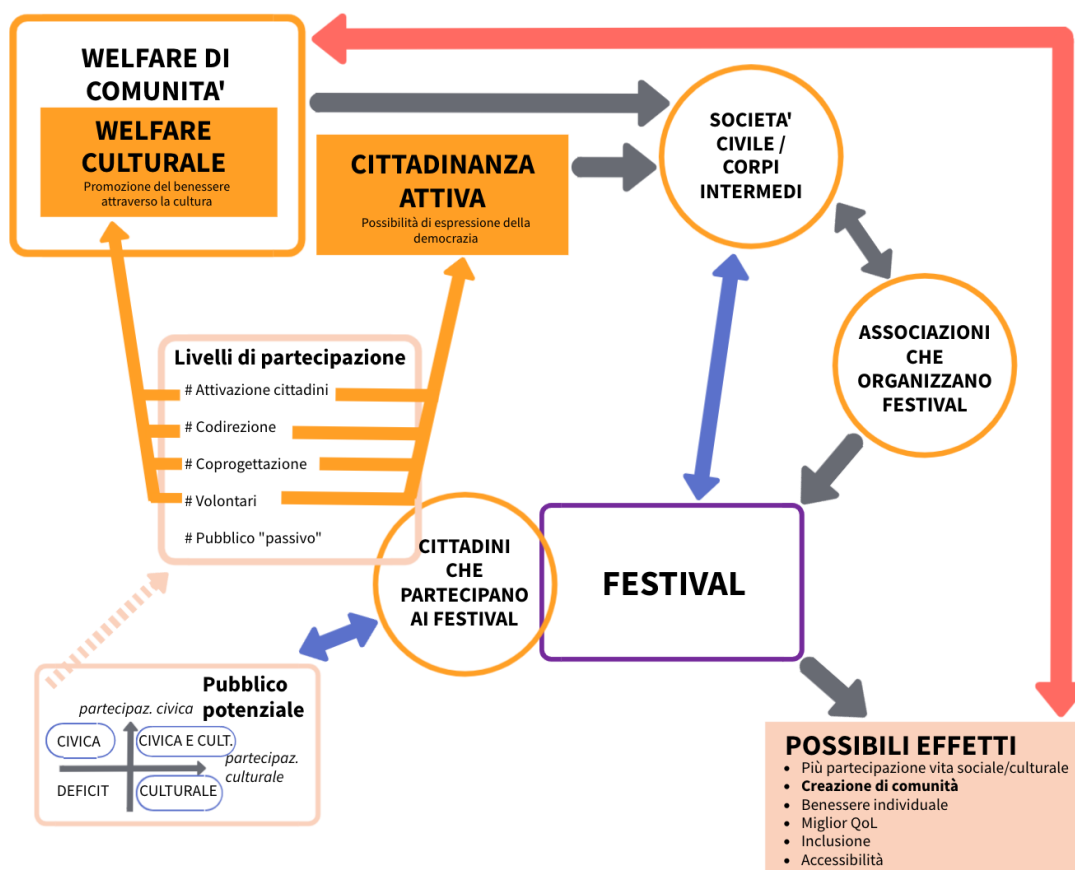


Fig.13 – Ecosistema dei festival.

Ideare e organizzare un festival significa condividere bisogni comuni in spazi condivisi (che sono spesso pubblici), e permettere alle persone di riappropriarsi di quegli spazi per partecipare a un rito che li distrae, anche se solo temporaneamente, dalla loro routine quotidiana, creando una socializzazione basata sulla condivisione di esperienze ed emozioni. In questo scenario, il festival si pone come fulcro di un ecosistema sociale, come rappresentato in Fig.13.

I festival rispondono a una spinta al welfare culturale – che contribuisce al welfare di comunità – e alla cittadinanza attiva, a partire direttamente dal corpo sociale e/o attraverso i corpi intermedi della società, oppure attraverso le associazioni che organizzano le manifestazioni.

I festival possono, come si è visto, generare diversi effetti: per esempio, aumentare la partecipazione alla vita sociale e culturale; accrescere il benessere individuale; migliorare la qualità della vita delle persone; instaurare processi di inclusione sociale e di accessibilità; e soprattutto innescare processi di creazione di comunità. Tutto questo, all'interno di questo ecosistema, innesca uno scambio simbiotico (un *feedback*) con il welfare di comunità.

Allo stesso tempo, gli utenti possono fruire dei festival con diversi livelli di partecipazione: alcuni di essi, come il volontariato, la coprogettazione, la condirezione e l'attivazione alla cittadinanza, incentivano il welfare culturale e la cittadinanza attiva, andando così a chiudere la circolarità dell'ecosistema. Anche il pubblico “passivo” fa ovviamente parte degli utenti del festival. Così come vengono coinvolti anche i cittadini che al momento non vi partecipano (*deficit* di partecipazione), a causa dell'impatto comunicativo e sociale della manifestazione: anche il “pubblico potenziale” rientra nell'ecosistema.

Sulla base della ricerca (e nella sua comunicazione), a un primo livello “Teatro sull'Acqua” si presenta come strumento di creazione di cittadinanza attiva e di welfare culturale, in una località dalla scarsa proposta culturale. Soprattutto in questi anni di pandemia, il festival ha offerto un'occasione di convivialità, segnando il ritorno alla socialità per gli adulti, e una importante esperienza di conoscenza per gli adolescenti.

Il festival supplisce alle mancanze strutturali della città di Arona, dove per esempio non esiste nemmeno un teatro. Non a caso il successo della manifestazione ha generato un progetto più ambizioso, quello di “Arona Città-Teatro”, che prevede attività culturali e teatrali durante tutto l'anno, di cui il festival rappresenta l'apice.

Il lavoro del festival sul territorio, essendo l'unica manifestazione del genere nella zona, è rimasto pressoché invariato nel tempo, portando nella comunità valore sociale, culturale e politico. E infatti in questi anni sono state valorizzate le positività ed esaltati i successi del progetto.

Tuttavia, sulla base delle analisi compiute in questi anni, e della programmazione del festival, il quadro appare più sfumato. Si rischia di adeguarsi su una narrazione che legittimi il presente invece di sfidare l'esistente, senza approfondire l'analisi del festival come azione politica (Jancovich, Stevenson 2021).

Dai dati empirici, si rileva che il festival è un efficace volano culturale solo per chi già frequenta la cultura e la manifestazione. La creazione di cittadinanza attiva interessa solo gli spettatori assidui del festival.

Prendendo spunto dalla “teoria del fallimento” avanzata da Leila Jancovich e David Stevenson, l'analisi di “Arona Città-Teatro”, rispetto all'obiettivo della creazione di cittadinanza attiva, suggerisce alcune possibilità di sviluppo della manifestazione, che incoraggino il cambiamento, generando apprendimento, e implicando la presa in carico di ulteriori responsabilità (ivi).

Sul versante dell'accessibilità, “Teatro sull'Acqua” ha sperimentato forme innovative di avvicinamento e coinvolgimento della cittadinanza attraverso la disseminazione: nelle diverse edizioni il festival ha toccato molteplici location in tutta la città, anche con spettacoli a offerta libera, nella tradizione del teatro di strada. Come accennato in precedenza, la gratuità, senza un adeguato avvicinamento alle pratiche culturali, può essere fuorviante nel riconoscere il lavoro culturale come tale.

A questa prospettiva di prossimità e avvicinamento, si contrappone però l'installazione di barriere oscurate per lo spettacolo di Teatro sull'Acqua (che si svolge sulla darsena di piazza del Popolo) e il biglietto obbligatorio per gli spettacoli. Il festival elimina da un lato la barriera del pregiudizio, ma ne alza nel contempo altre due, imponendo un accesso che sottolinea la dicotomia dentro/fuori, che invece nel teatro di strada viene abbattuta, ed escludendo la comunità da un'attività che vive anche grazie al suo sostegno. Alcune manifestazioni, per intensificare il legame con la comunità che le ospita, predispongono visioni ad hoc per i cittadini, come una serata dedicata o una prova aperta, o sconti per i residenti.

Per quanto riguarda il coinvolgimento del pubblico e della *res publica*, il festival dialoga con la comunità e con il territorio. Fin dalla prima edizione, “Teatro sull'Acqua” ha coinvolto le scuole superiori della città per avvicinare nuovo pubblico. La pratica del volontariato, uno degli strumenti di attivazione di cittadinanza più efficaci, non deve però essere cambiata con pratiche che prevedono un secondo fine, come è invece il caso dell'Alternanza scuola/lavoro.

Sempre in un'ottica di partecipazione e di attivazione, il pubblico del festival si dichiara soddisfatto dall'offerta del programma, ma resta pressoché passivo, individuabile al livello 2 della scala

Arnstein. Non vi sono pratiche di condirezione, cogestione o coprogettazione. Anche l'ascolto delle opinioni dei cittadini non è stato finora preso in particolare considerazione. I volontari, oltre ai ragazzi del progetto di PCTO, sono usati per la manovalanza o per compiti solo esecutivi, senza particolari responsabilità.

In un'ottica di partecipazione, gli *stakeholder*, inclusi artisti, partecipanti e sostenitori (Jancovich, Stevenson 2021), dovrebbero essere coinvolti in tutte le fasi di progetto, in un processo di confronto continuo, dalla definizione degli obiettivi alla valutazione dei risultati (Jancovich 2017), incoraggiando il dialogo critico sugli eventuali fallimenti e sul modo di evitare che si ripetano. Questa pratica contribuirebbe inoltre a sottolineare il valore della cultura, uscendo da una "insularità autocelebrativa" (Jancovich, Stevenson 2021), che non consente l'analisi della situazione oggettiva e la crescita culturale e politica del progetto.

Il confronto con il proprio pubblico attivo e passivo è un passaggio necessario per uscire dall'autoreferenzialità: ascoltare i bisogni della comunità, senza limitare la propria proposta creativa, ripensando la partecipazione come elemento cardine della pratica artistica.

Il pubblico partecipa volontariamente ai festival se ha già una *forma mentis* che consenta di decodificare i linguaggi e i contesti ai quali ci si avvicina. I festival possono aiutare sia a "inciampare" nell'arte e nella cultura, sia a sviluppare o allargare le vedute del proprio pubblico, che rimane comunque una nicchia già interessata a determinati approcci culturali e sociali, già sensibile alle dinamiche che caratterizzano le politiche culturali locali e nazionali.

In sintesi, i festival possono essere uno strumento di creazione di cittadinanza attiva e di sviluppo di welfare culturale. Per chi si occupa di politiche culturali, l'obiettivo dovrebbe essere un maggiore coinvolgimento alla partecipazione di un pubblico giovane e poco avvezzo alla partecipazione culturale. Ma per farlo, bisogna partire dal presupposto che la società civile non può compiere in autonomia un processo che necessita di politiche culturali attive e condivise.

Questo può essere uno stimolante punto di partenza da tenere in considerazione per future indagini.

Ringraziamenti

Seppur il percorso di dottorato sia un lungo – ed estenuante - lavoro individuale, il risultato non è frutto del pensiero isolato, ma contaminato da suggestioni, alle volte cercate, altre volte accidentali. Tre anni che sembrano una vita e che non sarebbero stati tali senza le persone che ho incontrato e senza le esperienze che ho fatto.

In primis ringrazio Roberta Paltrinieri, che ha creduto in un ambizioso progetto sui festival e ha accolto nel mondo della ricerca sociologica una del mondo del teatro.

Insieme a lei ci tengo a ringraziare tutto il gruppo di sociologia unibo, dai professori Piergiorgio Degli Esposti, Pierluigi Musarò, Paola Parmiggiani, alle colleghe che con me hanno condiviso un pezzo di percorso, Giulia Allegrini, Erika Capasso ed Elisa Franceschini.

A big thank you to Emma Wood, for her kind welcome into the English research, between beautiful walks and a few cups of tea, of course from Yorkshire!

And thank you to all the professors and doctors of Macaulay Hall, first of all Dean Rhodri Thomas, for his so warm welcoming; Julia Calver, for being such a generous guide in Saltaire; Ian Lamond, for sharing with me his knowledge and his passion for opera; and Davide Stercherle, the italian touch in Headingley; and also Elisa Burai, Kate Dashper, Ellie May, James Musgrave, Timothy Yeardley all those with whom I had a coffee together (as soon as you come in Italy, I owe you one – but italian!)

Thanks also to Franco Bianchini, Leila Jancovich, Alice Borchi, Selina Komers, who shared with me their points of view on my doubts and moments of stuck.

A big (big big) thanks to Hien Thu Bui wonderful work roommate for our tiredness, our complaints, our desire to finish, our desire to continue.

Ovviamente un sentito ringraziamento al festival “Teatro sull'Acqua” che si è sottoposto alla mia lente di ingrandimento, ospitandomi e accogliendomi come parte del team. In particolare, grazie a Luca Petruzzelli e Giulia Bartucciottò.

Grazie anche a tutti i festival frequentati in questi anni: senza di voi non sarebbe nato TrovaFestival e il mio interesse per questo mondo. E di conseguenza estendo la mia riconoscenza alla Associazione che appoggia e segue con me le peripezie festivaliere: Erica Magris, Heidi Mancino,

Stefania Minciullo, Luca Monti, Elena Puccinelli e Stefano Romagnoli.

La mia gratitudine va inoltre alla Associazione Ateatro, che ha affiancato il progetto, in diverse fasi e in diverse modalità, contribuendo alla sua realizzazione. Quindi Patrizia Cuoco, Mimma Gallina, Luca Mazzone, Giulio Stumpo, Leonardo Mozzato – e anche Michela Buscema e Selene Ambrogio.

Questo Grazie a tutte e tutti quelli che, più o meno volontariamente, hanno letto le diverse bozze work in progress: Martina Bruno, Giulia Castelnovo, Sebastiano Citroni, Martha Friel, Leonardo Mozzato e zia Lulù. E anche Lucio Argano, prezioso punto di riferimento.

Grazie a Bianca e Silvia, momenti di casa in terra straniera.

Grazie alle mie amiche che mi sopportano, Rosy, Francesca, Federica.

Alla mia famiglia che, a modo suo, mi è a fianco.

Un enorme grazie a Vinci, la mia roccia. E Lella, che da subito mi ha aiutata a cancellare le parti superflue.

E infine Oliviero, spalla, amico e guida nel lavoro e nella vita. Grazie.

Un lavoro corale, ma ogni errore è solamente mio.

Appendice

Appendice 1 - Il Giardino delle Esperidi

IL GIARDINO DELLE ESPERIDI
<u>Info generali sul festival</u> Nome: Il Giardino delle Esperidi Prima edizione: 2008 Definizione del festival: Esperienza itinerante di completa immersione nella natura. Dati social: La pagina Facebook del festival ha 4744 like. Il festival invece non ha un profilo Instagram proprio, legato a quello dei Campsirago (2105 follower). Campsirago ha inoltre un proprio profilo youtube (con 104 iscritti) in cui ha una playlist dedicata al Giardino delle Esperidi. Direzione artistica: Michele Losi, direttore di Campsirago Residenze, programma di progettazione e promozione culturale a Colle Brianza.
<u>Periodo del festival</u> Date 2019: Dal 21 giugno al 7 luglio 2021. Date 2020: Dal 25 giugno al 7 luglio 2020 confermando il periodo tradizionale in cui si svolge il festival. Gli spettacoli sono stati fatti live e gli incontri trasmessi anche online. Date 2021: Dal 25 giugno al 5 luglio 2021 (sperano live). Qualcosa durante l'anno? La compagnia è attiva nel territorio, ma il festival vive solo nella sua settimana.
<u>Programma e organizzazione del festival</u> Location del festival: Nel 2019 sono state usate 15 location in 4 comuni limitrofi (Colle Brianza, Ello, Olgiate Molgora, Galbiate, tutti a una distanza di circa 7 km da Colle Brianza). Nel 2020 le location sono state meno, sempre nei soli comuni di Colle Brianza e Olginate. Spettatori: Non dichiarato. Eventi nel 2019: 24 eventi, tra conferenze, incontri e spettacoli. Eventi nel 2020: 30 eventi, tra conferenze, incontri e spettacoli. Collaborazioni con altri festival: Dal 2017, la collaborazione con Vimercate Ragazzi Festival. Costo del festival: Non dichiarato. Costo del biglietto: Alcuni eventi a pagamento altri gratuiti. Sponsor: Gli sponsor solo pubblici sono Regione, Mibact, Proloco Olginate e Fondazione Cariplo.
<u>Analisi territoriale generale</u> Sede organizzativa del festival: Colle Brianza. N. abitanti: 1.726 abitanti. Provincia: Lecco. Distanza dal capoluogo di Provincia: 18 km da Lecco. Mezzi pubblici (treno, autostrada, aeroporto): Colle Brianza è sprovvista di treno, aeroporto e autostrada. È raggiungibile con l'autobus.
<u>Analisi territoriale culturale</u> N. teatri in città: 0 N. Associazioni e centri culturali in città: 2 N. cinema in città: 0 N. musei e gallerie d'arte in città: 0 N. altri festival culturali a una distanza di 15-20 km: 3 ovvero I luoghi dell'Adda (teatro); L'ultima luna d'estate (teatro); Sbiellata (musica). Amministrazione: Lista civica, ma non si capisce quale sia la delega del vicesindacato incaricato della cultura.
<u>Note</u> Il festival, come si legge dal sito, ha un buon rapporto con il territorio: collaborazioni con enti e associazioni locali. Nel 2015 il Giardino delle Esperidi Festival ha ottenuto la EFFE Label dall'European Festivals Association (EFA).

Appendice 2 - A levar l'ombra da terra

<p>A LEVAR L'OMBRA DA TERRA</p> <p><u>Info generali sul festival</u> Nome: A levar l'ombra da terra Prima edizione: 2008 Definizione del festival: Festival estivo di teatro, musica, danza e poesia che attraversa la provincia di Bergamo Dati social: Il festival ha una pagina Facebook (con 1605 like) e un profilo Instagram (con 423 follower) autonomi. Direzione artistica: La direzione artistica è affidata ad Alberto Salvi e quella organizzativa a Davide Pansera e Marta Ceresoli.</p>
<p><u>Periodo del festival</u> Date 2019: Dal 28 giugno all'11 agosto 2019. Date 2020: Dal 15 agosto al 26 settembre 2020, il periodo è stato cambiato causa pandemia ma gli spettacoli sono stati tutti live. Date 2021: Ancora in fase di organizzazione. Qualcosa durante l'anno? È un festival itinerante solo estivo.</p>
<p><u>Programma e organizzazione del festival</u> Location del festival: 20 location in 20 città diverse nel 2020 tra cui Ardesio, Azzano San Paolo, Bonate Sotto, Casnigo, Cassano D'Adda, Gandino, Leffe, Levate, Orio al Serio, Osio Sotto, Paladina, Parre, Pedrengo, Stezzano, Torre de' Roveri, Verdello e Villa di Serio. Spettatori: Nel 2019 ci sono stati 4.000 spettatori. Nel 2020 non dichiarato. Eventi nel 2019: 34 eventi tra teatro, danza e musica. Eventi nel 2020: 33 eventi tra teatro, danza e musica. Collaborazioni con altri festival: Dal 2019 collaborazione dal 2019 con Danza Estate. Costo del festival: € 24.300,00. Costo del biglietto: Tutti gli appuntamenti sono gratuiti. Sponsor: Con il sostegno di Fondazione Cariplo, Fondazione della Comunità Bergamasca, Sistema Bibliotecario della Valseriana, e con la collaborazione di BAM! Strategie culturali.</p>
<p><u>Analisi territoriale generale</u> Sede organizzativa del festival: Bonate Sotto. N. abitanti: 6.682 Provincia: Bergamo. Distanza dal capoluogo di Provincia: 12 km da Bergamo. Mezzi pubblici (treno, autostrada, aeroporto): Bonate Sotto è sprovvista di treno, aeroporto e autostrada. È raggiungibile con l'autobus.</p>
<p><u>Analisi territoriale culturale</u> N. teatri in città: 1 (cinema teatro). N. Associazioni e centri culturali in città: X N. cinema in città: 1 (cinema teatro). N. musei e gallerie d'arte in città: 0 N. altri festival culturali a una distanza di 15-20 km: 11 ovvero Bergamo Film Meeting (cinema); Orlando identità, relazioni, possibilità (teatro); IFF - Integrazione Film Festival (cinema); Fiera dei Librai (libri); Bergamo Scienze (approfondimento); Fiato ai libri – Festival di Teatrolettura (teatro-libri); Festival Pianistico Internazionale di Bergamo e Brescia (musica); Donizetti Opera (musica); Bergamo Jazz (musica); Festival violoncellistico internazionale “Alfredo Piatti” (musica); Festival Danza Estate (danza). Amministrazione: Lista civica. Consigliere con delega allo sport e al tempo libero.</p>
<p><u>Note</u> Sembra una rassegna più che un festival e pare difficile che un evento così diffuso possa radicarsi in un territorio specifico.</p>

Appendice 3 - Tra Sacro e Sacro Monte

TRA SACRO E SACRO MONTE
<u>Info generali sul festival</u> Nome: Tra Sacro e Sacro Monte Prima edizione: 2010 Definizione del festival: Festival teatrale del Sacro Monte di Varese. Dati social: Il festival ha una pagina Facebook (con 2348 like) e un profilo Instagram (con 574 follower) autonomi. Direzione artistica: Andrea Chiodi dalla prima edizione.
<u>Periodo del festival</u> Date 2019: Dal 4 al 25 luglio 2019. Date 2020: Dal 2 al 30 luglio 2020, confermando il periodo tradizionale in cui si svolge il festival. Gli spettacoli sono stati fatti tutti live. Date 2021: In fase di organizzazione. Qualcosa durante l'anno? Nell'inverno 2021 hanno organizzato una lettura di Dante coinvolgendo gli abitanti di Varese.
<u>Programma e organizzazione del festival</u> Location del festival: Tutti gli eventi si svolgono al Sacro Monte. Spettatori: Non dichiarato. Eventi nel 2019: 4 eventi. Eventi nel 2020: 6 eventi. Collaborazioni con altri festival: Nessuna collaborazione con altri festival. Costo del festival: Non dichiarato. Costo del biglietto: Tutti gli eventi sono a pagamento. Sponsor: Molti gli sponsor pubblici e privati, tra cui Fondazione Cariplo.
<u>Analisi territoriale generale</u> Sede del festival: Sacro Monte frazione di Varese. N. abitanti: 0 Provincia: Varese. Distanza dal capoluogo di Provincia: 5 km da Varese. Mezzi pubblici (treno, autostrada, aeroporto): È raggiungibile con l'autobus.
<u>Analisi territoriale culturale</u> N. teatri in città: 0 N. Associazioni e centri culturali in città: 0 N. cinema in città: 0 N. musei e gallerie d'arte in città: 0 N. altri festival culturali a una distanza di 15-20 km: 2 Cortisonici (cinema); Glocal News (approfondimento). Amministrazione: Lista Civica, Assessore Turismo e Cultura.
<u>Note</u> Tra Sacro e Sacro Monte è un festival che si svolge in un sito Unesco, in un borgo completamente disabitato. L'analisi in ogni caso dovrebbe allargarsi al comune di appartenenza (Varese), una città che dispone di teatri, musei, gallerie d'arte eccetera.

Appendice 4 - Teatro sull'Acqua

TEATRO SULL'ACQUA
<u>Info generali sul festival</u> Nome: Teatro sull'Acqua. Prima edizione: 2011 Definizione del festival: Incontri internazionali di teatro e parola. Dati social: Il festival ha una pagina Facebook (con 4744 like) e un profilo Instagram (con 2105 follower) autonomi. Ha inoltre un profilo twitter con 286 follower e un canale youtube con 83 iscritti. Direzione artistica: Dacia Maraini dalla prima edizione.
<u>Periodo del festival</u> Date 2019: Dal 3 all'8 settembre 2019. Date 2020: Dal 9 al 13 settembre 2020, confermando il periodo tradizionale in cui si svolge il festival. Gli spettacoli sono stati fatti tutti live. Date 2021: In fase di organizzazione. Qualcosa durante l'anno? Festival esclusivamente estivo.
<u>Programma e organizzazione del festival</u> Location del festival: Diverse location nello stesso comune, Arona. Spettatori: 8.000 spettatori nel 2020. Eventi nel 2019: 43 eventi. Eventi nel 2020: 24 eventi. Collaborazioni con altri festival: Dal 2019 Collaborazione con Cross Festival. Costo del festival: Non dichiarato. Costo del biglietto: Tutti gli eventi sono a pagamento, gli incontri con gli autori e gli spettacoli di strada a 2€. Sponsor: Molti gli sponsor pubblici tra cui Fondazione Cariplo e Compagnia di San Paolo. Pochi privati.
<u>Analisi territoriale generale</u> Sede organizzativa del festival: Arona. N. abitanti: 14.000. Provincia: Novara Distanza dal capoluogo di Provincia: 38 km da Novara. Mezzi pubblici (treno, autostrada, aeroporto): È raggiungibile con treno, autostrada e autobus.
<u>Analisi territoriale culturale</u> N. teatri in città: 1 N. Associazioni e centri culturali in città: x N. cinema in città: 1 N. musei e gallerie d'arte in città: 5 musei (Archeomuseo, Arteadarona, Museo mineralogico, Museo della bambola, Museo Civico). N. altri festival culturali a una distanza di 15-20 km: 2 ovvero Stresa Festival (musica); Festival Cusiano (musica). Amministrazione: Assessora della Lega con deleghe educazione e conoscenza, turismo e cultura, innovazione tecnologica, agenda digitale e creatività giovanile.
<u>Note</u> Nel 2017 ha ricevuto la medaglia dal Presidente della Repubblica. La cittadina ha una marcata attenzione al turismo, al cui ha dedicato un ufficio ad hoc nella piazza principale e una sezione del sito del comune, in cui vengono consigliati percorsi e il calendario dei prossimi eventi.

Appendice 5 - Cross Festival

CROSS FESTIVAL
<u>Info generali sul festival</u> Nome: Cross Festival Prima edizione: 2014 Definizione del festival: Festival dei linguaggi performativi contemporanei. Dati social: Il festival ha una pagina Facebook (con 3375 like) e un profilo Instagram (con 1116 follower) autonomi. Ha inoltre un profilo twitter con 90 follower.

Direzione artistica: Progetto dell'Associazione LIS LAB Performing Arts da un'idea di Antonella Cirigliano (direzione LIS LAB e CROSS) e di Tommaso Sacchi (curatore CROSS).

Periodo del festival

Date 2019: Dall'11 maggio al 30 giugno 2019.

Date 2020: Dal 9 luglio al 26 settembre 2020 (ribattezzata Walk edition), le date sono state spostate e dilatate causa covid, ma gli spettacoli sono stati comunque tutti live.

Date 2021: In fase di organizzazione.

Qualcosa durante l'anno? Organizzano attività durante l'anno di avvicinamento del pubblico.

Programma e organizzazione del festival

Location del festival: Nel 2020 Walk Edition: 19 eventi 11 location in diversi comuni (Verbania, Ronco, Crevoladossola, Monterosso) in tre mesi di festival itinerante. Nel 2019 erano stati interessati anche Domnodossola, Cannobio.

Nel 2019: 25 eventi in 7 location in diversi comuni.

Spettatori: 1063 nel 2019.

Eventi nel 2019: 25 eventi.

Eventi nel 2020: 19 eventi.

Collaborazioni con altri festival: Dal 2019 collaborazione con Teatro sull'Acqua.

Costo del festival: Non dichiarato.

Costo del biglietto: Alcuni eventi a pagamento altri gratuiti.

Sponsor: Molti gli sponsor pubblici e privati tra cui Fondazione SanPaolo.

→ L'unico tra i 5 festival a non prendere finanziamenti da Cariplo.

Analisi territoriale generale

Sede organizzativa del festival: Verbania in cui si svolgono 7 eventi su 19, che diventano 13 considerando le frazioni.

N. abitanti: 31.000

Provincia: Verbano-Cusio-Ossola

Distanza dal capoluogo di Provincia: X

Mezzi pubblici (treno, autostrada, aeroporto): È raggiungibile con treno, autostrada e autobus.

Analisi territoriale culturale

N. teatri in città: 6 teatri tra cui Il Maggiore.

N. Associazioni e centri culturali in città: 48

N. cinema in città: 2 cinema.

N. musei e gallerie d'arte in città: 0

N. altri festival culturali a una distanza di 15-20 km: 5 ovvero Festival Rodari (libri); Corto e Fieno (cinema); Stresa Festival (musica); Festival Arte Benessere Creatività (arte); Letteratura (libri).

Amministrazione: Assessore PD con delega è dedicato a Servizi culturali e istruzione: cultura - pubblica istruzione - politiche giovanili - pari opportunità - università.

Note

Dal sito: CROSS si caratterizza per la sua attenzione al territorio e alla formazione attiva del suo pubblico. Il progetto si articola in tre attività principali: CROSS Festival, vuole contribuire al dibattito internazionale e stimolare la ricerca verso la sperimentazione linguistica. CROSS Residence, è un programma di residenze artistiche che privilegia il rapporto tra la creazione artistica e il territorio. CROSS Award, è un premio internazionale rivolto a opere prime nell'ambito della performance, con un'attenzione particolare per le produzioni fondate sull'interdisciplinarietà.

Appendice 6 – Esperienza dei laboratori

Uno degli obiettivi dell'analisi sul campo sul festival “Teatro sull'Acqua” era quello di cogliere l'interesse della cittadinanza di Arona nei processi creativi e progettuali del festival “Teatro sull'Acqua”. Una delle peculiarità della manifestazione aronese è il coinvolgimento dei ragazzi delle scuole superiori della città tramite il progetto di alternanza scuola/lavoro. Si era quindi inizialmente pensato a una serie di workshop in cui mettere alla prova le capacità creative dei partecipanti, mostrando loro parallelamente sia che approcciarsi alla cultura può essere coinvolgente e divertente sia che dietro alla creazione di un evento ci sono pensieri, azioni e obiettivi da raggiungere. L'obiettivo di questi workshop era quello di stimolare i partecipanti a mettersi in gioco nel pensare a progetti condivisi che coinvolgessero, o attraessero, i cittadini a un dibattito pubblico. Un processo

di questo tipo si inserisce nell'ambito teorico della ricerca azione, il cui scopo è quello di produrre conoscenza contestualizzata volta a migliorare una determinata pratica. Tale miglioramento prevede il cambiamento della realtà sotto esame attraverso la modificazione dei comportamenti degli attori coinvolti. L'obiettivo è trasformare la realtà, partendo da azioni comuni e stimulate dal basso, e nello specifico partendo da un gioco, prima individuale poi corale e comunitario.

Il workshop si presenta inizialmente come un gioco individuale, nel quale i partecipanti si ritrovano in mano tre carte “Luoghi”, “Obiettivi” e “Azioni”, in parte pescate dal mazzo e in parte auto compilate, e devono pensare a una attività da svolgere durante il festival unendo quanto scritto sopra le carte, un'azione da svolgere in un determinato luogo per raggiungere un determinato obiettivo. Il gioco poi diventa collettivo: tutti i partecipanti presentano quanto pensato e il gruppo deve decidere un'unanimente un solo progetto tra quelli presentati e pensare, progettare e sviluppare la sua realizzazione effettiva durante il festival.

Il workshop condotto durante il festival “Teatro sull'Acqua” di Arona nel settembre 2021 è stato il risultato di una serie di workshop condotti durante l'estate 2021 a Campsirago, durante il festival Il Giardino delle Esperidi il 29 giugno 2021, a Urbino, durante il festival Urbino Teatro Urbano l'11 luglio 2021, a Genova, durante il festival Suq Genova il 30 agosto 2021, laboratori propedeutici per affinare la metodologia e cogliere specificità in base ai diversi gruppi coinvolti e confrontare le diverse sessioni in vista del workshop ad Arona.

A livello metodologico, sono stati apportati diversi cambiamenti da un workshop all'altro, in base appunto alle reazioni o alle modalità di partecipazione degli attori coinvolti durante la sessione precedente. Per esempio a Urbino, a differenza di Campsirago, i partecipanti non hanno dovuto scegliere dal mazzo precedentemente preparato dalla ricercatrice la carta “Obiettivo”, ma hanno potuto usare la carta auto compilata, e quella “Luoghi” è stata solo una, anziché due. A Genova per la prima volta rispetto a Campsirago e Urbino anche le carte “Azioni” sono state in parte compilate dai partecipanti, mentre a Urbino e a Campsirago le carte “Azioni” erano già proposte dalla ricercatrice. Ad Arona abbiamo sì è conservato la procedura testata a Genova, sperimentandola con un numero di partecipanti simile a quello di Campsirago, seppur si trattasse di un gruppo più inesperto e giovane. Nella tabella in calce, una comparazione dei workshop effettuati nei diversi festival.

Ad Arona hanno partecipato cinque ragazze dell'alternanza scuola/lavoro, che hanno aderito tramite call diffusa sul gruppo WhatsApp alternanza scuola/lavoro, e una ospite del festival che ha partecipato per curiosità. Il workshop è durato 3 ore e il risultato è stato la progettazione di un evento pensato, realizzato e fruito solo da un pubblico under25, in questo momento il target più escluso dal festival.

Di seguito il dettaglio dello svolgimento del workshop al festival “Teatro sull'Acqua” di Arona:

Quando:

Mercoledì 8 settembre 2021 ore 10.00

Location:

Sala Tommaso Moro, nel Comune di Arona. La Sala è stata prestata per due settimane (dal 30 agosto al 13 settembre al festival, per l'organizzazione e per la gestione del gruppo dei ragazzi dell'alternanza scuola/lavoro.

Partecipanti:

Aurora (17 anni, liceo scientifico, alternanza scuola/lavoro)
Adalberto (18 anni, liceo linguistico, alternanza scuola/lavoro)
Marina (17 anni, liceo scientifico, alternanza scuola/lavoro)
Selene (27 anni, ospite del festival)
Camilla (18 anni, liceo classico, alternanza scuola/lavoro)

Annachiara (18 anni, liceo scientifico, alternanza scuola/lavoro)

Reclutamento partecipanti:

Era stato chiesto direttamente all'organizzazione del festival le modalità con cui contattare e reclutare 6-7 volontari del gruppo di alternanza scuola/lavoro. Nella fase di preparazione dei ragazzi all'alternanza scuola/lavoro (dal 30 agosto al 3 settembre) si è presentato il progetto di workshop ai gruppi di comunicazione e fotografia raccontando in cosa sarebbe consistito il laboratorio. Tramite poi Aurora e Annachiara, le due ragazze dell'alternanza scuola/lavoro che hanno affiancato la ricercatrice durante la settimana di festival, lunedì 6 settembre sul gruppo WhatsApp dell'alternanza scuola/lavoro è stata fatta una richiesta esplicita di quanti avrebbero voluto prendere parte al workshop. In sei si erano iscritti, ma uno è stato precettato all'ultimo momento dal gruppo comunicazione per un lavoro improvviso. Si è poi aggiunta una ospite del festival per curiosità nel progetto.

In preparazione al workshop:

Il workshop era stato presentato durante gli incontri con i ragazzi prima dell'inizio del festival, chiedendo loro la disponibilità per più giorni per riuscire a costruire qualcosa nella settimana di festival, spiegando le finalità e gli obiettivi del laboratorio. Durante l'incontro di presentazione non è però stata spiegata la modalità di svolgimento del workshop.

Arredamento della location:

Interno giorno, sala comunale Tommaso Moro, al primo piano attaccato alla chiesa del paese (che ogni quindici minuti rintoccava le campane). Nella sala il gruppo ha occupato un grande tavolo in legno, la ricercatrice a capotavola e le ragazze disposte tre per ogni lato del tavolo.

Svolgimento del workshop:

Inizio lavori alle 10.15

Le partecipanti sono sedute attorno. Dopo il primo giro di presentazioni, la ricercatrice chiede alle partecipanti di dire cosa vorrebbero fare da grandi e cosa vuol dire per loro "cultura".

Inizio lavori ufficiale 10.30.

1) Si distribuiscono due carte "Luoghi" (carta viola) a ogni partecipante, chiedendo di pensare e inserire un luogo attorno ai luoghi in cui si svolge il festival "Teatro sull'Acqua" che attualmente non viene usato dal festival ma che possa ospitare una azione per il festival.

Una volta compilate le due carte, le partecipanti le possono tenere in mano.

2) Si distribuiscono due carte "Obiettivi" (carta azzurra) a ogni partecipante, chiedendo di pensare e inserire un "obiettivo per loro importante ancora poco centrale nel festival e che potesse coinvolgere il territorio in cui si svolge il festival" per ogni carta.

Una volta compilate le carte, si invitano le partecipanti a mettere le carte al centro del tavolo, per formare un mazzo.

Le partecipanti hanno scritto gli obiettivi: "coinvolgere più persone possibili"; "raggiungere gruppi di età differenti"; "divertirsi e fare nuove conoscenze"; "far interagire e interessare i giovani i quali snobbano molto questi eventi"; "stupore e coinvolgimento"; "portare il festival più lontano possibile (farlo conoscere a più persone possibili)"; "crescita della persona e creare qualcosa di bello"; "rendere il festival più vicino ai giovani (penso che il target sia alto) o quantomeno avvicinare il target"; "creare comunità"; "dare spazio di autorappresentazione agli abitanti"; "portare spettacoli in lingua"; "cogliere dettagli appartenenti la propria persona".

Si aggiungono al mazzo in mezzo al tavolo una serie di carte "Obiettivi" precedentemente compilate. Le carte riportano le voci: "creare memoria collettiva"; "trovare un amico di penna in diverse parti del mondo"; "portare un Premio Nobel alla prossima edizione del festival"; "mostra

che valorizzi il territorio”; “creare reti tra i bambini dei vari comuni”; “creare energia a impatto zero”; “creare un gemellaggio con un festival africano”; “ridurre la plastica al festival”; “creare reti tra gli abitanti delle frazioni”; “inventare un premio del festival”; “creare reti di vicinato”; “creare il simbolo di Teatro sull'Acqua 2050”.

Solo a Urbino era stato chiesto di tenere la carta in mano, senza creare un mazzo in mezzo al tavolo. Ad Arona si è preferito tornare a quanto sperimentato a Campsirago, con un mazzo al centro da cui pescare.

3) Si distribuiscono due carte “Azioni” (carta gialla) a ogni partecipante, chiedendo di pensare e scrivere un'azione “che vi piacerebbe venisse compiuta o applicata durante il festival Teatro sull'Acqua” per ogni carta.

Una volta compilate le carte, si invitano le partecipanti a mettere le carte al centro del tavolo, per formare un mazzo.

Le partecipanti hanno scritto le azioni: “ballare”; “mangiare”; “cantare”; “ridere”; “danzare”; “urlare”; “sognare”; “parlare”; “dipingere”; “ridere”; “cantare”; “incontrarsi”.

Si aggiungono al mazzo in mezzo al tavolo una serie di carte “Azioni” precedentemente compilate. Le carte riportano le voci: “abbracciare”; “cucinare”; “registrare suoni/video”; “mettersi la maschera”; “scrivere una lettera”; “camminare”; “intervistare”; “mangiare”; “telefonare”; “volantinare”; “ballare”; “fare un girotondo”; “fare un dono”; “fotografare”.

Come per il festival Suq, si è chiesto che le carte “Azioni” fossero composte dalle partecipanti, mentre a Campsirago e a Urbino le carte erano solo quelle scritte dalla ricercatrice.

4) Si chiede alle partecipanti di pescare una carta “Azioni” e una carta “Obiettivi” dai due mazzi al centro del tavolo.

5) Le partecipanti si ritrovano quindi in mano quattro carte: due “Luoghi”, una carta “Obiettivo” e una carta “Azioni”. Si chiede ora alle partecipanti di inventare una narrazione per raggiungere l'obiettivo attraverso l'azione in uno dei due luoghi a scelta. Quindi le carte diventano tre. Le partecipanti hanno 15 minuti di tempo. Le partecipanti hanno a disposizione varia cancelleria pennarelli, matite, post it, fogli...

6) Dopo 7 minuti, si dà una opzione: si può cambiare una carta, o “Obiettivi” o “Azioni”. Nessuna cambia le carte.

7) Finito il tempo, le partecipanti sono invitate a presentare il proprio progetto.

Annachiara

Luogo: Rocca

Obiettivo: Creare reti tra gli abitanti delle frazioni

Azione: Cantare

Progetto: In Rocca un palco aperto a tutti in cui ognuno può venire a cantare le proprie canzoni o una che gli piace. Nel frattempo, oltre agli abitanti, possono cantare anche i cantanti del luogo o ospiti affermati per far avvicinare più persone possibili di tutta la zona e di tutte le età. Si può quindi salire sul palco a piacimento e cantare.

Camilla

Luogo: Rocca

Obiettivo: Trovare un amico di penna in diverse parti del mondo

Azione: Mangiare

Progetto: Una tavolata interattiva: allestire nel parco tavoli in cui ci si può sedere e fare conoscenza con giochi interattivi, anche in lingua. E con musica e canto, che è l'azione che unisce di più le comunità.

Selene

Luogo: Le ville storiche

Obiettivo: Dare spazi di auto rappresentazione agli abitanti

Azione: Registrare suoni /video

Progetto: Installazioni sonore nelle ville storiche create con delle interviste fatte da under25 ad abitanti storici della città.

Marina

Luogo: Biblioteca

Obiettivo: Portare spettacoli in lingua

Azione: Scrivere una lettera

Progetto: Coinvolgere la scuola, invitando gli attori stranieri degli spettacoli per mezzo di una lettera scritta dagli alunni e portare nelle scuole gli spettacoli in lingua originale. Diventerebbe una sorta di festival in lingue diverse.

Adalberta

Luogo: Pratone

Obiettivo: Creare memoria condivisa

Azione: Volantinare

Progetto: Creare un'installazione lungo Corso Europa fino al Pratone dove si mostrano video di volontari che fanno volantinaggio ma in modo alternativo e in luoghi differenti, magari parlando con la persona a cui si dà il volantino e chiedendo cosa pensa e avere feedback del festival.

Aurora

Luogo: Pratone

Obiettivo: Cogliere i dettagli appartenenti alla propria persona

Azione: Incontrarsi

Progetto: Creare un evento dove si mangia per parlare di sé e delle proprie esperienze e imparare a conoscersi, con lo scopo di cogliere dettagli

8) Si chiede alle partecipanti di selezionare un progetto che secondo loro potrebbe essere interessante sviluppare, per renderlo attuabile e proponibile agli organizzatori del festival. Scelgono il progetto di Annachiara e iniziano a svilupparlo, contaminandolo con le idee degli altri progetti presentati.

L'idea è quella di organizzare un "Karaoke in Rocca" [Rocca Borromea] in cui dalle 18 alle 24 si organizza prima un djset in cui poter fare aperitivo e conversare. Poi dalle 20 si entra nel vivo della serata: una serie di cantanti scelti tramite sondaggio sui social si esibiscono in una sorta di karaoke live, in cui gli spettatori che si sono precedentemente prenotati possono salire sul palco e cantare insieme al cantante scelto.

Chiusura lavori alle 13.10.

Commenti al workshop

A differenza delle tre esperienze precedenti (Campsirago, Urbino, Genova) le partecipanti, fatta eccezione per Selene, erano tutte lontane dal mondo del teatro, dell'organizzazione di eventi e dal settore dei festival, al quale si sono affacciate per la prima volta grazie a questa esperienza di alternanza scuola/lavoro. Dalle azioni che hanno scritto nelle rispettive carte emergono il desiderio e il bisogno di tornare a praticare attività collettive, che diano l'opportunità di conoscere l'altro, confrontarsi, crescere, e anche tornare pensate con uno spirito ludico che caratterizza la loro età ("ballare"; "mangiare"; "cantare"; "ridere"; "danzare"; "urlare"; "sognare"; "parlare"; "dipingere";

“incontrarsi”).

Inoltre è impressione comune la mancanza di partecipazione alle attività culturali dei giovani. Tutto deve avere un ritorno: nel caso dell'alternanza scuola/lavoro, il monte ore da raggiungere per i crediti scolastici. Sono pochissimi infatti gli studenti che partecipando agli incontri o assistono agli spettacoli fuori dal proprio piano di ore o se non strettamente obbligati.

Quindi il progetto è stata una idea per coinvolgere più giovani, più adolescenti non solo nella fruizione del festival, ma anche nell'organizzazione dell'evento stesso. Alla fine dell'incontro le partecipanti hanno espressamente chiesto di poter continuare a lavorare in autonomia sul progetto per svilupparlo, quindi l'idea era proseguire con altre sessioni di workshop. Purtroppo non si è potuto procedere in questa direzione per accavallamenti di impegni con gli altri gruppi di lavoro. Le ragazze si sono allora confrontate tra loro e c'è stato un momento di restituzione tra noi e due portavoce delle partecipanti che hanno spiegato e raccontato come vorrebbero che venisse sviluppato il progetto.

Vista la spontaneità della richiesta di continuare il workshop, si pensa che possa essere una esperienza da ripetere, magari integrare e sviluppare con la programmazione del festival, o che perlomeno entri in relazione con lo Young Board del festival, in vista dell'edizione 2022 del festival.

Appendice 7 - Schema workshop

WORKSHOP FESTIVAL E TERRITORI				
Festival	Il Giardino delle Esperidi (Residenza Campsirago)	Urbino Teatro Urbano (Urbano)	Suq Genova (Genova)	Teatro sull'Acqua (Arona)
Quando	Mercoledì 30 giugno 2021, ore 10.00. Inizio lavori ore 10.00 Fine lavori ore 12.15	Domenica 4 luglio 2021, ore 19.00. Inizio lavori ore 19.30 Fine lavori ore 22.15	Lunedì 30 agosto 2021, ore 14.00. Inizio lavori ore 14.15 Fine lavori 15.30	Mercoledì 8 settembre 2021, ore 10.00. Inizio lavori ore 10.15 Fine lavori ore 13.10
Location	Patio al primo piano di Residenza Campsirago, Colle di Brianza	Atrio dell'albergo San Domenico, in piazza Rinascimento 3, Urbino	Piazza delle Feste, presso il Porto Antico di Genova	Sala Tommaso Moro, nel Comune di Arona.
Partecipanti	7 partecipanti: Giulia (social media manager del festival) Alvise (fotografo del festival) Valentina (spettatrice) Nina (spettatrice) Benedetta (visiting del festival) La signora Pina (abitante di Campsirago) Olivier (ospite del festival)	18 partecipanti di 8 compagnie: Ruvido Teatro, Fatti d'Arte, Giorgia e Andrea Provvisorio, Gamaluchi, Omphalos, La Lucina, Duo SoroQuagliarini, Fimbo	3 partecipanti: Cristiana (volontaria del festival) Tiziana (studentessa di Teatro all'Università di Genova) Oliviero (ospite del festival)	6 partecipanti: Aurora (17 anni, liceo scientifico) Adalberto (18 anni, liceo linguistico) Marina (17 anni, liceo scientifico) Selene (27 anni, Ateatro) Camilla (18 anni, liceo classico) Annachiara (18 anni, liceo scientifico)
Reclutamento partecipanti	Tramite call pubblica e tramite l'organizzazione del festival	Tramite l'organizzazione del festival	Tramite call pubblica e tramite l'organizzazione del festival	Tramite l'organizzazione del festival
Preparazioni e al workshop	C'è stato un incontro su zoom di circa un'ora.	Non c'è stato alcun incontro preparatorio al workshop.	Non c'è stato alcun incontro preparatorio al workshop.	Incontro prima dell'inizio del festival.
Postazione	Otto sedie in legno	Due file di tavoli del	Tavolo di legno da	Tavolone in legno con sedie

del workshop	disposte in circolo con un tavolino basso in legno al centro del cerchio.	pranzo	campeggio.	attorno attorno. La ricercatrice capotavola.
Metodologia	<p>1) Si distribuiscono 2 carte "Luoghi" (carta viola) a ogni partecipante, chiedendo di inserire il luogo che hanno pensato, un luogo per ogni carta. Una volta compilate le due carte, le partecipanti le possono tenere in mano.</p> <p>2) Si distribuiscono 2 carte "Obiettivi" (carta azzurra) a ogni partecipante, chiedendo di inserire gli obiettivi che hanno pensato, un obiettivo per ogni carta. Una volta compilate le carte, i partecipanti sono invitati a mettere le carte sul tavolino al centro del gruppo, per formare un mazzo.</p> <p>2a) Si aggiungono al mazzo "Obiettivi" dodici carte precedentemente compilate.</p> <p>3) Si chiede ai partecipanti di pescare una carta dal mazzo "Obiettivi".</p> <p>4) Si posizionano al centro del tavolo il mazzo "Azioni" (carte gialle) precedentemente compilato e chiede di pescare una carta.</p> <p>5) I partecipanti si ritrovano quindi in mano 4 carte: 2 luoghi, 1 obiettivo, 1 azioni. Quindi le carte da usare sono tre. Si dà una opzione: si può cambiare una carta, o obiettivi o azione.</p> <p>6) Si danno 15 minuti di tempo per pensare alla narrazione per raggiungere l'obiettivo attraverso l'azione nel luogo scelto. I</p>	<p>1) Si distribuisce 1 carte "Luoghi" (carta viola) a ogni partecipante, chiedendo di pensare e inserire un luogo di Urbino che attualmente non viene usato dal festival ma che possa ospitare una azione per il festival. Essendo i partecipanti molto numerosi, si chiede ai gruppi di formare coppie di due persone, dando quindi a loro una sola carta. Una volta compilata la carta, i partecipanti la possono tenere in mano.</p> <p>2) Si distribuisce 1 carta "Obiettivi" (carta azzurra) a ogni gruppo di partecipanti, chiedendo di pensare e inserire un "obiettivo per loro importante ancora poco centrale nel festival e che potesse coinvolgere il territorio in cui si svolge il festival". Una volta compilata la carta, i partecipanti la possono tenere in mano.</p> <p>3) Si posizionano al centro del tavolo il mazzo "Azioni" (carte gialle) precedentemente compilate.</p> <p>4) I partecipanti si ritrovano quindi in mano 3 carte: 1 luoghi, 1 obiettivo, 1 azioni. La ricercatrice chiede ai partecipanti di inventare una narrazione per raggiungere l'obiettivo attraverso l'azione nel luogo scelto. I partecipanti hanno 15 minuti di tempo. I partecipanti hanno a disposizione pennarelli, matite, post it, fogli...</p>	<p>1) Si distribuiscono 2 carte "Luoghi" (carta viola) a ogni partecipante, chiedendo di pensare e inserire un luogo attorno ai luoghi in cui si svolge il festival che attualmente non viene usato dal festival ma che possa ospitare una azione per il festival. Una volta compilate le due carte, i partecipanti le possono tenere in mano.</p> <p>2) Si distribuiscono 2 carte "Obiettivi" (carta azzurra) a ogni partecipante, chiedendo di pensare e inserire un "obiettivo per loro importante ancora poco centrale nel festival e che potesse coinvolgere il territorio in cui si svolge il festival" per ogni carta. Una volta compilate le carte, invitiamo i partecipanti a mettere le carte al centro del tavolo, per formare un mazzo.</p> <p>2a) Si aggiungono al mazzo in mezzo al tavolo una serie di carte "Obiettivi" precedentemente compilate.</p> <p>3) Si distribuiscono 2 carte "Azioni" (carta gialla) a ogni partecipante, chiedendo di pensare e scrivere un'azione "che vi piacerebbe venisse compiuta o applicata durante il festival Teatro sull'Acqua" per ogni carta. Una volta compilate le carte, si invitano i partecipanti a mettere le carte al centro del tavolo, per formare un mazzo.</p> <p>3a) Si aggiungono al mazzo in mezzo al tavolo una serie di carte "Azioni" precedentemente compilate.</p>	<p>1) Si distribuiscono 2 carte "Luoghi" (carta viola) a ogni partecipante, chiedendo di pensare e inserire un luogo attorno ai luoghi in cui si svolge il festival che attualmente non viene usato dal festival ma che possa ospitare una azione per il festival. Una volta compilate le due carte, le partecipanti le possono tenere in mano.</p> <p>2) Si distribuiscono 2 carte "Obiettivi" (carta zurra) a ogni partecipante, chiedendo di pensare e inserire un "obiettivo per loro importante ancora poco centrale nel festival e che potesse coinvolgere il territorio in cui si svolge il festival" per ogni carta. Una volta compilate le carte, invitiamo le partecipanti a mettere le carte al centro del tavolo, per formare un mazzo.</p> <p>2a) Si aggiungono al mazzo in mezzo al tavolo una serie di carte "Obiettivi" precedentemente compilate.</p> <p>3) Si distribuiscono 2 carte "Azioni" (carta gialla) a ogni partecipante, chiedendo di pensare e scrivere un'azione "che vi piacerebbe venisse compiuta o applicata durante il festival Teatro sull'Acqua" per ogni carta. Una volta compilate le carte, si invitano le partecipanti a mettere le carte al centro del tavolo, per formare un mazzo.</p> <p>3a) Si aggiungono al mazzo in mezzo al tavolo una serie di carte "Azioni" precedentemente compilate.</p> <p>4) Si chiede alle partecipanti di pescare una</p>

	<p>partecipanti hanno a disposizione pennarelli, matite, post it, fogli...</p> <p>7) Finito il tempo, si chiede a ognuno di presentare il proprio progetto.</p> <p>8) Si chiede ai partecipanti di selezionare un progetto che secondo loro potrebbe essere interessante sviluppare, per renderlo attuabile e proponibile agli organizzatori del festival.</p>	<p>5) Dopo 5 minuti, si introduce un imprevisto: i gruppi/partecipanti possono cambiare il proprio obiettivo pescando tra le dodici carte precedentemente compilate.</p> <p>6) Finito il tempo, si dividono le persone in due gruppi e si chiede poi a ognuno di presentare il proprio progetto.</p> <p>7) Divisi in due gruppi, si chiede ai partecipanti di selezionare un progetto che secondo loro potrebbe essere interessante sviluppare, per renderlo attuabile e proponibile agli organizzatori del festival.</p>	<p>4) Si chiede ai partecipanti di pescare una carta "Azioni" e una carta "Obiettivi" dai due mazzi al centro del tavolo.</p> <p>5) I partecipanti si ritrovano quindi in mano 4 carte: 2 luoghi, 1 obiettivo, 1 azioni. Si chiede alle partecipanti di inventare una narrazione per raggiungere l'obiettivo attraverso l'azione in uno dei due luoghi a scelta. Quindi le carte da usare sono tre. I partecipanti hanno 15 minuti di tempo. I partecipanti hanno a disposizione pennarelli, matite, post it, fogli...</p> <p>6) Si dà una opzione: si può cambiare una carta, o "Obiettivi" o "Azioni". Nessuno cambia le carte.</p> <p>7) Finito il tempo, si chiede a ognuno di presentare il proprio progetto.</p> <p>9) Si chiede ai partecipanti di selezionare un progetto che secondo loro potrebbe essere interessante sviluppare, per renderlo attuabile e proponibile agli organizzatori del festival.</p>	<p>carta "Azioni" e una carta "Obiettivi" dai due mazzi al centro del tavolo.</p> <p>5) Le partecipanti si ritrovano quindi in mano 4 carte: 2 luoghi, 1 obiettivo, 1 azioni. Chiediamo alle partecipanti di inventare una narrazione per raggiungere l'obiettivo attraverso l'azione in uno dei due luoghi a scelta. Quindi le carte da usare sono tre. Le partecipanti hanno 15 minuti di tempo. Le partecipanti hanno a disposizione pennarelli, matite, post it, fogli...</p> <p>6) Si dà una opzione: si può cambiare una carta, o "Obiettivi" o "Azioni". Nessuna cambia le carte.</p> <p>7) Finito il tempo, si chiede a ognuna di presentare il proprio progetto.</p> <p>9) Si chiede alle partecipanti di selezionare un progetto che secondo loro potrebbe essere interessante sviluppare, per renderlo attuabile e proponibile agli organizzatori del festival.</p>
Progetto nato dal workshop	"Mazurka party a sorpresa"	Gruppo 1 "Salvate il soldato di Baltimora" Gruppo 2 "Cancellare la memoria / Parlami di me"	"Porta sul mondo"	"Karaoke in Rocca"
Note	Numero idoneo di partecipanti, dal background molto diverso, che ha dato la possibilità di un confronto stimolante sulle possibilità di azione concrete di relazione con il territorio nel quale il festival si svolge. Particolarmente importante è stata la presenza di una abitante del piccolo borgo, sostenitrice del festival.	I partecipanti al workshop erano "addetti ai lavori" con una propensione all'estetica. Si è notata una minore propensione all'ascolto della cittadinanza, con progetti più artistici che di creazione di reti e di risoluzioni di problemi comunitari. Il fatto che i partecipanti non fossero di Urbino ha indubbiamente influito su questo aspetto. Inoltre entrambi i progetti sono molto articolati,	I partecipanti al gruppo erano un numero troppo basso e con background molto differenti per innescare un dibattito tematico e progettuale. Una volta individuato il progetto, non si è applicato un pensiero laterale, ma i partecipanti si sono limitati a una lettura lineare dell'esistente.	Numero perfetto di partecipanti, poco vicine al mondo della cultura e lontane dall'ambiente dei festival e dell'organizzazione degli eventi. Vista la spontaneità della richiesta di continuare il workshop, si pensa possa essere una esperienza da ripetere, magari da integrare e sviluppare con la programmazione del festival, o che perlomeno entri in relazione con lo

	chiedendo una forte partecipazione emotiva allo spettatore e una forte partecipazione economica al festival.	Young Board del festival.
--	--	---------------------------

Appendice 8 - Manifesto Arona Città-Teatro

VISION	Creare una Città-Teatro sulle sponde del Lago
VALORI	<p>#Cultura La cultura per noi svolge una funzione di coesione ed evoluzione sociale. È forza attiva, che si manifesta attraverso la partecipazione alle nostre attività. Coinvolgimento personale, a più livelli, e condivisione delle esperienze trasformano il semplice cittadino in “cittadino culturale”. La nostra è una visione orizzontale della cultura e non verticale: il processo di produzione e creativo diventa trasparente e accessibile a tutti e non di esclusivo interesse di professionisti del settore.</p>
	<p>#Identità Partecipare alla costruzione della Città-Teatro significa risvegliare dentro di sé un senso di appartenenza comunitario. La possibilità di re-immaginare le dinamiche della partecipazione alla vita civile e culturale e di rinnovare la narrazione di un luogo, ci offre l’opportunità di rigenerare l’identità stessa di un’intera comunità. Un’identità che rappresenti un forte punto di riferimento principalmente per gli abitanti della città, ma che, per sua natura, sia inclusiva anche verso chi, dall’esterno, condivide i valori del progetto e voglia parteciparvi.</p>
	<p>#Territorio Il nostro è sicuramente un progetto di valorizzazione del territorio. Il Lago, da sempre fulcro della vita sociale ed economica della città di Arona, diventa luogo d’incanto e di poesia, il luogo in cui ha origine la Città-Teatro. L’acqua, che conserva la memoria e la storicità del luogo, diventa l’elemento simbolico che diffonde ovunque nel posto questa nuova idea. E così gli altri luoghi, le strade, le case, i luoghi di interesse storico si trasformano e riprendono vita attraverso il progetto. La surrealtà della Città-Teatro si innesta anche materialmente sul luogo reale, valorizzandone e pubblicizzandone storia e bellezza.</p>
MISSION	<p>Attraverso il nostro “fare cultura” vogliamo costruire un nuovo senso identitario attorno cui possa riconoscersi un’intera comunità che ne condivide valori e principi. La nostra comunità vede nella cultura uno strumento di coesione e innovazione sociale. Valorizzando il nostro territorio, a partire dalla sua morfologia naturale e dalla sua memoria storica, la nostra intenzione è quella di trasformarlo: vogliamo costruire ad Arona una città teatro. Un teatro senza pareti ma che fonda la sua ragion d’essere nell’entusiasmo e nella partecipazione consapevole della gente, in cui ognuno faccia la propria parte. È il teatro la metafora perfetta del nostro sogno. Ma, pur avendo un luogo geografico di riferimento, il nostro teatro è anche luogo ideale. La nostra comunità è inclusiva, aperta a chiunque voglia contribuire e partecipare e si identifichi nei nostri principi. Tutti possono venire a cercare il proprio ruolo nella cittàteatro. È sostanzialmente un modo nuovo di produrre cultura ed evolversi insieme. Le nostre iniziative si distribuiscono costantemente durante tutto l’anno, sono strutturate in diversi ambiti disciplinari e intendono rivolgersi, nella loro totalità, al più ampio target possibile sul territorio. Sono tutte funzionali a innescare quel processo di crescita e trasformazione sociale e culturale che connoterà e caratterizzerà nel tempo la CittàTeatro. In campo pedagogico ed educativo riteniamo importante introdurre alla cultura teatrale i giovanissimi, ed è in quest’ambito che si inserisce il Festival dei Ragazzi, pensato per un target che va da zero a quattordici anni, e le collaborazioni con scuole e insegnanti del posto, per progettare percorsi formativi tematici. È importante per noi mantenere un dialogo costante con l’intero tessuto sociale cittadino. Con le associazioni, con cui condividiamo attività di co-progettazione e verso cui mettiamo a disposizione risorse e competenze; con le imprese e gli operatori del settore turistico, con cui condividiamo strategie di promozione del territorio e con tutta la cittadinanza, attraverso il rafforzamento di un circuito virtuoso di volontariato. Nella Città-Teatro il volontariato, oltre che linfa vitale del processo identitario, è il luogo dell’incontro e dello scambio di energie vitali. Chiunque può scegliere, sulla base delle proprie competenze e risorse, il grado di coinvolgimento nel progetto, la nostra cura sarà seguire con attenzione ogni processo di coinvolgimento che assicuri sempre un arricchimento personale. Volontariato quindi inteso anche come co-</p>

responsabilità: Arona Città-Teatro è, per sua stessa definizione, il frutto del lavoro della collettività. Si condivide il tempo, le competenze, ma anche risorse, infrastrutture e spazi. Vogliamo che pian piano Arona si trasformi in un teatro a cielo aperto, ed è in quest’ottica che si inseriscono i nostri progetti “Teatro per Casa” e “Teatro Delivery”, in cui trasformiamo case private in suggestivi scenari teatrali e i loro proprietari in direttori artistici temporanei. Oltre agli spazi privati anche gli spazi pubblici, piazze ed edifici, hanno ed avranno un ruolo sempre più caratterizzante di questa struttura teatrale diffusa. Da sempre le istituzioni locali sono interlocutori fondamentali per noi e intendiamo coinvolgerli sempre di più in una sorta di rigenerazione urbana funzionale alla Città-Teatro, che tenga traccia e renda visibile la progettazione culturale costante che questa comunità intende esprimere. Arredo urbano, segnaletica, cartellonistica, mostre permanenti e infrastrutture dedicate: il visitatore, anche quello occasionale, che passa ad Arona dovrà immediatamente riconoscere la Città-Teatro e sentirsi immerso nella sua magica atmosfera. Dai luoghi fissi, tipici elementi di un teatro, come la platea, il palcoscenico, il foyer, i camerini a quelli liquidi, ovvero temporanei, come le Case-Teatro, ogni elemento dovrà portare traccia e raccontare ciò che avviene in questo grande laboratorio culturale e sociale che è la città di Arona. La riconoscibilità è una parola chiave del nostro progetto, in quanto funzionale alla sua comunicazione e diffusione. La Città-Teatro di Arona parlerà a tutti con il suo linguaggio, frutto anche questo di un lavoro costante di studio e ricerca. E infine, ma non certo per importanza, il nostro Festival sull’Acqua. L’evento originario da cui è partito tutto, su cui per oltre dieci anni ci siamo formati e che ha sempre portato in grembo l’idea e l’ambizione di creare una Città-Teatro. Un festival che ha l’onore e il prestigio di avere una direzione artistica d’eccezione, quella di Dacia Maraini, diventa adesso il rito celebrativo e festoso annuale di questo progetto di ampio respiro. Celebriamo il nostro Lago, il simbolo della città e principale ispiratore della nostra poetica, invitiamo importanti esponenti del mondo culturale a dialogare di tematiche importanti, misuriamo l’evoluzione costante del progetto e apriamo la nostra città al mondo, nella speranza che Arona Città-Teatro diventi sempre più un punto di riferimento internazionale per la diffusione della cultura teatrale, la formazione nella progettazione culturale e un esempio importante di innovazione sociale.

Appendice 9 - Programma “Teatro sull’Acqua”, edizione settembre 2021

07/09/21	→ ore 18:30 - INCONTRO - Murubutu presenta DANTE A TEMPO DI RAP a cura del nostro Young Board → ore 20:00 – TEATRO - VILLA USELLINI Teatro in Villa: SULLA MORTE SENZA ESAGERARE* compagnia I Gordi (in caso di pioggia lo spettacolo al Palacongressi Salina)
08/09/21	→ ore 18:30 – INCONTRO - Don Luigi Ciotti presenta L’AMORE NON BASTA edito da Giunti, dialoga con Dacia Maraini → ore 21:15 – TEATRO - ANTICO PORTO, piazza del Popolo Teatro sull’acqua: EPIFANIA* coproduzione Associazione Sarabanda e Teatro sull’Acqua. Regia di Boris Vecchio, testo di Dacia Maraini. Prove generali
09/09/21	→ ore 18:30 - INCONTRO - Dacia Maraini presenta LA SCUOLA CI SALVERÀ edito da Solferino, dialoga con l’educatrice e scrittrice Annalisa Falcone → ore 20:00 – TEATRO - PARCO ROCCA BORROMEIA Teatro in Rocca: SGUARDI * Club Teatro, di e con Riccardo Caporossi, e con Nadia Brustolon e Vincenzo Preziosa → ore 21:15 – TEATRO - ANTICO PORTO, piazza del Popolo Teatro sull’acqua: EPIFANIA* coproduzione Associazione Sarabanda e Teatro sull’Acqua. Regia di Boris Vecchio, testo di Dacia Maraini.
10/09/21	→ ore 17:00 - INCONTRO - Chiara Valerio presenta LA MATEMATICA È POLITICA edito da Einaudi, dialoga con Dacia Maraini → ore 18:30 - INCONTRO - Paolo Pejrone presenta I DUBBI DEL GIARDINIERE edito da Einaudi, dialoga con Giancarlo Fantini, docente di Esercitazioni di Botanica ed Ecologia → ore 18:00 – TEATRO - AREA EX LIDO, Corso Europa Teatro di strada: LA FAMIGLIA MIRABELLA compagnia Il teatro viaggiante → ore 20:00 – TEATRO - PARCO ROCCA BORROMEIA Teatro in Rocca: SGUARDI* Club Teatro, di e con Riccardo Caporossi, e con Nadia Brustolon e Vincenzo Preziosa → ore 21:15 – TEATRO - ANTICO PORTO, piazza del Popolo Teatro sull’acqua: EPIFANIA* coproduzione Associazione Sarabanda e Teatro sull’Acqua. Regia di Boris Vecchio, testo di Dacia Maraini

11/09/21	<p>→ ore 17:00 - INCONTRO - Mariapia Veladiano presenta ADESSO CHE SEI QUI edito da Guanda, dialoga con Dacia Maraini</p> <p>→ ore 17:00 – TEATRO - AREA EX LIDO, Corso Europa Teatro di strada: LA FAMIGLIA MIRABELLA compagnia Il teatro viaggiante</p> <p>→ ore 17:00 – IL BATTELLO DI ARONA Teatro in barca: DELIVERYTHEATRE di e con Carullo e Minasi</p> <p>→ ore 17:45 e 18:30 – TEATRO - BARCA PINTA Teatro in barca: Menù della poesia EROTICASUDAMERICANA* con Camilla Sandri Bellezza e Vicente Cabrera</p> <p>→ ore 18:30 - INCONTRO - Alessandro Martini e Maurizio Francesconi presentano LA MODA DELLA VACANZA: LUOGHI E STORIE, 1860-1939 edito da Einaudi, dialogano con Giulia Zonca, giornalista de La Stampa</p> <p>→ ore 19:00 – TEATRO - TEATROCONDominio LE FORNACI Teatro a domicilio: DELIVERYTHEATRE di e con Carullo e Minasi (riservato ai condomini)</p> <p>→ ore 20:00 – TEATRO - VILLA USELLINI Teatro in Villa: TIRESIAS* compagnia Bluemotion, regia di Giorgina Pi con Gabriele Portoghese</p> <p>→ ore 21:15 – TEATRO - ANTICO PORTO, piazza del Popolo Teatro sull'acqua: EPIFANIA* coproduzione Associazione Sarabanda e Teatro sull'Acqua. Regia di Boris Vecchio, testo di Dacia Maraini</p>
12/09/21	<p>→ ore 17:45 e 18:30 – TEATRO - BARCA PINTA Teatro in barca: Menù della poesia EROTICASUDAMERICANA* con Camilla Sandri Bellezza e Vicente Cabrera</p> <p>→ ore 17:00 – TEATRO - AREA EX LIDO, Corso Europa Teatro di strada: LA FAMIGLIA MIRABELLA compagnia Il teatro viaggiante</p> <p>→ ore 18:00 – TEATRO - IL BATTELLO DI ARONA Teatro in barca: DELIVERYTHEATRE di e con Carullo e Minasi</p> <p>→ ore 18:30 - INCONTRO - Pif e Marco Lillo presentano IO POSSO: DUE DONNE SOLE CONTRO LA MAFIA edito da Feltrinelli, dialogano con Andrea Zummo, Libera, provincia di Torino</p> <p>→ ore 20:00 – TEATRO - VILLA USELLINI Teatro in Villa: TIRESIAS* compagnia Bluemotion, regia di Giorgina Pi con Gabriele Portoghese</p> <p>→ ore 20:00 – TEATRO - ANTICO PORTO, piazza del Popolo Teatro sull'acqua: EPIFANIA* coproduzione Associazione Sarabanda e Teatro sull'Acqua. Regia di Boris Vecchio, testo di Dacia Maraini</p>

Appendice 10 - Programma “Arona Città Teatro sull'Acqua”, edizione settembre 2022

03/09/22	<p>→ ore 20:30 – CINEMA – Anfiteatro di Villa Zuccoli: SONGS OF THE WATER. Documentario con la presenza del regista Nicolò Bongiorno.</p>
6/09/22	<p>→ ore 18:30 - INCONTRO – Alessandro Barbaglia presenta LA MOSSA DEL MATTO</p> <p>→ ore 20:15 – TEATRO – Parcoscenico Rocca Borromea: AUTOUR DU CORPS VILLA USELLINI</p>
07/09/22	<p>→ ore 18:30 – INCONTRO – piazza San Graziano – Dacia Maraini presenta CARO PIER PAOLO (spostato per pioggia) in dialogo con Roberto Cotroneo</p> <p>→ ore 20:00 - INCONTRO- Villa Ponti – Roberto Cotroneo</p> <p>→ ore 21:30 – TEATRO – Lagoscenico ANTICO PORTO, piazza del Popolo Teatro sull'acqua: CENERENTOLA. Prove generali (ANNULLATO PER PIOGGIA)</p>
08/09/22	<p>→ ore 18:30 - INCONTRO – Stefania Auci presenta LA SAGA DEI FLORIO</p> <p>→ ore 20:15 – TEATRO - Parcoscenico Rocca Borromea: HOTEL PARADISO</p> <p>→ ore 21:30 – TEATRO - ANTICO PORTO, piazza del Popolo Teatro sull'acqua: CENERENTOLA</p>
09/09/22	<p>→ ore 10:00 12:00 17:00 20:00 – TEATRO - piazza del Popolo: LA DINAMICA DEL CONTROVENTO, Teatro di strada</p> <p>→ ore 18:30 - INCONTRO – Lorenzo Cremonesi presenta GUERRA INFINITA</p> <p>→ ore 18:30 20:00 –APERITIVO SULL'ACQUA - BARCASCENICA PINTA</p> <p>→ ore 19:00 – TEATRO - TEATROCONDominio LE FORNACI Teatro a domicilio: KILOMBO</p> <p>→ ore 21:00 – POESIA – IL BATTELLO Serata dedicata alla poesia con Antonella Anedda</p> <p>→ ore 21:30 – TEATRO - Lagoscenico ANTICO PORTO, piazza del Popolo Teatro sull'acqua: CENERENTOLA</p>

10/09/22	<p>→ ore 10:00 12:00 17:00 20:00 – TEATRO - piazza del Popolo: LA DINAMICA DEL CONTROVENTO, Teatro di strada</p> <p>→ ore 17:00 18:00 19:00 4 – TEATRO - BARCASCENICA PINTA Teatro sull'acqua EROTICASUDAMERICANA in Aguita Santa</p> <p>→ ore 18:00 – TEATRO – Lungolago Nassiriya: DOLCE SALATO Teatro di strada</p> <p>→ ore 18:30 - INCONTRO – Matteo Bussola IL ROSMARINO NON CAPISCE L'INVERNO</p> <p>→ ore 20:15 – TEATRO - Parcoscenico Rocca Borromea: CLOWN IN LIBERTÀ</p> <p>→ ore 21:30 – TEATRO - Lagoscenico ANTICO PORTO, piazza del Popolo Teatro sull'acqua: CENERENTOLA</p>
11/09/21	<p>→ ore 10:00 12:00 17:00 20:00 – TEATRO - piazza del Popolo: LA DINAMICA DEL CONTROVENTO, Teatro di strada</p> <p>→ ore 17:00 18:00 19:00 4 – TEATRO - BARCASCENICA PINTA Teatro sull'acqua EROTICASUDAMERICANA in Aguita Santa</p> <p>→ ore 18:00 – TEATRO – Lungolago Nassiriya: DOLCE SALATO Teatro di strada</p> <p>→ ore 18:30 - INCONTRO – Fabio Genovesi presenta IL CALAMARO GIGNATE</p> <p>→ ore 21:00 – TEATRO - Lagoscenico ANTICO PORTO, piazza del Popolo Teatro sull'acqua: CENERENTOLA</p>

Appendice 11 - Programma Teatro sull'Acqua, edizione bambini

11/06/21	<p>→ ore 17:30 – TEATRO – PIAZZA SAN GRAZIANO: ON THE ROAD. LA VITA É COME UN VIAGGIO, compagnia Artemakia</p>
12/06/21	<p>→ ore 10:00 – TEATRO – BIBLIOTECA: L'ALFABETO DELLE STORIE, di Maurizio Mora</p> <p>→ ore 10:30 – TEATRO – BATTELLO: STORIE DA QUI A Là. LETTURE ANIMATE DAL MONDO, compagnia Unoteatro</p> <p>→ ore 11:30 - TEATRO – BIBLIOTECA: I RACCONTI DI GLORIA, compagnia Momom</p> <p>→ ore 15:00 - TEATRO – BIBLIOTECA: I RACCONTI DI GLORIA, compagnia Momom</p> <p>→ ore 15:00 - LAB – MARCELLINE: GATTI MATTI, di Eloisa Scichilone</p> <p>→ ore 16:00 - TEATRO – PIAZZA SAN GRAZIANO: CI VUOLE UN FIORE, compagnia Ta-Daa!</p> <p>→ ore 16:30 – TEATRO – BATTELLO: STORIE DA QUI A Là. LETTURE ANIMATE DAL MONDO, compagnia Unoteatro</p> <p>→ ore 17:00 - TEATRO – BIBLIOTECA: I RACCONTI DI GLORIA, compagnia Momom</p> <p>→ ore 17:00 LETTURA - DA VINCENT: STORIE ALL'ARIA APERTA, di Bombetta Book, a cura di La Stanza di Vincent</p> <p>→ ore 18:00 – INCONTRO – PIAZZA SAN GRAZIANO: IL CACCIATORE DI SOGNI: LA STORIA DELLO SCIENZIATO CHE SALVÒ IL MONDO, presentazione del libro di e con Sara Rattaro, a cura della Libreria Mondadori</p>
13 giugno 2021	<p>→ ore 10:00 – TEATRO – BIBLIOTECA: L'ALFABETO DELLE STORIE, di Maurizio Mora</p> <p>→ ore 11:00 – TEATRO – BIBLIOTECA: I CORVI E LO SPAVENTAPASSERI, di Sara Ghioldi</p> <p>→ ore 11:00 – LAB - DA VINCENT: LO YOGA ALLEGRO DELL'ORSO MERUDAN, di Eloisa Scichilone, a cura di La Stanza di Vincent</p> <p>→ ore 11:00 – INCONTRO – VILLA PONTI: POSSIAMO CAMBIARE IL MONDO. L'EDUCAZIONE CIVICA RACCONTATA AI BAMBINI, presentazione del libro di Rossella Köhler</p> <p>→ ore 15:00 LAB – MARCELLINE: GATTI MATTI, di Eloisa Scichilone</p> <p>→ ore 16:00 – TEATRO: PIAZZA SAN GRAZIANO: I MUSICANTI DI BREMA, compagnia Kosmocomico Teatro</p> <p>→ ore 16:00 – LAB – VILLA PONTI: ESERCIZI DI IMMAGINAZIONE, compagnia Arione de Falco</p> <p>→ ore 16:30 – TEATRO – BATTELLO: STORIE DA QUI A Là. LETTURE ANIMATE DAL MONDO</p> <p>→ ore 17:30 LAB – BIBLIOTECA: TE LO DO IO, IL MOSTRO!, di Anna Lavatelli</p> <p>→ ore 18:30 LETTURA – AUDITORIUM: SCACCO MATTO TRA LE STELLE, di Alessandro Barbaglia</p>

Appendice 12 - Agenda settimanale delle ragazze dell'Alternanza scuola/lavoro

07/09/21	→ BANCHETTO SAN GRAZIANO: 18 – 20.00 → 2 ore (ENTRAMBE LE VOLONTARIE) → SPETTACOLO VILLA USELLINI: 20.00 – 20.30 → 30 minuti ENTRAMBE LE VOLONTARIE)
08/09/21	WORKSHOP MERCOLEDÌ dalle 10 alle 13 - 3 ore ---> 7/8 volontari → BANCHETTO SAN GRAZIANO: 18 – 20.00 → 2 ore (ENTRAMBE LE VOLONTARIE) → SPETTACOLO PORTO ANTICO: Solo Giulia
09/09/21	→ BANCHETTO: 18 – 20.00 → 2 ore (UNA SOLA VOLONTARIA) → DISTRIBUZIONE SPETTACOLI 19.30 – 21.30 → 2 ore (UNA SOLA VOLONTARIA)
10/09/21	→ BANCHETTO: 16.30 – 19.30 → 3 ore (UNA SOLA VOLONTARIA) → RAGAZZA 2 DISTRIBUZIONE SPETTACOLI 17.30 – 21.30 → 4 ore (UNA SOLA VOLONTARIA)
11/09/21	→ BANCHETTO: 16.30 – 20.30 → 4 ore (UNA SOLA VOLONTARIA) → DISTRIBUZIONE SPETTACOLI 18.30 – 21.30 → 3 ore (UNA SOLA VOLONTARIA)
12/09/21	→ CAFFÉ DI BOLZANO DOMENICA 12 SETTEMBRE 10.30- 12.30 → ENTRAMBE (2 ore) → BANCHETTO: 16.30 – 20.30 (4 ORE) (ENTRAMBE LE VOLONTARIE)

Appendice 13 – Analisi del questionario Il pubblico di Teatro sull'Acqua

Sezione anagrafica

Il genere, l'età e la residenza

Il campione dell'indagine è costituito per il 70,4% da donne e per il 29,2% da uomini. Un rispondente ha preferito non dichiarare il proprio genere.

Per la rilevazione della variabile dell'età dei partecipanti si è proceduto alla aggregazione degli intervistati in sette classi di età: la fascia maggiormente rappresentata è quella 55-65 anni con il 28,5% degli intervistati; seguono la fascia 45-54 anni con il 19,3% e la fascia over 65 anni con il 14,4% degli intervistati. Il 62,3% degli intervistati ha quindi più di 45 anni d'età. Il restante 37,7% è diviso nelle fasce 35-44 per il 12,4%, nella fascia 25-34 anni per l'11,6% e nella 18-24 anni con il 9,9%. Pochissima partecipazione tra gli under 18, con solo il 3,8% degli intervistati.

Anche confrontando l'età e il genere si ha un riscontro proporzionale di quanto rappresentato dalla totalità dei rispondenti, ovvero che la presenza degli uomini si aggira attorno al 30% in ogni fascia d'età. Unica deflazione è nella fascia over 65, in cui gli uomini sono solo il 22% dei rispondenti contro il 78% delle rispondenti donne.

Per quanto riguarda invece la residenza degli intervistati, il 38% ovvero 108 rispondenti su 284 provengono da Arona. Dividendo in fasce chilometriche le provenienze indicate dagli intervistati, risulta che il 44,4% proviene da zone limitrofe a dove si svolge la manifestazione, di cui il 29,9% da una distanza inferiore a quindici chilometri e il 14,4% da una distanza inferiore a trenta chilometri, come da Tab.47. Sommando questi due dati con i residenti ad Arona, risulta che l'82,4% dei rispondenti sia locale, sottolineando la diffusione e distribuzione della manifestazione.

Poi il 7,8% proviene da località distanti meno di cinquanta chilometri, come Novara; il 4,6% proviene da località distanti meno di settanta chilometri, come Milano; l'1,1%, ovvero tre rispondenti, proviene da località distanti meno di centocinquanta chilometri, nello specifico tutti da Torino; solo il 4,2% proviene da località distanti oltre duecento chilometri, per esempio da Roma, da Cosenza, da Genova e da Macerata.

In una comparazione tra la distanza e la fascia d'età dei rispondenti, come da Tab.48, si nota come

da un lato la fascia under 18 percorra meno distanza, con un alto numero del campione proveniente dai paesi limitrofi Arona, e questo per ovvi motivi di capacità e possibilità di spostamento, dall'altro come le grandi distanze vengano percorse in forma maggioritaria nella fascia 18-54 con una sola eccezione.

Provenienza (distanza Km)	N° intervistati	%
0 km (da Arona)	108	38,0%
<15 km	85	29,9%
<30 km	41	14,5%
<50 km	22	7,8%
<70 km	13	4,6%
<150 km	3	1,1%
Oltre 200 km	12	4,2%
Totale	284	100,0%

Tab.47 - Distanza dei rispondenti dalla manifestazione.

Distanza	<18	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>65
0 km (da Arona)	3	6	11	15	26	27	20
<15 km	7	11	6	13	15	25	8
<30 km	1	4	6	3	7	16	4
<50 km	x	3	3	1	3	8	4
<70 km	x	x	2	x	2	4	5
<150 km	x	x	1	x	1	1	x
Oltre 200 km	x	4	4	3	1	x	x
Totale	11	28	33	35	55	81	41

Tab.48 - Relazione distanza – età dei rispondenti.

Titolo di studio e professione

Dall'analisi dei dati relativi al titolo di studio degli intervistati, risulta che i partecipanti al festival “Teatro sull'Acqua” abbiano un alto livello di istruzione e presumibilmente un elevato capitale culturale. I dati dichiarano che su 284 intervistati il 40,9% (116 intervistati) abbia un diploma di scuola superiore; il 40,1% (114 intervistati) abbia conseguito la laurea e che il 10,2% (29 intervistati) abbiano un titolo post-laurea, come da Tab.49. Solo l'7,8% (22 intervistati) dichiara di avere la licenza di scuola media, di cui nove intervistati sono nella fascia under 28 e due nella fascia 18-24 che alla domanda “Professione” hanno risposto “Studente”; infine 3 intervistati, ovvero l'1,1%, dichiarano di avere la licenza di scuola elementare, ma due di loro sono nella fascia under 18 e alla domanda “Professione” hanno risposto “Studente”.

In un confronto tra il titolo di studio e il genere emerge un bilanciamento proporzionale, dove la quota maschile si posiziona costantemente tra il 28% e il 31% del campione.

TITOLO	% del totale	Numero casi
Scuola elementare	1,1%	3
Scuola media	7,7%	22
Diploma	40,9%	116
Laurea	40,1%	114
Post-Laurea	10,2%	29
<i>Totale</i>	<i>100,0%</i>	<i>284</i>

Tab.49 - Numero rispondenti e percentuali dei titoli. Elaborazione propria.

Per la rilevazione della variabile della professione dei partecipanti si è proceduto all'aggregazione degli intervistati in quindici classi. Le categorie professionali alle quali appartiene la maggior parte dei rispondenti sono "Impiegati" con il 22,9%, ovvero 65 rispondenti, "Pensionato" con il 20,4%, ovvero 58 rispondenti, e "Libero professionista" con il 15,9%, ovvero 45 rispondenti. Seguono poi le voci "Studente" con il 13,0%, ovvero 37 rispondenti, "Insegnante / Docente Universitario" con il 12,7%, ovvero 36 rispondenti, e "Dirigente / Quadro" con il 5,7%, ovvero 16 rispondenti. Fanalino di coda per le voci "Disoccupati" e "Giornalista", entrambi con lo 0,4%, ovvero un solo rispondente a categoria, come si vede in Tab.50.

Professione	Numero casi	% del totale
Impiegato	65	22,9%
Pensionato	58	20,4%
Libero professionista	45	15,9%
Studenti	37	13,0%
Insegnante / Docente Universitario	36	12,7%
Dirigente / Quadro	16	5,7%
Tecnico / Operaio	7	2,5%
Commerciante	6	2,1%
Operatore dello spettacolo e/o della cultura	4	1,4%
Artigiano	2	0,7%
Collaboratore familiare	2	0,7%
Imprenditore	2	0,7%
Lavoratore occasionale	2	0,7%
Disoccupato	1	0,4%
Giornalista	1	0,4%
<i>Totale</i>	<i>284</i>	<i>100,0%</i>

Tab.50 - Numero rispondenti e percentuali in base alle professioni indicate.

Essendo il tema dell'indagine la partecipazione ad attività culturali, si è pensato di porre una domanda specifica per i professionisti della cultura, cercando di cogliere quanti tra il pubblico e tra i

rispondenti fanno parte di questa categoria. Alla domanda, che chiedeva di specificare uno tra i settori culturali di riferimento per la manifestazione (“Spettacolo dal vivo”, “Libri e/o editoria”, “Teatro”) solo il 9,7% dei rispondenti, ovvero 28 soggetti, ha risposto, tra cui 6 “Spettacolo dal vivo”, 14 “Libri e/o editoria”, e 8 “Teatro”, come si vede in Tab.51.

In un confronto con il titolo di studio emerge come il titolo di laurea o quello di post-laurea sia maggioritario rispetto a titoli inferiori per chi lavora in professioni culturali, con il 57,1%, ovvero 16 rispondenti su 28.

	Scuola elementare	Scuola media	Diploma	Laurea	Post-Laurea
Libri e/o editoria	1	2	5	5	1
Teatro	-	2	1	3	2
Spettacolo dal vivo	-	1		3	2
Totale	<i>1</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>11</i>	<i>5</i>

Tab.51 - Numero soggetti che lavorano nell'ambito culturale segmentati per titolo.

Sezione sulla partecipazione culturale

Il 71,1% (202 rispondenti) non è iscritto ad associazioni culturali mentre il 28,9% (82 rispondenti) dichiara di essere iscritti ad associazioni culturali.

Mettendo in relazione la partecipazione ad associazioni con il titolo di studio, come si vede in Tab.52, emerge che tra chi è iscritto ad associazione il 61,0% possiede una laurea o un titolo superiore, e che il 30,5% sia in pensione, mostrando come da un lato la predisposizione all'associazionismo sia maggiore in chi ha maggiore capitale culturale ma dall'altro che la possibilità di maggiore tempo libero sia un requisito o un incentivo favorevole. Da notare inoltre come solo il 50,0% di chi è “Operatore dello spettacolo e/o della cultura” sia poi anche impegnato nell'associazionismo. Parità poi anche tra chi lavora in uno dei settori culturali di riferimento della manifestazione (“Spettacolo dal vivo”, “Libri e/o editoria”, “Teatro”) in cui tra i 28 che hanno risposto positivamente, 14 fanno parte di associazioni culturali e 14 non ne fanno parte.

TITOLO	Numero casi che non partecipano ad associazioni culturali.	Numero casi che partecipano ad associazioni culturali.
Scuola elementare	3	-
Scuola media	14	8
Diploma	92	24
Laurea	75	39
Post-Laurea	18	11
Totale	<i>202 (71,1%)</i>	<i>82 (28,9%)</i>

Tab.52 - Partecipanti ad associazioni culturali disaggregate per titolo.

Professione	Numero casi che non partecipano ad associazioni culturali.	Numero casi che partecipano ad associazioni culturali.
Impiegato	48	17
Libero professionista	34	11
Pensionato	33	25
Studenti	29	0
Insegnante / Docente Universitario	26	10
Dirigente / Quadro	13	3
Tecnico / Operaio	7	8
Commerciante	5	1
Imprenditore	2	0
Operatore dello spettacolo e/o della cultura	2	2
Collaboratore familiare	1	1
Disoccupato	1	0
Giornalista	1	0
Artigiano	0	2
Lavoratore occasionale	0	2
Totale	202	82

Tab.53 - Partecipanti ad associazioni culturali disgregate per professione.

Per quanto invece riguarda la partecipazione culturale, si è indagata la fruizione di diverse attività culturali chiedendo ai rispondenti di indicare la frequenza della pratica da “Mai”, convertita in un punteggio pari a 1, a “Tutti i giorni”, convertita in un punteggio pari a 5. Come da Tab.54, si evince che l'attività con la media più alta di fruizione è “Guardare la tv”, con una media di 4,34, con un picco per la fascia d'età 55-64 con una media di 4,69. Segue poi la pratica “Utilizzare i social network” con una media di 4,24, che in un confronto per fasce d'età raggiunge un picco di 4,96 di media nella fascia 18-24, seguita dalla fascia 25-34 con una media di 4,91, mentre la fascia under 18 è solo al terzo posto con una media di 4,64. In questa categoria si trova anche la deviazione standard maggiore, 1,42.

La pratica invece con la media più bassa di partecipazione risulta quella dei festival culturali, con una media di 1,70, media pressoché uniforme in tutte le fasce d'età. Penultimo posto, a sorpresa, per la frequenza di partecipazione ai concerti musicali, in cui in una segmentazione per fasce d'età spiccano le due medie di partecipazione più basse tra tutti i consumi presi in considerazione in questa indagine: 1,36 per la fascia under 18 e 1,51 per la fascia 1,51. Come si vede in Tab.55.

	Partecipare a festival	Partecipare a concerti	Andare a teatro (musica, prosa, danza)	Visitare mostre/musei	Andare al cinema	Leggere un libro	Leggere un giornale (cartaceo / online)	Guardare la tv	Utilizzare social network	Vedere film su piattaforme online
Soggetti	284	284	284	284	284	284	284	284	284	284
Media	1,7	1,71	1,83	2,05	1,93	3,66	4,01	4,34	4,24	3,37
Mediana	2	2	2	2	2	4	4	5	5	4
Dev. Standard	0,67	0,7	0,75	0,64	0,85	1,22	1,2	1,12	1,42	1,4
Minimo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Massimo	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5

Tab.54 - Media, mediana e deviazione standard delle singole attività indagate.

	Partecipare a festival	Partecipare a concerti	Andare a teatro (musica, prosa, danza)	Visitare mostre/musei	Andare al cinema	Leggere un libro	Leggere un giornale (cartaceo /online)	Guardare la tv	Utilizzare social network	Vedere film su piattaforme online
<18	1,55	1,36	1,91	2,27	2,09	3,45	3,27	4,36	4,64	4,09
18-24	1,75	1,75	1,57	2,11	1,89	3,57	3,57	4,11	4,96	4,11
25-34	1,79	1,64	1,79	2,15	1,91	3,67	3,73	4,03	4,91	4,06
35-44	1,69	1,51	1,66	1,83	1,63	3,37	3,97	4,2	4,54	3,46
45-54	1,58	1,67	1,73	2,05	1,89	3,35	4,16	4,09	4,45	3,15
55-64	1,81	1,89	2,05	2,15	2,09	3,8	4,14	4,69	3,88	3,19
Over 65	1,59	1,68	1,88	1,88	1,95	4,17	4,34	4,51	3,27	2,68

Tab.55 - Media della fruizione delle singole attività disaggregate in base all'età.

Osservando le singole pratiche indagate e aggregando le risposte tra chi pratica e partecipa almeno una volta all'anno e chi invece non partecipa neanche una volta (mai), si vede che i rispondenti sono forti consumatori culturali, superando le medie nazionali e nonostante il fatto che queste siano relative al 2019 e che quindi non abbiano subito le ripercussioni del covid. Il dato che spicca tra tutti è la lettura di un libro almeno una volta all'anno, con una percentuale tra i rispondenti del 97,20% di cui il 36,3% lo fa almeno una volta al giorno, come si vede in Tab.56.

La media nazionale si ferma solo al 40,0%, ovvero sei italiani su dieci non leggono neanche un libro all'anno.

Notevoli anche le percentuali quanti rispondenti partecipino a spettacoli e manifestazioni dal vivo e frequentino musei: il 58,1% partecipa almeno una volta all'anno a un concerto, di cui il 10,9% dichiara almeno una volta al mese. Il 66,2% dei rispondenti va almeno una volta all'anno a teatro, di cui il 12,3% almeno una volta al mese. Il 64,8% di chi ha risposto al sondaggio visita una mostra o un museo almeno una volta all'anno, di cui il 20,1% dichiara almeno una volta al mese. Le medie nazionali di chi frequenta luoghi della cultura almeno una volta all'anno sono drasticamente più basse: solo il 20,2% degli italiani partecipa a un concerto, il 20,3% va a teatro e solo il 31,8% visita mostre e/o musei.

Anche la percentuale di chi va al cinema è più alta tra i rispondenti rispetto alla media dichiarata da ISTAT, con un 64,8% contro un 48,5% nazionale, così come è molto più alta la visione di film su piattaforme online, come Netflix o Amazon.

Si confermano invece in linea i dati relativi alla lettura dei quotidiani, cartacei e/o online, 30,3% dei rispondenti contro un 35,4% dichiarato da ISTAT (su base settimanale), la visione della televisione con un 93,3% contro un 91,1% e l'uso dei social network, 85,6% contro l'84,3% nazionale.

	Almeno una volta all'anno	Almeno una volta al mese	Almeno una volta a settimana	Tutti i giorni	Mai
Partecipare a festival	146	19	5	0	114
	51,4%	6,7%	1,8%	0	40,1%
Partecipare a concerti	132	31	1	1	119
	46,5%	10,9%	0,4%	0,4%	41,9%
Andare a teatro (musica, prosa, danza)	148	35	2	3	96
	52,1%	12,3%	0,7%	1,1%	33,8%
Visitare mostre/musei	176	57	3	0	48
	62,0%	20,1%	1,1%	0	16,9%
Andare al cinema	116	55	13	0	100
	40,8%	19,4%	4,6%	0	35,2%
Leggere un libro	51	73	49	103	8
	18,0%	25,7%	17,3%	36,3%	2,8%
Leggere un giornale (cartaceo e/o online)	12	35	86	129	22
	4,2%	12,3%	30,3%	45,4%	7,7%
Guardare la tv	5	15	66	179	19
	1,8%	5,3%	23,2%	63,0%	6,7%
Utilizzare social network	3	5	33	202	41
	1,1%	1,8%	11,6%	71,1%	14,4%
Vedere un film su piattaforme online	15	55	93	67	54
	5,3%	19,4%	32,7%	23,6%	19,0%

Tab.56 - Percentuali e numero soggetti sulla frequenza di fruizione delle attività.

	% dei rispondenti del sondaggio che almeno una volta all'anno fruiscono di questa attività	% degli italiani che almeno una volta all'anno fruiscono di questa attività (ISTAT 2019 – Annuario C10)
Partecipare a festival	59,9%	NR (non rilevato)
Partecipare a concerti	58,1%	20,2%
Andare a teatro (musica, prosa, danza)	66,2%	20,3%
Visitare mostre/musei	83,1%	31,8%
Andare al cinema	64,8%	48,5%
Leggere un libro	97,2%	40,0%
Leggere un giornale (cartaceo e/o online)	30,3% (a settimana)	35,4% (settimana)
Guardare la tv	93,3%	91,1%
Utilizzare social network	85,6%	84,3% ¹⁵⁵
Vedere un film su piattaforme online	81,0%	48,4% ¹⁵⁶

Tab.57 - Confronto tra percentuali di fruizione dei rispondenti di questo sondaggio e dati nazionali.

Sezione sulla fruizione e l'accesso al festival

Intensità di partecipazione

Seppur il festival si presenti come una manifestazione per un pubblico soprattutto locale, è interessante notare come poco meno del 60% del campione abbia partecipato alla manifestazione precedentemente rispetto all'edizione 2021 (domanda 9). Nel dettaglio il 48,6% dichiara di avere partecipato a più edizioni precedenti, mentre il 10,2 dichiara di aver partecipato anche all'edizione 2020 del festival. Aggregando questi due valori, risulta che il 58,8% del campione abbia partecipato ad almeno un'altra edizione del festival prima del 2021. Il 41,2% del campione, quindi 117 rispondenti, dichiarano di essere alla loro prima esperienza al festival.

Disgregando i dati raccolti sulla base della variabile strutturale di genere (Tab.58) emerge un equilibrio tra il campione maschile e quello femminile. Nel dettaglio il 59,5% del campione femminile, ovvero 119 casi su 200 totali tra la quota femminile del campione, è costituito da affezionate al festival, mentre per il 40,5% del campione femminile è la prima volta. Sul campione maschile invece il 56,6%, quindi 47 casi su 83 totali del campione maschile, è pubblico di affezionati, mentre il 43,9% è “nuovo pubblico”.

Per quanto invece riguarda una disgregazione sulla base della variabile strutturale dell'età (Tab.59) il numero dei casi di “nuovo pubblico” nella fascia under 25 con il 20,5% è particolarmente interessante e associabile alla presenza dei ragazzi dell'alternanza scuola lavoro. Mentre il nocciolo duro della manifestazione si conferma la fascia over 55 che, aggregando le due fasce anagrafiche 55-64 e over 65, risulta il 54,6% del pubblico degli habitués del festival.

¹⁵⁵ Per approfondimenti si veda: <https://wearesocial.com/it/blog/2022/02/digital-2022-i-dati-italiani/>

¹⁵⁶ Per approfondimenti si veda: Rapporto Auditel-Censis

	Numero casi donne	% delle donne	Numero casi uomini	% degli uomini	Numero casi genere non dichiarato	% genere non dichiarato
Partecipato a passate edizioni	119	59,5%	47	56,6%	1 caso	100,0%
Prima volta al festival	81	40,5%	36	43,9%	-	-
Totale	200	100,0%	83	100,0%	1 (caso)	100,0%

Tab.58 - Numero casi e percentuale di “nuovo” e “vecchio” pubblico disgregato per genere.

	Numero casi che hanno già partecipato a passate edizioni	% che ha già partecipato a passate edizioni	Numero casi che partecipano per la prima volta al festival	% che partecipa per la prima volta al festival
<18	3	1,8%	8	6,8%
18-24	12	7,1%	16	13,7%
25-34	11	6,5%	22	18,8%
35-44	18	10,9%	17	14,5%
45-54	32	19,2%	23	19,7%
55-64	60	36,0%	21	17,9%
Over 65	31	18,6%	10	8,6%
Totale	167	100,0%	117	100,0%

Tab. 59 - Numero casi e percentuale di “nuovo” e “vecchio” pubblico disgregato per età.

Tracciando dunque il profilo dei due pubblici presenti alla manifestazione, quello degli habitués che hanno già partecipato a edizioni precedenti al 2021 e quello del nuovo pubblico, per il quale l'edizione 2021 è stata la prima, la variabile del genere risulta in linea per entrambi i pubblici. Per quanto concerne invece la variabile dell'età si nota una percentuale maggiore di giovani tra il nuovo pubblico. Tra gli habitués, gli over 55 risultano lo zoccolo duro del festival, componendo il 54,5% e di cui il 24,6% è in pensione.

Il nuovo pubblico è anche quello che si muove di più e con una percentuale più alta di laureati o post-laureati, come si vede in Tab.60.

	Pubblico habitués (166 casi)	Nuovo pubblico (117 casi)
Genere	119 donne 47 uomini	81 donne 36 uomini
Età	9,0% under 25 54,5% over 55	20,5% under 25 26,5% over 65
Provenienza	81,0% <30Km 5,4% >70Km	63,2% <30Km 16,2% >70Km
Titolo	48,5% Laurea o titolo superiore	53,6% Laurea o titolo superiore
Professione	24,6% Pensionati 19,8% Impiegati	23,9% Impiegati 17,1% Liberi professionisti

Tab.60 - Comparazione tra i due profili del pubblico del festival, gli habitués e il nuovo pubblico.

Per quanto riguarda il numero delle giornate alle quali il campione pensa o intende partecipare (domanda 13), il 40,5% dei rispondenti dichiara di partecipare a un solo giorno di manifestazione, seguito poi dal 22,9% che dichiara di partecipare a due giorni e il 20,8% a tre giornate di festival. Solo il 15,9% partecipa a oltre 4 giorni di festival, come si vede in Tab.61. Incrociando i dati con la distanza di provenienza dei partecipanti (Tab.62), a differenza di quanto si possa desumere che chi abita distante partecipa a più giorni di manifestazione: su 28 casi provenienti da oltre settanta chilometri da Arona il 57,1% (16 rispondenti) partecipa a un solo giorno di manifestazione; il 42,7% partecipa più di 3 giorni, di cui solo 3 casi su 28 (il 10,7%) partecipa tutta la settimana di manifestazione.

Giorni di partecipazione previsti	Numero casi	% del totale
1 giorno	115	40,5%
2 giorni	65	22,9%
3 giorni	59	20,8%
4 giorni	20	7,0%
5 giorni	13	4,6%
6 giorni	12	4,3%
Totale	284	100,0%

Tab.61 - Numero casi e percentuale dei rispondenti.

	1 giorno	2 giorni	3 giorni	4 giorni	5 giorni	6 giorni
<70 km	6	x	3	2	x	2
<150 km	2	x	1	x	x	x
< 200 km	8	x	1	1	1	1
Totale casi	16	x	5	3	1	3

Tab.62 - Numero dei casi segmentati per numero di giorni di partecipazione prevista e distanza chilometrica.

Sempre per quanto riguarda l'intensità di partecipazione, alla domanda su quanti spettacoli e/o presentazioni si pensa di assistere nell'edizione 2021 del festival (domanda 14) (Tab.63), il 54,6% del campione (155 casi) ha risposto 2-5 eventi. Molto alto però il numero di rispondenti 110 ovvero il 38,7% del campione, ha risposto un solo evento e che, come si vedrà nell'analisi delle motivazioni, ha partecipato soprattutto per interesse specifico per i temi trattati e non voglia di partecipare a un festival e alla sua ritualità. Solo 19 casi, ovvero il 6,7% del campione, hanno risposto che pensano di partecipare a più di cinque eventi, di cui 5 rispondenti sono over65 e pensionati, mostrando una correlazione tra l'intensità di partecipazione al festival e il tempo libero a disposizione.

Numero di eventi	Numero casi	% del totale
1 evento	110	38,7%
2-5 eventi	155	54,6%
Più di 5 eventi	19	6,7%
Totale	284	100,0%

Tab.63 - Numero di eventi a cui il campione intende partecipare.

Motivazione e sfera sociale

Come si vede in Tab.64, più della metà del campione (143 casi) afferma di essere venuto a conoscenza del festival tramite reti amicali o familiari. In seconda posizione, con 129 casi, giocano un ruolo chiave le locandine, i manifesti e i dépliant distribuiti per la città. Con un netto distacco che sottolinea e delinea l'importanza delle reti sociali di un festival in un piccolo borgo, i social network sono solo al terzo posto con soli 60 casi, poco più di un quarto del campione entra in contatto con il festival tramite social. Per questa domanda si era data la possibilità di un massimo di tre risposte per ogni rispondente (domanda 10).

Modalità	Numero casi	% del totale
Passaparola (amic_ / conoscenti / familiari)	143	50,4%
Locandine / manifesti / depliant / volantini	129	45,4%
Social network	60	21,1%
Sito internet del festival	35	12,3%
Giornali / riviste / magazine	17	6,0%
Newsletter	10	3,5%
Radio / tv	2	0,7%
Altro	4	1,4%

Tab.64 - Modalità di conoscenza del festival (fino a tre opzioni disponibili).

La rete sociale che si innesca attorno al festival, sviluppata tramite del passaparola, si rispecchia anche nelle relazioni tra i partecipanti alla manifestazione, che si mostra come un momento di condivisione, amicale e soprattutto familiare (domanda 11), come si vede in Tab.65. Il 27,8% del campione, ovvero 79 rispondenti, ha partecipato all'edizione 2021 del festival in compagnia di amici e/o conoscenti; ma aggregando le varie voci familiari (figli, genitori, partner/coniuge, e altro – a cui in 7 hanno specificato “Tutta la famiglia”), il 56,7% del campione, ovvero 161 casi, ha risposto di aver partecipato al festival con un membro del nucleo familiare.

Disgregando i dati raccolti sulla base della variabile strutturale di genere emerge un equilibrio tra le varie categorie, che rispecchia la totalità della proporzione, quindi tre donne e un uomo per ogni categoria. L'unica stonatura è nella voce Amici, risposta data da 69 donne e da soli 10 uomini.

	Numero casi	% del totale
Partner / coniuge	106	37,3%
Amic_ / conoscenti	79	27,8%
Sol_	38	13,4%
Genitore/i	28	9,9%
Figli_	20	7,0%
Scuola	4	1,4%
Gruppo organizzato	2	0,7%
Altro	7	2,5%

Tab.65 - Dimensione sociale della partecipazione all'edizione 2021 festival.

Questa manifestazione di interessi nella condivisione di un momento dal forte sapore relazionale e sociale si riflette anche nelle risposte sulle motivazioni che hanno spinto alla partecipazione al festival (domanda 12). Infatti 89 rispondenti hanno dichiarato di aver partecipato per conoscenza diretta di qualcuno all'interno del festival e 59 per trascorrere tempo fuori casa, in un'ottica di creazione di comunità nello spazio pubblico. In un'ottica di creazione di relazioni, è interessante notare che 26 hanno risposto che la loro partecipazione era motivata dal far conoscere il festival ad altre persone, sottolineando ancora una volta quanto sia importante il passaparola e la rete amicale per la diffusione di cultura, specialmente nelle piccole cittadine.

La maggior parte delle risposte è però più indirizzata all'aspetto tematico della manifestazione.

Infatti 173 rispondenti hanno dichiarato di aver partecipato per un interesse specifico per i temi trattati, e 103 invece hanno mostrato curiosità per le novità proposte dal festival, come si vede in Tab.66. Anche in questa domanda era possibile indicare fino a un massimo di tre risposte.

	Numero casi
Interesse specifico per i temi trattati	173
Curiosità verso qualcosa che non conosco	103
Conoscenza di attori / registi / scrittori / organizzatori	89
Trascorrere tempo fuori casa	59
Far conoscere il festival ad altre persone	26
Parte di visita turistica nella zona	9
Altro (specificare)	16

Tab.66 - Le motivazioni del pubblico alla partecipazione al festival (fino a tre opzioni disponibili).

Modalità di accesso alla manifestazione

Le ultime domande di questa terza sezione sono state volte a indagare le modalità d'accesso al festival. Va premesso che le presentazioni dei libri sono state tutte gratuite e a ingresso libero, anche se era caldamente consigliata la prenotazione per potersi sedere. Chi non si fosse prenotato online, all'ingresso alla platea in piazza era obbligatorio lasciare i propri dati, come mail e numero di telefono. Questo a causa delle limitazioni Covid che hanno richiesto il tracciamento obbligatorio. La prenotazione online ha anche permesso al pubblico di garantirsi una seduta. Per gli incontri in piazza c'erano a disposizione 190 sedute.

Gli spettacoli teatrali sono stati invece tutti a ingresso a pagamento, tranne uno spettacolo di teatro di strada, in cui anche qui la prenotazione era caldamente consigliata e chi arrivava veniva registrato, e uno spettacolo nel giardino di un condominio, riservato ai condomini.

Tra le presentazioni e gli spettacoli gratuiti, come si vede in Tab.67, solo 268 hanno risposto alla domanda sulle modalità di accesso al festival, dimostrando l'ambiguità del quesito (domanda 15). Tra questi però 133 hanno risposto di aver acquistato un biglietto intero (quindici euro), 58 un biglietto ridotto (dieci euro) e 77 un biglietto omaggio, molti dei quali hanno risposto "biglietti omaggio" comprendendo gli spettacoli gratuiti e le presentazioni di libri.

Nel caso fosse stato acquistato un biglietto, alla domanda su come sia stato acquistato (domanda 16) hanno risposto solo 214 casi del campione e solo 16 hanno acquistato il biglietto direttamente la biglietteria o tramite altre fonti. La quasi totalità del campione ha preferito premunirsi il biglietto in anticipo per poter garantirsi il posto. Tra questi, 106 hanno preferito le modalità online (88 tramite la biglietteria online e 18 sull'App del festival), 92 casi ovvero il 43,0% del campione, ha preferito l'acquisto tramite i rivenditori autorizzati, modalità che sottolinea la dimensione locale della

manifestazione¹⁵⁷.

	Numero casi (su 214 totali)	% su 214 totali
Rivenditori autorizzati (librerie...)	92	43,0%
Biglietteria online	88	41,1%
App Teatro sull'Acqua	18	8,4%
Biglietteria del festival	12	5,6%
Altro	4	1,9%

Tab.67 - Modalità di acquisto del titolo di ingresso al festival.

Sezione di valutazione dell'esperienza

La prima matrice è stata volta a indagare il grado di apprezzamento della proposta cultura del festival (Tab.68). La media è in tutte le voci molto alta per tutte le voci indagate, con un picco di 4,19 per la voce “Ho incrementato il mio bagaglio culturale”, seguita da “La programmazione mi è piaciuta” con 4,13. Mentre le voci “Gli spettacoli del festival mi sono piaciuti” e “Non mi sono sentito accolt_” risultano quelli con la media più bassa, rispettivamente 3,96 e 3,85. Quest'ultimo quesito è anche quello che mostra la deviazione standard più significativa, con 1,37.

Disgregando il dato in base all'età (Tab.69), si vede che i giudizi più bassi sono stati dati, in tutte le voci, dalla fascia anagrafica 25-34 anni con un picco negativo per la voce “Non mi sono sentito accolt_” di 3,12 di media, mentre quelli più alti dalla fascia di under 18, con picchi a 4,55 di media, tranne per le voci “L'offerta culturale ha rispettato le mie aspettative” e “Non mi sono sentito accolt_” dalla fascia 35-44 con un picco a 4,4 di media.

	La programmazione mi è piaciuta	Gli incontri del festival mi sono piaciuti	Gli spettacoli del festival mi sono piaciuti	L'offerta culturale ha rispettato le mie aspettative	Gli incontri e gli spettacoli sono attinenti al tema del festival	Ho incontrato persone stimolanti	Ho incrementato il mio bagaglio culturale	Non mi sono sentito accolt_
Soggetti	284	284	284	284	284	284	284	284
Media	4,13	4,1	3,96	4,11	4,02	4,03	4,19	3,85
Mediana	4	4	4	4	4	4	4	5
Dev.St.	0,88	0,88	0,88	0,89	0,88	0,9	0,85	1,37
Minimo	1	1	2	1	1	1	1	1
Massimo	5	5	5	5	5	5	5	5

Tab.68 - Media, mediana e deviazione standard delle valutazioni del pubblico.

¹⁵⁷Nota appresa in fase di confronto con i cittadini.

	La programmazione mi è piaciuta	Gli incontri del festival mi sono piaciuti	Gli spettacoli del festival mi sono piaciuti	L'offerta culturale ha rispettato le mie aspettative	Gli incontri e gli spettacoli sono attinenti al tema del festival	Ho incontrato persone stimolanti	Ho incrementato o il mio bagaglio culturale	Non mi sono sentito accolt_
<18	4,55	4,36	4,36	4,36	4,36	4,55	4,55	4,09
18-24	4,18	4,25	4,04	4,32	4,36	4,32	4,36	4,07
25-34	3,7	3,67	3,61	3,37	3,64	3,58	3,67	3,12
35-44	4,37	4,06	4,29	4,4	4,2	4,31	4,26	4,26
45-54	4	4,11	4,04	4,2	4,11	4,16	4,25	3,85
55-64	4,25	4,19	3,93	4,11	3,99	3,96	4,32	4,01
Over 65	4,05	4,1	3,78	3,85	3,78	3,76	3,98	3,54

Tab.69 - Media delle valutazioni del pubblico disagregata in base all'età.

La seconda matrice è stata pensata per indagare i servizi offerti dal festival durante l'edizione 2021 di "Teatro sull'Acqua". Il servizio che convince meno, e che, come si vedrà, ha ricevuto anche diverse critiche anche in fase di raccolta *feedback* da parte del pubblico, è il parcheggio, con una media di 3,33 e la deviazione standard maggior, con 1,19. Anche i servizi collaterali come *food* e *shop* lasciano abbastanza perplesso il pubblico dell'edizione 2021, con una media di 3,64. La voce invece che ha soddisfatto maggiormente è quella della disponibilità del personale, con una media altissima di 4,47 e addirittura una mediana di 5, come si vede in Tab.70.

Disgregando il dato per età (Tab.71) si nota immediatamente come la fascia anagrafica più critica nei confronti dei servizi offerti dal festival sia quella 25-34, con tutte le media più basse, sottolineando come forse sia una manifestazione non pensata per questa fascia d'età. Unica eccezione per la voce parcheggio in cui è la fascia degli over 65 a essersi espressa con i giudizi più duri, non raggiungendo la sufficienza con una media di 2,93.

Per quanto invece riguarda le positività, la fascia under 18 si è espressa positivamente sul personale al festival, con il picco più alto della matrice con una media di 4,82, ma molto probabilmente è un giudizio non attendibile o da considerare *biased* in quanto molti dei rispondenti, o dei loro coetanei, sono i ragazzi del progetto di alternanza scuola/lavoro. Stesso discorso per la voce promozione della manifestazione, che ha raggiunto una media di 4,55 nella fascia 4,55. Per le altre voci, fatta eccezione sull'offerta culturale collaterale in cui la fascia 55-64 ha mostrato i giudizi più alti, nelle voci sul prezzo, sul parcheggio, sui servizi, sugli orari, e sul sito internet è stata poi la fascia 35-44 ad aver dato le valutazioni più positive.

	L'offerta di eventi collaterali è varia	Il personale è disponibile	Il prezzo è adeguato	Il parcheggio è comodo	I servizi (food, shop...) sono adeguati	Gli orari degli eventi sono adeguati	La promozione e del festival è adeguata	Il sito internet del festival è chiaro	I posti a sedere, la visibilità e l'acustica sono adeguati
Soggetti	284	284	284	284	284	284	284	284	284
Media	3,89	4,47	4,12	3,33	3,64	4,16	4,05	4,01	4,1
Mediana	4	5	4	3	3	4	4	4	4
Dev. Standard	0,9	0,88	0,97	1,19	0,96	0,87	0,95	0,97	0,87
Minimo	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Massimo	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Tab.70 - Media, mediana e deviazione standard delle valutazioni del pubblico sui servizi del festival.

	L'offerta di eventi collaterali è varia	Il personale è disponibile	Il prezzo è adeguato	Il parcheggio è comodo	I servizi (food, shop...) sono adeguati	Gli orari degli eventi sono adeguati	La promozione del festival è adeguata	Il sito internet del festival è chiaro	I posti a sedere, la visibilità e l'acustica sono adeguati
<18	4	4,82	3,82	3,27	3,73	4,27	4,55	4,27	4,27
18-24	3,96	4,36	3,86	3,32	3,57	4,18	4,18	3,96	4,07
25-34	3,42	4,03	3,67	3,21	3,24	3,64	3,67	3,61	3,55
35-44	3,91	4,8	4,43	3,63	4,03	4,34	4,26	4,29	4,26
45-54	3,85	4,51	4,27	3,53	3,85	4,05	4,15	4,13	4,16
55-64	4,07	4,46	4,22	3,33	3,63	4,28	4,09	3,93	4,14
Over 65	3,88	4,51	4,05	2,93	3,39	4,27	3,78	4,05	4,2

Tab.71 - Media delle valutazioni del pubblico sui servizi del festival disagregata per età.

Nella terza matrice, ultima fase del questionario, si è cercato di cogliere come la partecipazione al festival possa innescare sentimenti favorevoli e curiosità verso il mondo culturale e verso le attività e le proposte in città e fuori città.

In tutte le voci richieste il pubblico si è mostrato molto favorevole all'offerta culturale proposta e intenzionata a partecipare ad altri festival e ad altri eventi culturali. Molto positivo notare che, nonostante la domanda posta in maniera negativa per verificare il dataset, i rispondenti hanno risposto negativamente (sono in disaccordo con la negazione) e l'analisi è quindi emersa estremamente positiva. Come si vede in Tab.72, La media più bassa della matrice con 3,73 invece è alla voce "Ho acquistato o acquisterò i libri di uno degli autori presenti al festival" evidenziando come il pubblico che ha frequenta le presentazioni non sia interessato poi a sostenere l'acquisto del libro. Questo dato emerge ancora più chiaramente nella segmentazione delle risposte in cui alle domande "Tornerò a teatro per assistere a uno spettacolo di una delle compagnie presenti al festival" e "Ho acquistato o acquisterò i libri di uno degli autori presenti al festival" la maggior parte dei rispondenti, rispettivamente 140 (il 49,3% del totale) e 122 (il 43,0% del totale), si sono astenuti rispondendo "Non so" nella scala Likert, mostrando indifferenza o disinteresse per il lavoro degli artisti presentati.

Disgregando la matrice in base all'età dei rispondenti (Tab.73) si nota, come per le altre matrici, una giudizio tendenzialmente più basso per la fascia 25-34, soprattutto nelle voci "Ho conosciuto autori che non conoscevo", "Ho conosciuto compagnie teatrali che non conoscevo", "Tornerò a teatro per assistere spettacoli di musica, danza, prosa", "Parteciperò ad altre presentazioni di libri" e la voce "Ho acquistato o acquisterò i libri di uno degli autori presenti al festival" con il picco più basso di tutta la matrice con 3,36 di media. La fascia degli under18 ha invece mostrato i giudizi più bassi alle domande "Parteciperò ad altri eventi culturali nella mia città" e "Ho capito che i festival culturali sono noiosi, non ne frequenterò altri" mostrando come questa esperienza non sia stata totalmente positiva, ma che anzi possa aver alimentato pregiudizi sulla noiosità della cultura. Infine gli over 65 mostrano si mostrano i più sedentari e meno intenzionati alla partecipazione culturali fuori città, come le medie più basse alle voci "Tornerò a teatro per assistere a uno spettacolo di una delle compagnie presenti al festival" e "Parteciperò ad altri eventi culturali anche fuori dalla mia città" dimostrano.

Per quanto riguarda le positività, la fascia 45-54 è quella che ha espresso valutazioni più positive, seguita dalla fascia 35-44 per le voci relative a "Ho conosciuto compagnie teatrali che non conoscevo" e "Ho capito che i festival culturali sono noiosi, non ne frequenterò altri" con la media più alta della matrice pari a 4,71. Infine gli under 18 hanno espresso la media più alta alla voce "Ho

conosciuto autori che non conoscevo”, mostrando come i festival possano essere uno strumento di comunicazione culturale per le nuove generazioni, se adeguatamente usati.

	Ho conosciuto autori che non conosco	Ho conosciuto compagnie teatrali che non conosco	Tornerò a teatro per assistere spettacoli di musica, danza, prosa	Tornerò a teatro per assistere a uno spettacolo di una delle compagnie presenti al festival	Parteciperò ad altre presentazioni di libri	Ho acquistato o acquisterò i libri di uno degli autori presenti al festival	Parteciperò ad altri eventi culturali nella mia città	Parteciperò ad altri eventi culturali anche fuori dalla mia città	Ho capito che i festival culturali sono noiosi, non ne frequenterò altri
Soggetti	284	284	284	284	284	284	284	284	284
Media	3,82	3,95	4,12	3,74	4,12	3,73	4,32	4,21	4,4
Mediana	4	4	4	3	4	4	5	4	5
Deviazione Standard	1,13	0,97	0,93	0,87	0,92	1,06	0,81	0,88	1,12
Minimo	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Massimo	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Tab.72 - Media, mediana e deviazione standard delle valutazioni del pubblico.

	Ho conosciuto autori che non conosco	Ho conosciuto compagnie teatrali che non conosco	Tornerò a teatro per assistere spettacoli di musica, danza, prosa	Tornerò a teatro per assistere a uno spettacolo di una delle compagnie presenti al festival	Parteciperò ad altre presentazioni di libri	Ho acquistato o acquisterò i libri di uno degli autori presenti al festival	Parteciperò ad altri eventi culturali nella mia città	Parteciperò ad altri eventi culturali anche fuori dalla mia città	Ho capito che i festival culturali sono noiosi, non ne frequenterò altri
<18	4,27	4,18	4,27	3,82	4	3,73	4,18	4,09	3,91
18-24	3,75	3,86	4	3,64	4,14	3,43	4,18	4,07	4
25-34	3,61	3,76	3,94	3,76	3,82	3,36	4,21	4,09	4,36
35-44	3,8	4,26	4,29	3,8	4,11	3,54	4,31	4,23	4,71
45-54	3,96	4,07	4,35	4	4,24	3,93	4,49	4,45	4,25
55-64	3,81	3,91	4,02	3,68	4,14	3,85	4,37	4,25	4,64
>65	3,76	3,78	4,05	3,49	4,2	3,9	4,2	4	4,29

Tab.73 - Media delle valutazioni del pubblico disagregata in base all'età.

Appendice 14 – Analisi del questionario Feedback Pubblico

Sezione anagrafica

L'età media dei rispondenti al questionario “Feedback Pubblico” è di 54 anni. Nello specifico su 133 rispondenti 4, ovvero il 3,0%, sono di età compresa tra i 18 e i 24 anni (nel questionario sul pubblico questa fascia anagrafica corrisponde al 9,7%); 8, ovvero il 6,0% sono di età compresa tra i 35-44 anni (nel questionario sul pubblico questa fascia anagrafica corrisponde al 11,6%); 15, l'11,3%, sono di età compresa tra i 35 e i 44 anni (nel questionario sul pubblico questa fascia

anagrafica corrisponde al 12,3%); 32, ovvero il 24,1%, sono di età compresa tra i 45 e i 54 anni di età (nel questionario sul pubblico questa fascia anagrafica corrisponde al 19,4%); 48, ovvero il 36,1%, sono di età compresa tra i 55 e i 64 anni di età (nel questionario sul pubblico questa fascia anagrafica corrisponde al 28,5%); 26, ovvero il 19,6%, sono over 65 (nel questionario sul pubblico questa fascia anagrafica corrisponde al 14,4%).

	Fino a 17 anni	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	Over 65
	0	4	8	15	32	48	26
% su 133 intervistati	0,0%	3,0%	6,0%	11,3%	24,1%	36,1%	19,6%
% nel questionario sul pubblico	3,9%	9,9%	11,6%	12,3%	19,8%	28,5%	14,4%

Tab.74 - Fasce anagrafiche dei rispondenti.

Aspetti positivi del festival

Le domande aperte sono state analizzate creando delle macro categorie di risposte che in alcuni casi hanno spaziato e compreso più elementi.

Alla domanda “Cosa ti è piaciuto del festival?”, 47 persone su 133 hanno risposto gli incontri: 15 persone hanno specificato un incontro in particolare, per esempio 4 hanno prediletto Piff e 8 l'incontro con Don Ciotti; 25 persone su 133 hanno preferito il teatro; a 15 persone su 133 sono piaciute particolarmente la location e l'atmosfera che il festival ha saputo creare; 10 persone su 133 hanno espressamente menzionato il Teatro sull'Acqua e 3 persone hanno dichiarato di amare il lavoro di Dacia Maraini. 8 persone interpellate hanno detto di apprezzare particolarmente il fatto che la cultura invade la città: “I vari eventi dislocati nel territorio”, “La città che è viva per le manifestazioni culturali”, “Il movimento che si crea in città”.

12 hanno risposto genericamente “tutto”. In 11 (in tabella raggruppati nella categoria “Altro” hanno variato tra “molto interessante”, “la proposta varia”, “i temi affrontati”, “l'impegno a rinnovare la proposta artistica”, “culturalmente appagante”. 2 persone hanno specificato che hanno apprezzato il coinvolgimento dei giovani nel festival. La Tab.75 riassume quanto emerso.

Cosa ti è piaciuto del festival?									
Raggruppamenti tematici	Incontri	Teatro	Luogo / Atmosfera	Tutto	Altro	TSA	Cultura in città	Dacia Maraini	Giovani
Su 133 intervistati	47	25	15	12	11	10	8	3	2

Tab.75 – Cosa è piaciuto del festival.

Aspetti del festival da migliorare

Alla domanda “Quale aspetto del festival miglioreresti?”, riassunta in Tab.76, 37 rispondenti su 133 intervistati ha risposto “l'organizzazione e gli orari”. Una delle problematiche più espresse (11 persone) è l'assenza di spettacoli ed eventi serali, che limita molto chi lavora, che quindi perde gli incontri del pomeriggio, e chi abita fuori Arona. Sempre legato all'orario in 4 lamentano l'accavallamento degli orari degli incontri o degli spettacoli, che limita la partecipazione e obbliga a una scelta. Di questi 37 rispondenti, 8 persone migliorerebbero le modalità di accesso agli eventi:

“Troppa confusione agli ingressi”, “Gli ingressi sono troppo caotici”, “Organizzazione degli accessi da migliorare”.

In 25 su 133 lamentano un programma culturale troppo limitato: “bisognerebbe fare più incontri al giorno”, “più incontri dopo le 21”, “più autori”, “Gli eventi sono troppo pochi e la sera non c'è niente”. C'è anche chi farebbe più eventi sull'acqua, per rispecchiare maggiormente il nome del festival e chi darebbe più spazio alle domande del pubblico alla fine degli incontri.

In 20 su 133 intervistati migliorerebbero la comunicazione, che dicono essere stata scarsa e poco efficace: “Non capisco perché continuare a promuovere spettacoli sold out”, “La pubblicità cartacea è arrivata tardi in giro per la città, e che il la grafica o line è difficili e non è intuibile”, “un festival poco pubblicizzato fuori Arona”, “comunicazione di basso livello rispetto all'offerta”, “La comunicazione sui social è poco chiara. Non si trova il calendario. È un peccato che non ci sia la versione digitale degli incontri” e in 3 hanno lamentato il fatto che non fosse precisata l'obbligatorietà del green pass per assistere agli eventi, arrivando senza certificato.

In 19 su 133 migliorerebbero il servizio di prenotazione: in 11 hanno dichiarato di aver avuto problemi con l'app e con il sito, poco chiaro o poco *user friendly*.

In 18 migliorerebbero le location: location poco comode da raggiungere per poter assistere a più eventi; in 2 hanno specificato che non è un festival pensato per chi ha disabilità o problematicità motorie; in 3 migliorerebbero la visibilità degli spettacoli in Villa Usellini; in 3 hanno lamentato problematicità di audio sia per il Teatro sull'Acqua, a causa del rumore della piazza, sia allo spettacolo all'Area ex Lido in Corso Europa, a causa del rumore delle giostre; in 3 migliorerebbero la segnaletica; c'è chi migliorerebbe le sedute per il Teatro sull'Acqua e chi vorrebbe la copertina a disposizione qualora facesse freddo la sera.

Un tema che ha scaldato gli animi è stata la questione parcheggio: in 14 su 133 hanno migliorerebbero questo aspetto, proponendo collaborazioni tra parcheggi e festival, navette o una coordinazione tra il parcheggio e l'inizio degli spettacoli.

11 intervistati su 133 migliorerebbero lo spettacolo di Teatro sull'Acqua: “durato poco rispetto alle altre volte”, “troppo corto e i costumi poco incisivi”, “quest'anno è stato veramente povero”, “Troppo corto lo spettacolo per quanto abbiamo pagato”, “non è stato soddisfacente”.

5 persone su 133 (di cui 4 over 65 e 1 di 58 anni) vorrebbero vedere più giovani in platea.

18 persone su 133 non migliorerebbero niente.

Quale aspetto del festival miglioreresti?									
Raggruppamenti tematici	Gestione /Organizzazione / Orari	Programmazione e Offerta culturale	Comunicazione (cartacea e digitale)	Prenotazione (sito e APP)	Niente	Location	Parcheggio	TSA	Più giovani
Su 133 intervistati	37	25	20	19	18	18	14	11	5

Tab.76 – Aspetti del festival da migliorare.

Note aggiuntive

L'ultima domanda dell'intervista “Hai delle note da aggiungere?”, riassunta in Tab.77, è stata pensata per lasciare qualche secondo di riflessione agli intervistati, che solitamente in gruppo, iniziavano un piccolo dibattito tra loro. Alcune risposte sono infatti suggerimenti per l'organizzazione del festival: in 35 su 133 intervistati vorrebbero una programmazione più ampia, con più incontri “dedicati alla politica”, “con più autori famosi e sempre diversi” e magari appuntamenti dedicati alla musica e al cinema. In 11 aggiungono che vorrebbero un programma che

comprendesse anche musica e cinema.

In 25 rispondenti su 133 (aggregate poi nella voce “Altro”) propongono soluzioni, fanno riflessioni o commenti, spesso collegate alla domanda precedente. Come il caso del parcheggio dove c'è chi propone “navette con punti ritrovo”, “Associare i biglietti degli spettacoli a parcheggi riservati”, “pensare a degli accordi col comune”, “Organizzare meglio gli orari pensando anche alla flessibilità dei parcheggi”. C'è chi poi propone location alternative a piazza San Graziano, magari usare il parco in Corso Europa o altri spazi per la città, anche per più teatro di strada.

Anche l'organizzazione e gli orari sono un tema cruciale: in 25 vorrebbero che questi aspetti migliorassero, tra prenotazioni online, gestione dei flussi, delle sedute e della visibilità delle location.

In 12 su 133 aggiungono una nota sulla comunicazione che deve “essere più efficace”, “fare più pubblicità, anche fuori Arona”, o che magari “faccia rete con le altre attività in città” e “che arrivi ai giovani”.

I giovani è un elemento segnalato da 12 intervistati su 133: “mancano i giovani in platea”, “bello i ragazzi coinvolti in questa cosa. Magari vederne ancora di più”, “più ragazzi coinvolti”.

21 intervistati su 133 non hanno nulla da aggiungere.

Hai delle note da aggiungere?							
Raggruppamenti tematici	Più eventi	Organizzazione / Prenotazione / Orari	Altro	Niente	Comunicazione	Più giovani	Musica e cinema
Su 133 intervistati	35	25	25	21	12	12	11

Tab.77 – Aspetti del festival da migliorare.

Appendice 15 – Valutazione PCTO con il festival “Teatro sull'Acqua”

Aspetti positivi dell'esperienza

Su 57 rispondenti, alla domanda “Cosa ti è piaciuto di più dell'esperienza di alternanza scuola lavoro con “Teatro sull'Acqua?”” in 13 (22,8%) hanno risposto “Lavorare in gruppo e con altri ragazzi” e sempre in 13 (22,8%) “Conoscere nuove persone della mia età”; in 12 (21,1%) hanno risposto “L'ambiente familiare tra i ragazzi e lo staff”. A seguire in 6 (10,5%) hanno risposto “Interagire con le persone (fare una attività in presenza)” e in 5 (8,8%) “Aver assunto responsabilità”. Queste risposte sono la dimostrazione del desiderio di questi adolescenti di tornare a frequentare amici, persone nuove, conoscenti, instaurare nuove relazioni anche con adulti dopo oltre un anno di chiusure e aperture intermittenti.

Diverse risposte, che per scelta di analisi non sono state accorpate, per sottolineare da un lato quanto i ragazzi abbiano ponderato le risposte ed evidenziato le specifiche peculiarità di cosa gli sia piaciuto di più. C'è chi ha risposto “Aver provato a lavorare e aver imparato cose nuove (varietà delle mansioni svolte)” (3), “Aver interagito con VIP” (3), “Essere entrato a contatto con un mondo nuovo / con il mondo del teatro” (3), “Essermi messo in gioco e aver acquisito fiducia in me stesso” (3), “Aver partecipato a una attività per la comunità” (2). Uno solo ha risposto “Partecipare a molti eventi” e in 2 hanno detto “Tutto” e “Non saprei” (Tab.78).

Cosa ti è piaciuto di più dell'esperienza di Alternanza scuola/lavoro con “Teatro sull'Acqua”?	N°
Lavorare in gruppo e con altri ragazzi	13

Conoscere nuove persone della mia età	13
L'ambiente familiare tra i ragazzi e lo staff	12
Interagire con le persone (fare una attività in presenza)	6
Aver assunto delle responsabilità	5
Aver provato a lavorare e aver imparato cose nuove (varietà delle mansioni svolte)	3
Interagire con VIP	3
Entrare a contatto con un mondo nuovo / con il mondo del teatro	3
Mettermi in gioco e aver acquisito fiducia	3
Aver partecipato a una attività per la comunità	2
Partecipare a molti eventi	1
Le singole attività	1
Tutto	1
Non saprei	1
Totale	57

Tab.78 – Cosa è piaciuto di più dell'esperienza di Alternanza scuola/lavoro con “Teatro sull'Acqua”.

La formazione

La domanda “I giorni di formazione PRIMA del festival sono stati utili per affrontare il lavoro DURANTE il festival?” (Tab.79) è stata espressamente richiesta da Anna Guenzi, che ha curato la parte di formazione prima del festival e che ha curato e gestito il percorso di alternanza scuola/lavoro durante il festival.

A questa domanda hanno risposto in 56 ragazzi, di cui 46 (82,1%) hanno dichiarato che le giornate di formazione sono state utili e 10 (17,7%) che hanno dichiarato esserlo stato “Abbastanza / non molto”.

Nello specifico, tra i 46 rispondenti affermativi in 11 hanno aggiunto che la formazione è stata utile per “Capire le mansioni per il festival”, in 4 hanno detto per “Conoscere il festival”, in 4 per “Conoscere altre persone” e ancora “Per entrare nel mindset” (1) e “Ci ha tranquillizzati” (1).

Tra i 10 che hanno risposto “Abbastanza / non molto”, in due hanno specificato “Avrei preferito una maggiore precisione nella descrizione delle mansioni”, un rispondente ha dichiarato che “Ha trovato poche applicazioni pratiche” e un altro che “Ho imparato sul campo”.

I giorni di formazione PRIMA del festival sono stati utili per affrontare il lavoro DURANTE il festival?	Si	46
	<i>Capire le mansioni per il festival</i>	<i>11</i>
	<i>Conoscere il festival</i>	<i>4</i>
	<i>Conoscere altre persone</i>	<i>4</i>
	<i>Per entrare nel mindset</i>	<i>1</i>
	<i>Ci ha tranquillizzati</i>	<i>1</i>
	No	10
	<i>Maggiore precisione nella descrizione delle mansioni</i>	<i>2</i>
	<i>Poche applicazioni pratiche</i>	<i>1</i>

	<i>Ho imparato sul campo</i>	1
	Totale	56

Tab.79 – Utilità dei giorni di formazione PRIMA del festival.

Aspetti negativi dell'esperienza

Alla domanda “Cosa ti è piaciuto meno dell'esperienza di Alternanza scuola/lavoro con “Teatro sull'Acqua”?” hanno risposto in 55 volontari, riassunto in Tab.80. 14 volontari (25,5%) hanno risposto “Gli orari” e in 9 (16,4%) “La disorganizzazione”, nello specifico alcune risposte più articolate hanno evidenziato “L'organizzazione delle mansioni assegnate ai volontari era spesso confusionaria”, “Gli orari stabiliti all'ultimo momento”, “forse un po' di organizzazioni all'ultimo e non capire bene cosa dovessimo fare agli spettacoli”, “tempi morti”.

In 7 (12,7%) hanno segnalato manchevolezze nella “Gestione volontari”, ovvero “L'imprevedibilità degli orari di lavoro e l'inefficienza di alcuni volontari che, nonostante avessero dato la loro disponibilità, spesso non si sono presentati creando problemi agli altri”, “Che molto spesso i volontari si sono trovati a dover affrontare imprevisti da soli”.

In 6 (10,9%) hanno evidenziato problematiche che in fase di analisi sono state raggruppate nella categoria “Problemi personali”, come il fatto che “Il periodo dell'esperienza è stato troppo a ridosso dell'inizio della scuola”, o dover “Vedere lo spettacolo così tante volte”, “La mancanza di una retribuzione”, o ancora “Mi è piaciuto meno parlare sul palco, un'ansia che mi eviterò tranquillamente”.

In 4 (7,3%) hanno evidenziato problematiche che in fase di analisi sono state raggruppate nella categoria “Fatica fisica” come “La fatica di lavorare sotto il sole delle 2 di agosto”, “Non mi ha fatto impazzire fare mille giri di Arona (da un lato all'altro)”, “Il fatto che i lavori di forza fossero sempre assegnati ai maschi”, o ancora “Il salire in Rocca a piedi”.

In 3 (5,5%) hanno evidenziato problematiche che in fase di analisi sono state raggruppate nella categoria “Programma del festival”, come “Non aver potuto effettuare i turni in ogni luogo dove si svolgevano gli spettacoli.. mi sarebbe piaciuto poterli vedere tutti!”.

Uno solo ha citato problematiche relative alla situazione pandemica (“Credo che, anche se inevitabili e necessarie, le norme anti Covid abbiano in parte rappresentato un limite”), uno solo ha risposto “non saprei” e in 13 (23,6%) hanno risposto che gli è piaciuto tutto.

Cosa ti è piaciuto meno dell'esperienza di Alternanza scuola/lavoro con “Teatro sull'Acqua”?	N°
Gli orari	14
La disorganizzazione	9
Gestione volontari	7
Problemi personali	6
Fatica fisica	4
Programma del festival	3
Norme Covid	1
Non saprei	1
Niente	13
Totale	55

Tab.80 – Cosa è piaciuto di meno dell'esperienza di Alternanza scuola/lavoro con “Teatro sull'Acqua”.

Aspetti da migliorare

Alla domanda “Quale aspetto miglioreresti?” hanno risposto in 54 volontari, come si vede in Tab.81. Le risposte di 23 volontari (42,6%) sono state assimilate nella “L'organizzazione e i turni”. Nello specifico alcune delle risposte dichiarano “Forse migliorerei la gestione dei turni in quanto è capitato che noi ragazzi dovessimo coprire turni senza un attimo di pausa”, “Oltre ai turni aggiungerei che si può venire nelle determinate ore del giorno per aiutare con un po' di preavviso, perché altrimenti abitando lontano è scomodo dover fare tutto all'ultimo”, “Comunicherei gli impegni con maggiore anticipo”.

9 (16,7%) risposte in fase di analisi sono state raggruppate nella categoria “Il programma”, di cui 3 hanno fatto espressamente richiesto una maggiore attenzione nel programma per i giovani: “Aggiungerei più eventi per i ragazzi”, “Più personaggi per giovani”, “Far venire anche autori più giovani”.

In 6 (11,1%) volontari su 54 migliorerebbero la “Comunicazione” (“La gestione della pubblicità: spesso la distribuzione di volantini ha solo favorito al completamento delle ore richieste agli studenti e non al vero bisogno di creare affluenza all'evento. In particolar modo la decisione di postare i punti di informazione in posizioni scomode, nei quali non vi è affluenza di pubblico nel primo pomeriggio”) e in 2 consigliano anche la traduzione in inglese vista l'affluenza di turisti in città.

6 risposte (11,1%) in fase di analisi sono state raggruppate nella categoria “Formazione mansioni volontari”, ovvero i rispondenti fanno notare “Maggiore presenza di alcune delle responsabili del TSA che molte volte si faceva fatica a trovare”, “L'unico aspetto che migliorerei è una descrizione più approfondita dei ruoli (es. comunicazione, produzione, ecc.) in modo da poter scegliere consapevolmente”, “Spiegare bene prima cosa esattamente si deve fare”.

Poi c'è chi migliorerebbe gli “Spostamenti tra le varie aree” (1), c'è chi vorrebbe “Più coinvolgimento del pubblico (interviste, sondaggi...)” (1), e chi dice che “Le sedie del lagoscenico sono scomode” (1).

Infine 7 (13%) rispondenti dichiarano di non voler migliorare niente e due che non sanno.

Quale aspetto miglioreresti?	N°
L'organizzazione e i turni	23
Il programma	9
Formazione mansioni volontari	6
Comunicazione e promozione	6
Gli spostamenti	1
Più coinvolgimento del pubblico	1
Le sedie	1
Non saprei	2
Niente	7
Totale	54

Tab.81 – Aspetti da migliorare dell'esperienza di Alternanza scuola/lavoro con “Teatro sull'Acqua”.

Il passaparola

Alla domanda “Consigliaresti ad altri ragazzi questa esperienza? Perché?” 55 ragazzi (98,2%) su 56 rispondenti dichiarano di Sì. Alla richiesta di un giustificativo della risposta, in 20 (35,7%)

dichiarano che “Si entra in contatto con nuove persone”, in 12 (21,4%) hanno aggiunto che “Ci si avvicina a un nuovo mondo facendo nuove esperienze”; in 10 (17,9%) perché “Si entra in contatto con il mondo del lavoro”; in 6 (10,7%) ha dichiarato di aver avuto la possibilità di essersi messo in gioco (“Perché mette in movimento una serie di meccanismi molto utili. Tra cui l'autogestione e la capacità di risolvere problemi”), poi ancora “Si sta con ragazzi della propria età” (2), “Aiuti la città” (1), “Conoscere personaggi interessanti” (2), poi c'è chi onestamente ammette “Dà ore PCTO” (1), come si vede in Tab.82. Un solo rispondente non consiglierebbe l'esperienza.

Consigliaresti ad altri ragazzi questa esperienza? Perché?	Si	55
	<i>Entrare in contatto con nuove persone</i>	20
	<i>Avvicinarsi a un nuovo mondo facendo nuove esperienze</i>	12
	<i>Si entra in contatto con il mondo del lavoro</i>	10
	<i>Conoscere personaggi interessanti</i>	2
	<i>Stare con ragazzi della propria età</i>	2
	<i>Aiutare la città</i>	1
	<i>Dà ore PCTO</i>	1
	No	1
	Totale	56

Tab.82 – Consigliaresti ad altri l'esperienza di Alternanza scuola/lavoro?

Ciò che rimane

La domanda “Cosa conserverai di questa esperienza” è stata espressamente richiesta da Anna Guenzi. Hanno risposto in 54 volontari, come riassunto in Tab.83.

21 risposte in fase di analisi le abbiamo raggruppate nella categoria “Capacità acquisite e mettersi in gioco”, in 16 “Nuove amicizie”, in 10 hanno dichiarato genericamente “I momenti belli”, in 8 “La compagnia, in 3 ricorderanno la parte più culturale dell'esperienza, quindi gli incontri e gli spettacoli, in 2 hanno dichiarato “Maglietta e pass”, mentre una persona dice “Sicuramente l'aver parlato con Dacia Maraini e aver conosciuto Chiara Valarrio” [*anche se sarebbe Chiara Valerio*].

Cosa conserverai di questa esperienza?	N°
Capacità acquisite e mettersi in gioco	21
Nuove amicizie	16
I momenti belli	10
La compagnia	8
Gli incontri e gli spettacoli	3
Maglietta e pass	2
Aver parlato con Dacia Maraini	1
Totale	54

Tab.83 – Cosa conserverai di questa esperienza?

Appendice 16 – Arona Attiva

Sezione anagrafica

Il genere, l'età e la residenza

Come per il questionario precedente, il campione dell'indagine è costituito per la maggior parte da donne, ovvero il 73,3%. Solo il 24,4% sono uomini e due rispondenti hanno preferito non dichiarare il proprio genere.

Anche in questo caso, per la rilevazione della variabile dell'età dei partecipanti si è proceduto alla aggregazione degli intervistati in sette classi di età: le due fasce maggiormente rappresentate sono quella 55-64 e over 65 anni con il 22,1%, e segue la fascia 45-54 anni con il 17,4%. Risulta quindi che il 61,6% degli intervistati ha più di 45 anni d'età, perfettamente in linea con le statistiche del questionario precedente (dove il 62,33% degli intervistati ha quindi più di 45 anni d'età). Il restante 38,4% è diviso nelle fasce 35-44 per il 11,6%, nella fascia 25-34 anni per l'10,5% e nella 18-24 anni con il 14,0%. Pochissima partecipazione tra gli under 18, con solo il 2,3% degli intervistati.

Anche confrontando l'età e il genere si ha un riscontro proporzionale di quanto rappresentato dalla totalità dei rispondenti (Fig.11).

Per quanto riguarda invece la residenza degli intervistati, il 50,0% ovvero 43 rispondenti su 86 provengono da Arona, come si vede nella Fig.15. Tenendo le fasce chilometriche precedentemente adottate, risulta che il 29,1% proviene da una distanza inferiore a quindici chilometri e il 7,0% da una distanza inferiore a trenta chilometri. Sommando questi due dati con i residenti ad Arona, risulta che l'86,1% dei rispondenti sia locale, sottolineando la diffusione e distribuzione della manifestazione, in linea con quanto emerso dal questionario precedente dove il pubblico residente in zona era l'82,4%.

L'1,2% proviene da località distanti meno di cinquanta chilometri, come Busto Arsizio; il 9,3% proviene da località distanti meno di settanta chilometri, come Milano; il 3,5%, ovvero tre rispondenti, proviene da località distanti meno di centocinquanta chilometri, come Torino o Asti. Nessuno dei rispondenti al questionario proviene da località distanti oltre duecento chilometri.

Titolo di studio, professione e partecipazione al festival

Dal questionario precedente era stato evidenziato come i partecipanti al festival "Teatro sull'Acqua" fossero altamente istruiti. Da questa seconda analisi emerge che il 39,5% (34 rispondenti) abbia un diploma di scuola superiore; il 44,2% (38 rispondenti) abbia conseguito la laurea e che il 3,5% (3 rispondenti) abbia un titolo post-laurea. Solo l'7,8% (22 intervistati) dichiara di avere la licenza di scuola media, di cui nove intervistati solo 9 rispondenti, il 12,8%, dichiara di avere la licenza di scuola media o elementare, di cui 5 nella fascia anagrafica >24 che alla domanda "Professione" hanno risposto "Studente".

Come per il questionario precedente, per la rilevazione della variabile della professione dei partecipanti si è proceduto alla aggregazione degli intervistati in sette classi di 15 classi. Le categorie professionali alle quali appartiene la maggior parte dei rispondenti sono "Pensionato" con il 19,8% dei rispondenti, "Studente" con il 17,4% dei rispondenti, "Impiegato" con il 13%, "Insegnante / Docente Universitario" con il 12,8%, "Libero professionista" con 10,5%. Seguono poi "Dirigente / Quadro" con il 5,8%, "Commerciante" e "Operatore dello spettacolo e/o della cultura" entrambi con il 4,7%. Chiudono la classifica le voci "Artigiano", "Collaboratore familiare", "Disoccupati", tutti con il 2,3%, e "Giornalista" e "Imprenditore", entrambi con 1,2%, ovvero un solo rispondente a categoria.

A differenza però di quanto emerso in precedenza, alla domanda che chiedeva se la propria professione fosse legata all'ambito culturale, chiedendo di specificare uno tra i settori culturali di riferimento per la manifestazione ("Festival / cinema / musica", "Libri e/o editoria", "Teatro"), ha risposto positivamente il 26,7% dei rispondenti, contro il 9,9% del questionario scorso. Tra questi il

34,8% ha indicato “Festival / cinema / musica”, il 43,5% “Libri e/o editoria”, e il 21,7% “Teatro”. L'ultima domanda di questa prima sezione è stata relativa alla frequenza di partecipazione alla manifestazione, per cogliere il tipo di pubblico e la sua affezione al festival. Il 16,3% dei rispondenti ha partecipato a una sola edizione del festival, quindi quella del 2021. Il 44,2% dei rispondenti ha partecipato al festival dalle 2 alle 5 edizioni, mentre il 39,5% oltre sei. L'83,7% è un pubblico di affezionati e abituali (Bollo 2018), che torna alla manifestazione con assiduità. Interessante notare come attraverso una analisi comparativa con le fasce anagrafiche, anche tra i più giovani ci sia ripetizione alla partecipazione al festival: solo un rispondente under 18 ha partecipato a una sola edizione, e 5 della fascia 18-24.

Bibliografia

- AA.VV. (2021), *Broken Cities. Re-composing eco-social cleavages for a new urban agenda*, Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano.
- AFIC (2021), *Piattaforma festival: indagine sul futuro degli eventi di cinema*. Online: <http://www.aficfestival.it/2021/03/29/piattaforma-festival-risultati-sondaggio/>.
- AFIC (2022), *Spazio Festival, Quali nuovi territori?*. Online: http://www.aficfestival.it/wp-content/uploads/2022/03/AFIC_Spazio-Festival_PDF_2022.pdf
- AIE (2021), *Effetti del COVID-19 sul mercato e i comportamenti d'acquisto in questa prima parte del 2021*.
- AIE (2021), *I consumi culturali ai tempi di Covid-19 – parte II. L'ascesa dell'online*, Focus a cura di Giulia Cogoli e Guido Guerzoni, 21 giugno.
- Affuso O., Giap Parini E., Santambrogio A. (2020), *Italiani in quarantena. Quaderni da un "carcere" collettivo*, Morlacchi Editore, Perugia.
- Alexander J.C. (2003), *La costruzione del male. Dall'Olocausto all'11 settembre* [2003], il Mulino, Bologna.
- Alonzo G. (2021), *Il mondo dei festival visto da TrovaFestival*, in Friel M., *Spettacolo dal vivo e turismo. Strategie e strumenti di incontro*, FrancoAngeli, Milano, pp. 66 – 68.
- Alonzo G. (2022), *Micro-festival: il rilancio territoriale a partire dalla cultura*, in Paltrinieri R. (a cura di), *Il valore sociale della cultura*, FrancoAngeli, Milano, pp. 105-116.
- Alonzo G., Ponte di Pino O. (2022a), *I festival culturali. Aspetti economici, di generazione di valore e occupazionali*, in «Impresa Cultura. Rapporto Annuale Federculture», n.18, pp.147 – 156.
- Alonzo G., Ponte di Pino O. (2022b), *In giro per festival. Guida nomade agli eventi culturali*, Altreconomia, Milano.
- Andreola F., Muzzonigro A. (2022), *Milano Atlante di Genere*, Lettera Ventidue, Milano.
- Appadurai A. (2012), *Modernità in polvere*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Appadurai A. (2018), *Il futuro come fatto culturale*, Raffaello Cortina, Milano.
- Arbasino A. (2020), *Grazie per le magnifiche rose* [1965], Adelphi, Milano.
- Arcodia C., Robb A. (2000), *A taxonomy of event management terms*, in Allen J., Harris R., Jago L.K., Veal A.J. (eds), *Events Beyond 2000: Setting the Agenda: Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education*, Australian Centre for Event Management School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology, Sydney.
- Arcodia C., Whitford M. (2006), *Festival Attendance and the Development of Social Capital*, in «Journal of Convention & Event Tourism», 8:2, pp. 1-18.
- Arendt H., (2016), *Vita Activa, la condizione umana* [1958], Bompiani, Milano.
- Argano L. (2012), *Manuale di progettazione della cultura*, FrancoAngeli, Milano.
- Argano L. (2021), *Guida alla progettazione della città culturale. Rinnovare le geografie, il design, l'azione sociale, la pianificazione nello spazio urbano*, FrancoAngeli, Milano.
- Argano L., Bollo A., Dalla Sega P., Vivalda C. (2007), *Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione*, FrancoAngeli, Milano
- Argano L., Bollo A., Dalla Sega P. (2018), *Organizzare eventi culturali*, FrancoAngeli, Milano.
- Arnstein S.R. (1969), *A Ladder of Citizen Participation*, in «Journal of the American Institute of Planners» (now «Journal of the American Planning Association»), v. 35, n. 4, pp. 216–224.
- Aspesi N. (2011), *Festival e funerali*, il Saggiatore, Milano.
- Assmann J., Czaplicka J. (1995), *Collective Memory and Cultural Identity*, in «New German Critique», n. 65, pp. 125-133.
- ASVIS (2020), *Rapporto 2020*.
- Autissier A.M. (2015), *Volunteering for Festivals: Why and how?*, in Newbold C., Maughan C., Jordan J., Bianchini F. (a cura di), *Focus On Festivals. Contemporary European case studies and perspectives*, Goodfellow Publishers, pp. 138-146, Oxford.

- Bailey C., Miles S., Stark P. (2004), *Culture-led Urban Regeneration and the Revitalisation of Identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England*, in «International Journal of Cultural Policy», v. 10, n. 1, pp. 47–65.
- Balbo L. (1991), *Tempi di vita. Studi e proposte per cambiarli*, Feltrinelli, Milano.
- Bakhtin (2001), *L'opera di Rabelais e la cultura popolare* [1965], Einaudi
- Baudrillard J. (2012), *Per una critica dell'economia politica del segno* [1972], Mimesis, Milano.
- Bauman Z. (2011a), *Modernità liquida* [1999], Editori Laterza, Bari-Roma.
- Bauman Z. (2011b), *L'etica in un mondo di consumatori*, Editori Laterza, Bari-Roma.
- Bauman Z. (2016), *Per tutti i gusti. La cultura nell'età dei consumi*, Editori Laterza, Roma-Bari.
- Bauman Z. (2017), *Retrotopia*, Editori Laterza, Roma-Bari.
- Becchetti L., Semplici L. (2016), *Salute e Felicità*, il Mulino, Bologna.
- Beck U. (2013), *La società del rischio. Verso una seconda modernità* [1986], Carrocci, Roma.
- Beebeejaun Y. (2017), *Gender, urban space, and the right to everyday life*, in «Journal of Urban Affairs», v. 39, n. 3, pp. 323-334.
- Belloni M.C. (1983), *Il tempo della città*, FrancoAngeli, Milano.
- Bennett A., Taylor J., Woodward I. (eds) (2014), *The Festivalization of Culture*, Ashgate, Burlington.
- Bennett T. (2001), *Differing Diversity: Cultural Policy and Cultural Diversity*, Council of Europe, Report.
- Bentivegna S., Boccia Artieri G. (2019), *Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale*, Laterza, Bari-Roma.
- Besson R. (2021), *Rôle et limites des tiers-lieux dans la fabrique des villes contemporaines*, in «Territoire en mouvement», v.51, open-access: <https://journals.openedition.org/tem/8345#tocto1n2>
- Bianchi C., Viti S. (2017), *Introduction. Street Art: Iconoclasm and institutionalization*, in «Ocula» n. 18, pp. 1-6.
- Bianchini F., Landry C. (1995), *Creative Cities*, Demos, Londra.
- Bianchini F., Felicori M. (2011), *Offerta, produzione, internazionalizzazione: le chiavi per la creative city*, in Cammelli M., Valentino P. (a cura di), *Citymorphosis Politiche culturali per le città che cambiano*, Giunti, Firenze.
- Bianco G., Valente P., Campanella P. (2021), *A cielo aperto. Dialogo sulle pratiche dell'arte contemporanea nelle aree interne*, in «Urbanistica Informazioni», n. 297, pp. 69-71.
- Biorcio R., Vitale T. (a cura di), *Italia civile. Associazionismo, politica e democrazia da tangentopoli ad oggi*, Donzelli, Roma.
- Bishop C. (2015), *Inferni artificiali. La politica della spettatorialità nell'arte partecipativa* [2012], Luca Sossella Editore, Roma.
- Boccafogli F., Varini P. (a cura di) (2019), *La qualità della vita nella Città metropolitana e nel Comune di Bologna*, Rapporto 2019, Città Metropolitana di Bologna.
- Boccia Artieri G. (2020), *Web: soli e insieme nell'epoca di Covid-19*, in «Doppiozero», 16 marzo.
- Bodo C., Sacco P.L. (2017), *Nota introduttiva*, in «Economia della Cultura», v. 2, pp. 153-163.
- Boeri S. (2021), *Urbania*, Editori Laterza, Roma-Bari.
- Bollo A. (2008), *Nuovi scenari e vecchie liturgie del consumo culturale. Che cosa accade e perché è così difficile prevedere il presente*, in De Biase F. (a cura di), *L'arte dello spettatore*, FrancoAngeli, Milano, pp. 143-155.
- Bollo A. (2014), *50 sfumature di pubblico e la sfida dell'audience development*, in De Biase F. (a cura di), *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement*, FrancoAngeli, Milano, pp. 209-266.
- Bollo A. (2018) in Argano L., Bollo A., Dalla Sega P. (2018), *Organizzare eventi culturali*, FrancoAngeli, Milano.
- Bollo A., Gariboldi A., Da Milano C., Torch C. (2017), *Study on audience development. How to place audiences at the centre of cultural organisations*, Directorate-General for Education and Culture Creative Europe program, European Commission, Brussels.

- Bonet L., Calvano G., Carnelli L., Dupin-Meynard F., Négrier E., (a cura di) (2018), *Be SpectACTive! Challenging Participation in Performing Arts*, Editoria & Spettacolo, Spoleto.
- Borchi A. (2018), *Culture as commons: theoretical challenges and empirical evidence from occupied cultural spaces in Italy*, in «Cultural Trends», v. 27, n. 1, pp. 33–45.
- Bottoni G., Del Bono L., Trimarchi M. (a cura di) (2021), *Lo spettatore virale. Palcoscenici, pubblici, pandemia*, FrancoAngeli, Milano.
- Bourdieu P. (2001), *La distinzione. Critica sociale del gusto* [1979], il Mulino, Bologna.
- Bovio G. (a cura di) (2021), *Postpubblico. Lo spettatore culturale oltre la modernità*, Mimesis, Milano-Udine.
- Bozzetti G. (2013), *Gli eventi quali leva di marketing territoriale per la valorizzazione urbana*, Educatt, Milano.
- Brady H.E., Verba S., Lehman Schlozman K. (1995), *Beyond Ses: A Resource Model of Political Participation*, in «The American Political Science Review», v. 89, n. 2, pp. 271-294.
- Breidenbach J., Nyíri P. (2007), *Our common heritage: New tourist nations, post-'socialist' pedagogy, and the globalization of nature*, in «Current Anthropology», 48(2), pp. 322–30.
- Brilli S., Gemini L., Giuliani F. (2022), *Theatre without theatres: Investigating access barriers to mediatized theatre and digital liveness during the covid-19 pandemic*, in «Poetics», n.97, 101750.
- Bruni S., Mazzantini G. (2018), *Gli indicatori del Bes quali strumenti di better regulation per la quantificazione degli impatti nelle Air e nelle Vir*, in «Rivista Italiana di Public Management», v.1, n. 2, p. 101-131.
- Brzozowska B., Galuszka P. (2023), *Building performance capital during hard lockdown: Insights from the ESNS 2021 virtual-only showcase festival. Poetics*, in «Poetics», n. 96, 101758.
- Bulgakov M. (2022), *Vita del signor de Molière* [1932], Feltrinelli, Milano.
- Bungay H., Clift S. (2010), *Arts on Prescription: A review of practice in the UK*, in «Perspectives in Public Health», v. 130, n. 6, pp. 277-281.
- Butcher J. (2020), *Constructing mass tourism*, in «International Journal of Cultural Studies», v. 23, n. 6, pp. 898–915.
- Caillois R. (2001), *Man and the Sacred* [1950], University of Illinois Press, Urbana.
- Calcagnini G., Cesaroni F.M. (2011), *Il Rossini Opera Festival nell'economia Pesarese. Una valutazione per l'anno 2011*, Dipartimento di Economia, società e politica, Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”, Urbino.
- Calvino I. (1972), *Le città invisibili*, Mondadori, Milano.
- Can-Seng O. (2010), *City branding and film festivals: Re-evaluating stakeholder's relations*, in «Place Branding and Public Diplomacy», v. 6, n. 4, pp. 316–332.
- Camerada C., Pittèri D. (2010), *Ruoli e funzioni degli eventi culturali in Italia*, in «Tafterjournal», n. 20, febbraio: <https://www.tafterjournal.it/2010/02/01/ruoli-e-funzioni-degli-eventi-culturali-in-italia/>
- Campagna D., Caperna G., Montalto V. (2020), *Does Culture Make a Better Citizen? Exploring the Relationship Between Cultural and Civic Participation in Italy*, in «Social Indicators Research», n. 149, pp. 657–686.
- Caporale M., Donati D., Gallina M., Panozzo F. (a cura di) (2023), *Le politiche per lo spettacolo da vivo tra Stato e Regioni*, FrancoAngeli, Milano.
- Carlini C., Gallina M., Ponte di Pino O. (a cura di) (2017), *Reinventare i luoghi della cultura contemporanea. Nuovi spazi, nuove creatività, nuove professioni, nuovi pubblici*, FrancoAngeli, Milano.
- Carpentier N. (2015), *Differentiating between Access, Interaction and Participation*, in «Transdisciplinary Journal of Cultural Participation», v. 2, n. 2, pp. 7-28.
- Carra A.E. (2010), *Oltre il PIL, un'altra economia*, Ediesse, Roma.
- Causi M. (2021), *Cultura ed economia dopo il COVID-19: spunti per una discussione pubblica*, in

- «Economia della cultura», XXXI, n. 1, pp. 77-86.
- Cetorelli G., Guido Manuel R. (a cura di) (2017), *Il patrimonio culturale per tutti, fruibilità, riconoscibilità, accessibilità*, Quaderni della valorizzazione, Roma.
- Charmet G.P. (2013), *Adolescenti e cultura*, in Lancini M., Buday E. (a cura di), *Effetofestival. Volontariato e impatto formativo dei festival di approfondimento culturale*, Fondazione Cassa di Risparmio della Spezia, pp. 13-16.
- Ciaffi D., Crivello S., Mela A. (2020), *Le città contemporanee. Prospettive sociologiche*, Carocci, Roma.
- Ciampi M. (2017), *Il paradiso può attendere. La street art come forma di rigenerazione urbana*, in Galdini R., Marata A. (a cura di), *La città creativa. Spazi pubblici e luoghi della quotidianità*, Rossana Galdini, Consiglio Nazionale degli Architetti Pianificatori Paesaggisti e Conservatori, pp. 675-683.
- Cicerchia A. (2021), *L'impatto dell'Anno Europeo del Patrimonio Culturale sulla partecipazione culturale*, in «Economia della cultura», XXXI, 2021/1, pp. 61-70.
- Cicerchia A. (2021), *Che cosa muove la cultura. Impatti, misure e racconti tra economia e immaginario*, Editrice Bibliografica, Milano.
- Cicerchia A., Rossi Ghiglione A., Seia C. (2020), Welfare culturale, voce enciclopedia Treccani: <https://www.treccani.it/magazine/atlante/cultura/Welfare.html>
- Citroni S. (2015), *Civic Events in a Dynamic Local Field. The Role of Participation for Social Innovation*, in «Industry and Innovation», v. 22, n. 3, pp. 193-208.
- Citroni S. (2018), *Azione civica e nuove forme di partecipazione a Milano*, in «POLISπόλις», XXXII, n. 3, pp. 315-340.
- Citroni S. (2019), *Gramsci's civil society and the implicit dimension of politics*, in «Partecipazione e Conflitto», v. 12, n. 2, pp. 487-512.
- Citroni S. (2020), *Civil society events: Ambiguities and the exertion of cultural power*, in «European Journal of Cultural and Political Sociology», v. 7, n. 2, pp.150-171.
- Citroni S. (2022), *L'associarsi quotidiano*, Meltemi, Milano.
- Citroni S., Coppola A. (2020), *The emerging civil society. Governing through leisure activism in Milan*, in «Leisure Studies», v. 40, n. 1, pp. 1-13.
- Citroni S., Karrholm M. (2019), *Neighbourhood events and the visibilisation of everyday life: The cases of Turro (Milan) and Norra Fälåden (Lund)*, in «European Urban and Regional Studies», v. 26, n. 1, pp. 50-64.
- Civitallo R., Ricci P. (2019), *La valutazione della performance Benessere: su cosa fondare le decisioni in ambito pubblico?*, in «Welfare e ergonomia», v. 2, pp. 31-46.
- Clark A. (2004), *High brow, low blows*, in «Financial Times Magazine», 19 June, pp. 34-37.
- Clavin A. (2019), *Is urban gardening a source of wellbeing and just freedom? A Capability Approach based analysis from the UK and Ireland*, in Certoma C., Noori S., Sondermann M. (a cura di), *Urban gardening and the struggle for social and spatial justice*, Manchester University Press, Manchester, pp. 124-138.
- Clément G. (2014), *Manifesto del terzo paesaggio*, Quodlibert, Macerata.
- Clemente P. (2020), *Ibridazioni e riappropriazioni. Indigeni del XXI secolo*, in De Rossi A. (a cura di), *Riabitare l'Italia. Le aree interne tra abbandoni e riconquiste*, Donzelli Editore, Roma, pp. 365-380.
- Cole T. (2016), *Known and Strange Things. Touching Strangers*, Faber and Faber, London, pp. 171-175.
- Conserva S. (2013), *Brevi cenni sull'evoluzione del volontariato*, in Lancini M., Buday E., *Effetofestival. Volontariato e impatto formativo dei festival di approfondimento culturale*, Fondazione Cassa di Risparmio della Spezia, pp. 23-31.
- Conte M. (2002), *Fidarsi è una risorsa, non fidarsi è un costo. Aspettative fiduciarie nella cooperazione al Sud*, in Di Gennaro G. e Pizzuti D. (a cura di), *L'identità meridionale. Percorsi di riflessione sociologica*, Edizioni San Paolo, Cinisello Balsamo.

- Cooke P., Wills D. (1999), *Small firms, social capital and the enhancement of business performance through innovation programmes*, in «Small Business Economics», v. 13, n. 3, pp. 219-234.
- Corbetta P. (2012), *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, il Mulino, Bologna.
- Cordelli F. (2006), *Procida [1973]*, Rizzoli, Milano.
- Cotturri G. (2001), *Potere sussidiario. Sussidiarietà e federalismo in Italia e in Europa*, Carocci, Roma.
- Cotturri G. (2021), *La sussidiarietà circolare cittadini/istituzioni*, CRS in OpenSource: https://centroriformastato.it/wp-content/uploads/2021/04/Giuseppe-Cotturri_La-sussidiarieta-circolare-cittadiniistituzioni.pdf.
- Crossick G., Kaszynska P. (2016), *Understanding the Value of Arts & Culture: The AHRC Cultural Value Project*. Polaris House: Arta and Humanities Research Council.
- Cudny W. (2014), *The Phenomenon of Festivals. Their Origins, Evolution, and Classifications*, in «Anthropos», n.109, pp. 640-656.
- D'Alena M. (2021), *Immaginazione civica, L'energia delle comunità dentro la politica*, Luca Sossella, Milano.
- D'Alessandro S., Salvatore R., Bortoletto N. (a cura di) (2020), *Ripartire dai borghi, Per cambiare le città. Modelli e buone pratiche per ripensare lo sviluppo locale*, Franco Angeli, Milano.
- D'Amico S. (1958), *Enciclopedia dello Spettacolo*, Le Maschere, Roma.
- Da Milano C., Gariboldi A. (2019), *Audience Development: mettere i pubblici al centro delle organizzazioni culturali*, FrancoAngeli, Milano.
- Dalfovo M. (2020), *The Rocking Cradle of Creativity. Tales of Inertia and Frictions, Cultural and Urban Transformations, Creative Actions*, in Macrì E. et al. (eds.), *Cultural Commons and Urban Dynamics*, Springer Nature Switzerland AG, pp. 95-112.
- Dalla Sega P. (2005), *Ideazione degli eventi culturali*, in Argano L., Bollo A., Dalla Sega P., Vivalda C., *Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione*, FrancoAngeli, Milano.
- Dallago L. (2012), *Che cos'è l'empowerment*, Carocci, Roma.
- De Biase F. (2015), *I Pubblici della cultura*, FrancoAngeli, Milano.
- De Biase F. (a cura di) (2020), *Rimediare Ri-mediare. Saperi, tecnologie, culture, comunità, persone*, FrancoAngeli, Milano.
- De Cesari C., Dimova R. (2019), *Heritage, gentrification, participation: Remaking urban landscapes in the name of culture and historic preservation*, in «International Journal of Heritage Studies», vol. 25, n.9, pp. 863-9.
- De Rossi A. (a cura di) (2020), *Riabitare l'Italia. Le aree interne tra abbandoni e riconquiste*, Donzelli Editore, Roma.
- De Rougement D. (1955), *Pour les grands festivals de musique l'Europe est faite!*, in «Bulletin du Centre européen de la culture», n. 1, pp. 17-18.
- De Sousa Santos Boaventura (2002), *Democratizzare la democrazia. I percorsi della democrazia partecipativa*, Mondadori, Milano.
- Del Barrio M.J., Devesa M., Herrero L.C. (2012), *Evaluating intangible cultural heritage: The case of cultural festivals*, in «City, Culture and Society», vol. 3, pp. 235-244.
- Debord G. (1992), *La società dello spettacolo [1967]*, Massari Editore, Bolsena.
- Delamere T.A. (2001), *Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part II: Verification of the scale*, in «Event Management», v. 7, n. 1, pp. 25-38.
- Deleuze G. (2007), *Che cos'è un dispositivo? [1988]*, Cronopio, Napoli.
- Delamere T.A., Wankel L.M., Hinch T.D. (2001), *Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part I: Item generation and purification of the measure*, in «Event Management», v. 7, n. 1, pp. 11-24.
- Derrett R. (2003), *Making Sense of How Festivals Demonstrate a Community's Sense of Place*, Event Management v. 8, n.1, pp. 49-58.
- Di Nallo E. (a cura di) (2007), *Villaggi d'autore, turismo d'attore*, FrancoAngeli, Milano.

- Didi-Huberman G. (2011), *La conoscenza accidentale. Apparizione e sparizione delle immagini*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Diller S., Shedroff N., Rhea D. (2006), *Making Meaning*, Pearson, New Riders.
- Donati P. (a cura di) (1997), *La società civile in Italia*, Mondadori, Milano.
- Donati P. (2021), *Scoprire i beni relazionali per generare una nuova socialità*, Rubettino, Soveria Mannelli.
- Donati P., Terenzi P. (2005), *Invito alla sociologia relazionale*, FrancoAngeli, Milano.
- Donatini E., Guccini G. (a cura di) (2019), *La funzione culturale dei festival*, Cue Press, Imola.
- Donolo C. (1992), *Il sogno del buon governo*, Anabasi, Milano.
- Donolo C. (1997), *L'intelligenza delle istituzioni*, Feltrinelli, Milano.
- Dragan K., Bacchella U., Bollo A., Di Stefano E. (a cura di) (2004), *Festivals: Challenges of Growth, Distinction, Support Base and Internationalization*, Available at http://www.fitzcarraldo.it/ricerca/pdf/ricerca_festival_tartu.pdf.
- Dubini P. (2018), "Con la cultura non si mangia" Falso!, Editori Laterza, Bari-Roma.
- Dubost J., Lévy A. (2002), *Ricerca-azione e intervento*, in Barus-Michel J., Enriquez E., Lévy A. (a cura di), *Vocabulaire de Psychosociologie*, Érès, Paris, pp. 377-402.
- Durkheim E. (2005), *Le forme elementari della vita religiosa* [1912], Meltemi, Roma.
- Duvignaud J. (1973a), *Sociologie du théâtre: Sociologie des ombres collectives*, PUF, Paris.
- Duvignaud J. (1973b), *Fetes et civilisations*, Weber, Paris.
- Eco U. (2016), *Trattato di semiotica generale* [1975], La Nave di Teseo, Milano.
- Eliasoph N. (1998), *Avoiding politics: How Americans produce apathy in everyday life*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Elsden C., Yu D., Piccio B., Helgason I., Terras M. (2022), *Recorded performance as digital content. Perspectives from Fringe 2020*, in Bissell L., Weir L. (eds), *Performance in a Pandemic*, Routledge, New York, pp. 62–75.
- Engh R., Martin B., Laramée Kidd S., Gadwa Nicodemus A. (2021), *WE-making: How arts & culture unite people to work toward community well-being*, Metris Arts Consulting, Easton.
- Eriksson B., Stephensen J.L. (2015), *Rethinking Participation and Re-enacting Its Dilemmas?*, in «Conjunctions: Transdisciplinary Journal of Cultural Participation», vol. 2, no. 2.
- European Agenda for Culture (2014), *The Role of Public Arts and Cultural Institutions in the promotion of Cultural Diversity and Intercultural Dialogue*, Report 2014.
- European Commission (2019), *The Cultural and Creative Cities Monitor*, Report 2019, Joint Research Centre.
- Faccioli F., Gallina M., Iaione C., Leon A., Melotti M. (2014), *Rapporto sul Futuro del Teatro Valle*, Comune di Roma.
- Falassi A. (1987), *Festival. Definition and Morphology*, in Falassi A. (a cura di), *Time out of time. Essays on the Festival*, University of New Mexico Press, Albuquerque, pp. 1-10.
- Fancourt D., Finn S. (2019), *What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review*, Copenhagen: WHO Regional Office for Europe; 2019 (Health Evidence Network (HEN) synthesis report 67). (trad. italiana a cura di CCW-Cultural Welfare Center, Alessandra Rossi-Ghiglione, Caterina Seia).
- Faulkner B., Fredline E., Larson M., Tomljenovic R. (1999), *A marketing analysis of Sweden's Storsjöyran music festival*, in «Tourism Analysis», n. 4, pp. 157-171.
- Fava F. (2008), *Lo Zen di Palermo. Antropologia dell'esclusione*, Franco Angeli, Milano.
- Fisher R. (2017), *Arts and Health in the UK: No longer in the margins of public policy?*, in «Economia della Cultura», v. 2, pp. 189-202.
- Flaiano E. (1994), *Le ombre bianche* [1972], Bompiani, Milano.
- Florida R. (2003), *Cities and the creative class*, in «Cities and Community», vol. 2, n. 1, pp. 3-19.
- Floridi L. (a cura di) (2015), *The Onlife Manifesto Being Human in a Hyperconnected Era*, Springer, New York-London.
- Fondazione Symbola, *Io Sono Cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, Rapporto

2019.

- Fondazione Symbola – Unioncamere, Io sono Cultura, Rapporto 2020.
- Fondazione Symbola – Unioncamere, Io sono Cultura, Rapporto 2021.
- Formica S., Murrmann S., (1998), *The effects of group membership and motivation on attendance: an international festival case*. *Tourism Analysis*, v. 3, n. 3\4, pp. 197-207.
- Foucault M., Miskowiec J. (1986), *Of Other Spaces*, in «Diacritics», v. 16, n. 1, pp. 22-27.
- Francesconi D. (2021), *È tutto un festival*, in Bovio G. (a cura di), *Postpubblico*, Mimesis, Milano-Udine, pp. 67-80.
- Fredline E., Deery M., Jago L. (2004), *Host community perceptions of the impacts of the Australian Formula One Grand Prix in Melbourne: a comparison of resident reactions in 1999 with 2002*, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.
- Fredline L., Jago L., Deery M. (2003), *Developing a Generic Scale to Measure Social Impacts of Events: Methodological Issues*, in «Event Management».
- Fresu P. (2022), *La cultura è contagiosa*, in Alonzo G., Ponte di Pino O., *In giro per festival*, Altraeconomia, Milano, pp. 9-11.
- Friel M. (2021), *Spettacolo dal vivo e turismo. Strategie e strumenti di incontro*, FrancoAngeli, Milano.
- Frey B.S. (1994), *The Economics of Music Festivals*, in «Journal of Cultural Economics», v. 18, n. 1, pp. 29-39.
- Frey B.S. (2000), *The Rise and Fall of Festivals. Reflections of the Salzburg Festival*, Working Paper, Institute for Empirical Research in Economics, University of Zurich, n. 48, pp. 1–16.
- Frisby W., Getz D., (1989), *Festival management: A case study perspective*, in «Journal of Travel Research», v. 28, n. 1, pp. 7-11.
- Fujiwara D., Lawton R.N., Mourato S. (2017), *The health and wellbeing benefits of public libraries*, in «Economia della Cultura», v. 2, pp. 203-211.
- Fulco E. (2022), *Il campo semantico del welfare culturale: tra partecipazione, autorialità e visione sistemica*, in Paltrinieri R. (a cura di), *Il valore sociale della cultura*, FrancoAngeli, Milano, pp. 117-128.
- Fuoco E. (2020), *Il teatro del mondo. Per un'estetica relazionale: SUQ Festival*, in «Antropologia e teatro», 12: 84-104.
- Galeotti G. (1992), *Riflettori sull'iposcenio: elementi per un'analisi economica del grande festival di Spoleto*, in Brosio G., Santagata W., (eds), *Rapporto sull'economia delle arti e dello spettacolo in Italia*, Fondazione Agnelli, Torino, pp. 125-147.
- Gallina M., Monti L., Ponte di Pino O. (2018), *Attore...ma di lavoro cosa fai? Occupazione, diritti, welfare nello spettacolo dal vivo*, FrancoAngeli, Milano.
- Garcia B., Cox T. (eds) (2013), *European Capitals of Culture: Success Strategies and Long-Term Effects*, Unione Europea.
- Gayet-Viaud C. (2015), *Civility and Democracy*, in «European Journal of Pragmatism and American Philosophy», VII-1.
- Gemini L. (2008), *In viaggio. Immaginario, comunicazione e pratiche del turismo contemporaneo*, Franco Angeli, Milano.
- Gemini L., Bartoletti R., Brilli S. (2018), *Il lavoro dello spettatore dal vivo: capitale culturale ed esperienza. Il caso del pubblico del Rossini Opera Festival*, in «Sociologia della comunicazione», n. 56, pp. 43 – 64.
- Gemini L., Brilli S., Giuliani F., Boccia Artieri G. (2022), *The reinvention of theatre space during Covid-19. Analysis of the Italian Case*, in Krpič T. (ed), *Theatre and Performance During the COVID-19 Pandemic*, FDV, Ljubljana, Založba.
- Gemini L., Brilli S., Giuliani F. (2021), *Il pubblico dello spettacolo nelle marche. Report di ricerca sui pubblici dello spettacolo dal vivo nelle Marche*. http://www.marchespettacolo.it/files/CMS_publico_spettacolo_dal_vivo_Marche.pdf
- Gemini L., Brilli S. (2018), *Il pubblico del teatro contemporaneo: fra autoosservazione e processi*

- di fruizione, in «Comunicazioni Sociali», n. 3, pp. 448-462.
- Gemini L., Paltrinieri R. (2018), *Introduzione. Osservare i pubblici. Sociologia, comunicazione e consumo alla prova dell'audience development*, in «Sociologia della comunicazione», v. 56, pp. 9-17.
- Getz D. (1989) *Special events: defining the product*, in «Tourism Management», v. 10, n. 2, pp. 135-137.
- Getz D. (2007), *Event Studies. Theory, research and policy for planned events*, Elsevier, Oxford.
- Getz D. (2009), *Policy for sustainable and responsible festivals and events: institutionalization of a new paradigm*, in «Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events», v. 1, n. 1, pp. 61-78.
- Getz D. (2011), *The nature and scope of festival studies*, in «International Journal of Event Management Research», v. 5, n. 1, pp. 1-47.
- Getz D. (2012), *Event Studies*, in S. Page, J. Connell (Eds.), *Routledge Handbook of Events*. London: Routledge.
- Getz D., Page S.J. (2016a), *Progress and prospects for event tourism research*, in «Tourism Management», v. 52, pp. 593-631.
- Getz D., Page S.J. (2016b), *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*, Routledge, New York.
- Giannachi G. (2022), *Documenting the Participants' Points of View: Re-Thinking the Epistemology of Participation*, in Rausch C., Benschop R., Sitzia E., van Saaze V. (eds), *Participatory Practices in Art and Cultural Heritage. Studies in Art, Heritage, Law and the Market*, v. 5., pp. 13-23.
- Giannini L. (2020), «*Siamo tutti volontari*». *Etnografia di una Festa de l'Unità, tra retoriche e pratiche*, FrancoAngeli, Milano.
- Gibson C., Waitt G., Waamsley J., Connell J. (2010), *Cultural Festival and Economic Development in Non-metropolitan Australia*, in «Journal of Planning Education and Research», v. 29, n. 3, pp. 280-293.
- Giddens A. (1991), *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*, Polity Press, Cambridge.
- Giddens A. (2006), *Sociology* (5th edition), Polity Press, Cambridge, p. 1034.
- Giorgi L., Sassatelli M., Delanty G. (eds) (2011), *Festivals and the Cultural Public Sphere*, Routledge, Londra.
- Giorgi L., Segal J. (2009), *European Arts Festivals from a Historical Perspective*, Eurofestival project report.
- Giovannini E. (2018), *L'utopia sostenibile*, Editori Laterza, Bari-Roma.
- Goffman E. (1997), *La vita quotidiana come rappresentazione* [1969], il Mulino, Bologna.
- Goldblatt J.J. (1997), *Special Events-Best Practices in Modern Events Management*, Van Nostrand, New York.
- Gorshenina S. (2014), *Samarkand and Its Cultural Heritage: Perceptions and persistence of the Russian colonial construction of monuments*, in «Central Asian Survey», v. 33 n. 2, pp. 246-269.
- Gramsci A. (2014), *Quaderni dal carcere* [1948-1951], Einaudi, Torino.
- Grassi V. (2018), *La società del noi*, Franco Angeli, Milano.
- Greenwood D. (1972), *Tourism as an agent of change: A Spanish Basque case study*, in «Ethnology», n. 11, pp. 80-91.
- Griswold W. (1987), *The Fabrication of Meaning: Literary Interpretation in the United States, Great Britain, and the West Indies*, in «American Journal of Sociology», v. 92, n. 5, pp. 1077-1117.
- Griswold W. (2018), *Sociologia della cultura* [1997], il Mulino, Bologna.
- Guccini G., Ferraresi R. (2019), *Idee di festival: le origini*, in Donatini E., Guccini G. (a cura di), *La funzione culturale dei festival*, Cuepress, Imola, pp. 16-26.

- Guerzoni G. (2008), *Effettofestival 2008 – L'impatto economico dei festival di approfondimento culturale*, Fondazione Carispe-Fondazione Eventi, La Spezia.
- Guerzoni G. (a cura di) (2012), *Effetto Festival*, Fondazione Eventi, Fondazione Carispe.
- Haraway D. (2020), *Chthulucene. Sopravvivere su un pianeta infetto*, Nero, Roma.
- Harvey D. (2008), *The Right to the City*, in «New Left Review», v. 53, pp. 23-40.
- Hawkins C.J., Ryan L.A.J. (2013), *Festival Spaces as Third Places*, in «Journal of Place Management and Development», v. 6, n. 3, p. 192-202.
- Head L., Trigger D., Mulcock J. (2005), *Culture as concept and influence in environmental research and management*, in «Conservation and Society», v. 3, n. 2, pp. 251–264.
- Hylland O.M. (2022), *Tales of temporary disruption: Digital adaptations in the first 100 days of the cultural Covid lockdown*, in «Poetics», n. 90, 101602.
- HOLND FSTVL (2002), *Future of Festival Formulae*, Holland Festival, Amsterdam.
- Hoy M. (1992), *Bakhtin and Popular Culture*, in «New Literary History», v. 23, n. 3, pp. 765-782.
- Huang J.Z., Li M., Cai L.A. (2010), *A model of community-based festival image*, in «International Journal of Hospitality Management», v. 29, pp. 254–260.
- Humphrey C., Marsden M., Skvirskaja V. (2008), *Cosmopolitanism and the City: interaction and coexistence in Bukhara*, in Mayaram S. (eds), *The Other Global City*, Routledge, New York and London, pp. 202-231.
- Hunyadi Z., Inkei P., Zoltán Szabó J. (a cura di) (2006), *Festival-world Summary Report, National Survey On Festivals In Hungary*, KultúrPont Iroda, Budapest.
- Hustinx L., Cnaan R.A., Handy F. (2010), *Navigating Theories of Volunteering: A Hybrid Map for a Complex Phenomenon*, in «Journal for the Theory of Social Behaviour», v. 40, n. 4, pp. 410-434.
- Hustinx L., Lammertyn F. (2003), *Collective and Reflexive Styles of Volunteering: A Sociological Modernization Perspective*, in «International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations», v. 14, n. 2, pp. 167-187.
- Impacts 08 - The Liverpool Model, European Capital of Culture Research Programme (2010), García B., Melville R., Campbell P. (eds).
- Impresa Cultura Italia-Confcommercio, Rapporto 2018.
- Impresa Cultura Italia-Confcommercio (2020), *Gli spettacoli dal vivo stentano a ripartire. Covid-19: la cultura si sposta sul digitale*, luglio.
- Ipsos (2020), *EffettoFestival • I consumi culturali degli italiani ai tempi di Covid-19: vecchie e nuove abitudini*, 14 novembre.
- IRPPS, *Indagine su uno spettatore al di sopra di ogni contagio*, a cura di: Msa-Covid19 e Studio Bottoni.
- Isar R.F. (1976), *Culture and the arts festival of the twentieth century*, in «Cultures», v. 3, pp. 125-145.
- ISTAT (2014), Report Aspetti della Vita Quotidiana.
- ISTAT (2018), Annuario statistico italiano.
- ISTAT (2019), Annuario statistico italiano.
- ISTAT (2020), Rapporto Annuale 2020, La situazione del paese.
- ISTAT (2020), Report Movimento turistico Italia, Turismo Italia 2020.
- ISTAT (2021), Esame del disegno di legge n. 2144 (Conversione in legge del decreto-legge 22 marzo 2021, n. 41, recante misure urgenti in materia di sostegno alle imprese e agli operatori economici, di lavoro, salute e servizi territoriali, connesse all'emergenza da COVID-19). Si veda: <https://www.istat.it/it/files//2021/04/Istat-DL-SOSTEGNI-aprile-2021.pdf>.
- ISTAT (2022), *Tempo libero e partecipazione culturale: tra vecchie e nuove pratiche*. Si veda: https://www.istat.it/it/files//2022/09/Tempo-libero-e-partecipazione-culturale_Ebook.pdf
- Iveson K. (2013), *Cities within the City: Do-It-Yourself Urbanism and the Right to the City*, in «International Journal of Urban and Regional Research», v. 37, n. 3, pp. 941-956.

- Jafari J. (1987), *Tourism models: the sociocultural aspects*, in «Tourism Management», v. 8, n. 2, pp. 151-159.
- Jancovich L. (2017), *The Participation Myth*, in «The International Journal of Cultural Policy», v. 23, n.1, pp. 107–121.
- Jancovich L., Stevenson D. (2021), *Failure seems to be the hardest word to say*, in «International Journal of Cultural Policy», v. 27, n.7, pp. 967-981.
- Jancovich L., Stevenson D. (2020), *Cultural Participation: Stories of Success, Histories of Failure*, in «Conjunctions, Transdisciplinary Journal of Cultural Participation», open access.
- Jeannotte M.S. (2003), *Singing Alone? The Contribution of Cultural Capital to Social Cohesion and Sustainable Communities*, in «The International Journal of Cultural Policy», v. 9, n. 1, pp. 35–49.
- Jedlowski P., Leccardi C. (2003), *Sociologia della vita quotidiana*, il Mulino, Bologna.
- Jenks M., Dempsey N. (2007), *Defining the Neighbourhood: Challenges for Empirical Research*, in «The Town planning review», v. 78, n. 2, pp. 153-177.
- Kelagher M., Berman N., Dunt D., Johnson V., Curry S., Joubert L. (2014), *Evaluating community outcomes of participation in community arts: A case for civic dialogue*, in «Journal of Sociology», v. 50, n. 2, pp. 132–149.
- Klaic D. et al (2002), *Festivals: Challenges of Growth, Distinction, Support Base and Internationalization*, Tartu: Department of Culture of the Tartu City Government.
- Knudsen B., Christensen D., Blenker P. (2015), *Introduction: The Experience Economy – an ontological turn*, in Knudsen, B., Christensen, D. & Blenker, P. (eds), *Enterprising Initiatives in the Experience Economy: Transforming Social Worlds*, Routledge, pp. 1-16.
- Kotler P. (2022), *La sfida del bene comune* [2019], Aboca, Sansepolcro.
- Kozorog M. (2011), *Festival tourism and production of locality in a small Slovenian town*, in «Journal of Tourism and Cultural Change», v. 9, n. 4, pp. 298-319.
- Lachmann R., Eshelman R., Davis M. (1989), *Bakhtin and Carnival: Culture as Counter-Culture*, in «Cultural Critique», n. 11, pp. 115-152.
- Lamond I.R., Lashua B. (2021), *Leisure, activism, and the animation of the urban environment*, in «Leisure Studies», v. 40, n. 1, pp. 1-12.
- Lamond I.R., Moss J. (a cura di) (2020), *Liminality and Critical Event Studies*, Palgrave Macmillan, Londra.
- Lancini M., Buday E. (a cura di) (2013), *Effetofestival. Volontariato e impatto formativo dei festival di approfondimento culturale*, Fondazione Cassa di Risparmio della Spezia.
- Lash S., Urry J. (1991), *End of Organized Capitalism*, Polity Press, Cambridge.
- Lefebvre H. (2014), *Il diritto alla città* [1968], Ombrecorte, Verona.
- Lefebvre H. (2018), *La produzione dello spazio* [1974], Pigreco, Roma.
- Lehman Schlozman K., Brady H., Verba S. (2018), *Unequal and Unrepresented: Political Inequality and the People's Voice in the New Gilded Age*, Princeton, Princeton University Press, pp. 50-80.
- Leroux K., Bernadska A. (2014) *Impact of the Arts on Individual Contributions to US Civil Society*, in «Journal of Civil Society», v. 10, n. 2, pp. 144-164.
- Lichterman P. (2006), *Social Capital or Group Style? Rescuing Tocqueville's Insights on Civic Engagement*, in «Theory and Society», v. 35, n. 5-6, pp. 529-563.
- Lichterman P., Eliasoph N. (2014), *Civic Action*, in «American Journal of Sociology», v. 120, n. 3, pp. 798-863.
- Lo Verde F.M. (2009), *Sociologia del leisure un'introduzione*, in «Studi di Sociologia», v. 47, n. 1, pp. 33-69.
- Maillard C. (1994), *A quoi servent less festivals?*, in «Grandes Lignes TGV», v. 18, pp. 65-66.
- Malinowski B. (2011), *Argonauti del Pacifico occidentale. Riti magici e vita quotidiana nella società primitiva* [1922], Bollati Boringhieri, Torino.

- Mandorino A.L. (2020), *Il terzo settore come soggetto politico: riflessioni (anche) alla luce dell'emergenza corona virus*, in «Menabò», n. 121.
- Manzini E. (2018), *Politiche del Quotidiano*, Edizioni di comunità, Milano.
- Manzini E. (2021), *Abitare la prossimità. Idee per la città dei 15 minuti*, Egea, Milano.
- Manzoli G., Paltrinieri R. (a cura di) (2021), *Welfare culturale. La dimensione della cultura nei processi di Welfare di comunità*, FrancoAngeli, Milano.
- Maraini D. (1975), *La donna perfetta. Il cuore di una vergine*, Einaudi, Torino.
- Maraini D. (2001), *Dialogo di una prostituta con un suo cliente e altre commedie* [1978], BUR, Milano.
- Maraini D. (2012), *Bagheria* [1993], BUR, Milano.
- Maraini D. (2018), *Tre donne*, Rizzoli, Milano.
- Maraini D. (2019), *La lunga vita di Marianna Ucrìa* [1990], Rizzoli, Milano.
- Maraini D. (2020), *Il gioco dell'universo. Un padre, una figlia e il sogno della scrittura* [2007], La nave di Teseo, Milano.
- Maraini D. (2021), *Una rivoluzione gentile*, Rizzoli, Milano.
- Marx K. (1997), *Lineamenti fondamentali della critica dell'economia politica* [1857-1865], La Nuova Italia, Firenze, v. II, pp. 400-403.
- Matarasso F. (1997), *Use or Ornament? The social impact of participation in the arts*, Comedia, Online: <https://collective-encounters.org.uk/wp-content/uploads/2019/10/Use-or-Ornament-The-social-impact-of-participating-in-arts-activities.pdf>.
- Maturo A., Setiffi F. (2021), *Gli aspetti sociali del wellness*, FrancoAngeli, Milano.
- Maussier B. (2010), *Festival management e destinazione turistica*, Hoepli, Milano.
- Mazzette A., Mugnano S. (a cura di) (2020), *Il ruolo della cultura nel governo del territorio*, FrancoAngeli, Milano.
- Mazzoli L. (2017), *Raccontare la cultura*, FrancoAngeli, Milano.
- Mazzoli L., Raimondi G. (2015), *Conoscere, condividere, partecipare*, in Mazzoli L., Zanchini G. (a cura di), *Info Cult. Nuovi scenari di produzione e uso dell'informazione culturale*, FrancoAngeli, Milano.
- Mehmetoglu M., Ellingsen K.A. (2005), *Do small-scale festivals adopt 'market orientation' as a management philosophy?*, in «Event Management», v. 9, pp. 119–132.
- Mela A. (2000), *Sociologia e progettazione del territorio*, Carocci, Roma.
- Melotti M. (2021), *La spettacolarizzazione della storia tra turismo e tematizzazione: rievocazioni storiche, festival e parchi a tema*, in Friel M., *Spettacolo dal vivo e turismo*, FrancoAngeli, Milano.
- Melucci A. (a cura di) (1984), *Altri codici. Aree di movimento nelle metropoli*, Bologna, il Mulino.
- Melucci A. (1989), *Nomads of the present. Social movements and individual needs in contemporary society*, Temple University Press, Philadelphia.
- Melucci A. (a cura di) (1998), *Verso una sociologia riflessiva*, Bologna, il Mulino.
- Micelli E. (2020), *La metropoli aperta, inclusiva e creativa è sotto accusa*, in «chefare», 20 maggio.
- Michalos A. (2011), *What Did Stiglitz, Sen and Fitoussi Get Right and What Did They Get Wrong?*, in «Soc Indic Res», v. 102, pp. 117–129.
- Micheletti M. (2010), *Critical Shopping. Consumi individuali e azioni collettive*, Milano, FrancoAngeli.
- Migliardi A. (2019), *Questionario*, Dors. Open Source: <https://www.dors.it/alleg/newcms/201306/questionario.pdf>
- Minardi E. (1997), *Il lavoro ed il tempo liberato: alla ricerca dei nuovi sistemi produttivi di loisir*, in Minardi E., Lusetti M. (a cura di), *Luoghi e professioni del loisir*, FrancoAngeli, Milano.
- Montani L. (2022), *I cittadini contano. Guida alle pratiche partecipative per City User e City Maker*, Altreconomia, Milano.
- Montalto V., et al. (a cura di) (2019), *The Cultural and Creative Cities Monitor*, EUR 29797 EN, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

- Moralli M. (2019), *Innovazione sociale. Pratiche e processi per ripensare le comunità*, FrancoAngeli, Milano.
- Moretti G. (2014), *Ricerca-azione*, in Lipari D., Pastore S. (a cura di), *Nuove parole della formazione*, Palinseso, Roma, pp. 203-210.
- Morin E. (2017), *Lo spirito del tempo*, Meltemi, Milano.
- Moro G. (2005), *Azione civica, conoscere e gestire le organizzazioni di cittadinanza attiva*, Carocci, Roma.
- Moro G. (2013), *Cittadinanza attiva e qualità della democrazia*, Carocci, Roma.
- Moro G., Sorice M. (2022), *Partecipazione democratica. Dialogando di sogni e realtà*, Castelvecchi, Roma.
- Mossberg L., Getz D. (2006), *Stakeholder Influences on the Ownership and Management of Festival Brands*, in «Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism», 6:4, pp. 308-326
- Moulaert F., et al. (a cura di) (2010), *Social Innovation: Collective action, social learning and transdisciplinary research*, Katarsis Final Report.
- Munari B. (1981), *Da cosa nasce cosa*, Laterza, Bari-Roma.
- Murray R., Caulier G.J., Mulgan G., curato da Giordano A., Arvidsson A. (2009), *Il libro bianco sulla innovazione sociale*, in collaborazione con The Young Foundation, Nesta e Societing.
- Navarini G., Citroni, S. (2020), *Liminality and Ritual Order: Italy's National Elections of 2018*, In Lamond I.R., Moss J. (a cura di), *Liminality and Critical Event Studies. Borders, Boundaries, and Contestation*, Palgrave Macmillan, London, pp. 203-221.
- Nichols G.S., Ralston R., Holmes K. (2017), *The 2012 Olympic Ambassadors and sustainable tourism legacy*, in «Journal of Sustainable Tourism», pp.1513-1528.
- Nicholson R.E., Pearce D.G. (2001), *Why Do People Attend Events: A Comparative Analysis of Visitor Motivations at Four South Island Events*, in «Journal of Travel Research», v. 39(4), pp.449-460. Doi:10.1177/004728750103900412.
- Niessen B. (2021), *Partecipazione. Oltre le parole di plastica*, in «Pandora Rivista», 25 gennaio. Online: <https://www.pandorarivista.it/pandora-piu/partecipazione-oltre-le-parole-di-plastica/>.
- Norman D. (2015), *La caffettiera del masochista. Il design degli oggetti quotidiani* [1988], Giunti, Firenze.
- Nussbaum M. (2012), *Creare capacità. Liberarsi dalla dittatura del Pil*, il Mulino, Bologna.
- Nuvolati G., Spanu S. (a cura di) (2020), *Manifesto dei sociologi e delle sociologhe dell'ambiente e del territorio. Sulle città e le aree naturali del dopo covid-19*, Ledizioni, Milano.
- Nuvolati G. (2020), *Il flâneur perso nella smart city*, in «Sociologia Urbana e Rurale», n. 122, p. 62-76.
- Nuvolati G. (2019), *Qualità della vita: benessere oggettivo, aspetti soggettivi e interstizi della quotidianità*, in «Welfare e ergonomia», v. 2, pp. 21-30.
- Ogilvey J. (2002), *Building futures: scenario planning as a tool for social creativity*, Oxford University, Oxford.
- Oldenburg Ray (1989), *The Great Good Place. Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Marlowe & Co., Dublin.
- Olsen K. (2002), *Authenticity as a concept in tourism research: The social organization of the experience of authenticity*, in «Tourist Studies», vol. 2, n. 2, pp. 159-182.
- OECD (2001), *The Well-being of Nations: The Role of Human and Social Capital*, Report.
- ONT (2018), *Contributo totale del turismo all'economia 2018*, ENIT.
- Osti G. (2018), *Sociologia del territorio*, il Mulino, Bologna.
- Ostrom E. (1990), *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Paltrinieri R. (2012), *Felicità responsabile*, FrancoAngeli, Milano.
- Paltrinieri R. (2019a), *Il valore sociale della cultura per lo sviluppo delle comunità e dei territori: cosa significa partecipazione culturale?*, in «Pandora», 8/9, pp. 122-125.
- Paltrinieri R. (2019b), *Per una diversa metrica di valutazione dell'economia arancione: il valore*

- sociale della creatività, in Trimarchi M. (a cura di), *Il valore della creatività. L'economia arancione in Emilia-Romagna*, il Mulino, Bologna, pp. 397-401.
- Paltrinieri R. (a cura di) (2020), *Culture e pratiche di partecipazione. Collaborazione civica, rigenerazione urbana e costruzione di comunità*, FrancoAngeli, Milano.
- Paltrinieri R. (a cura di) (2022a), *Il Valore sociale della cultura*, FrancoAngeli, Milano.
- Paltrinieri R. (2022b), *Vivere nella quotidianità*, in (Bichi R.) *Sociologia Generale*, Vita e pensiero, Milano, pp. 477 – 490.
- Paltrinieri R., Allegrini G. (2020), *Partecipazione, processi di immaginazione civica e sfera pubblica. I laboratori di quartiere e il bilancio partecipativo a Bologna*, FrancoAngeli, Milano.
- Paltrinieri R., Allegrini G. (2021a), *Dall'Amministrazione Condivisa all'Immaginazione Civica*, in «AgCult», 3 novembre. Si veda: <https://www.agenziacult.it/interni/welfare-culturale>.
- Paltrinieri R., Allegrini G. (2021b), [Welfare Culturale] *Dall'Amministrazione Condivisa all'Immaginazione Civica*, in «AGCult», 2 novembre 2021.
- Paltrinieri R., Parmiggiani P. (2016), *Il pubblico della lirica: consumo di cultura o cultura di consumo?*, in «Sociologia della comunicazione», 51, pp. 29 – 42.
- Paltrinieri R., Parmiggiani P., Musarò P., Moralli M. (a cura di) (2020), *Right to the city, performing arts and migration*, FrancoAngeli, Milano.
- Pardy S.G. (1991), *A study of the role of community festivals and events in community development*, unpublished master's thesis, USA: Acadia University.
- Paschina F. (2021), *La cultura attraverso l'innovazione digitale*, Report Intesa San Paolo.
- Pasolini P.P. (2015), *Scritti corsari [1973-75]*, Garzanti, Milano.
- Pateman C. (1970), *Participation and Democratic Theory*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Peterson R. (1992), *Understanding audience segmentation: from Elite and Mass to omnivore and univore*, in «Poetics», n. 21, 4, pp. 243-258.
- Perrault E. (a cura di) (2020), *Placemaking in the nordics, Future Place Leadership*, LINK arkitektur and Stiftelsen Tryggare Sverige.
- Phillips D.J., Pritchard D. (2003), *Sport and festival in the ancient Greek world*, Classical Press of Wales, Swansea.
- Piette A. (1992), *Play, Reality, and Fiction. Toward a Theoretical and Methodological Approach to the Festival Framework*, in «Qualitative Sociology», v.15, n.1, pp. 37–52.
- Pih D., Bruni L. (2022), *Radical Landscapes, Art, Identity and Activism*, Tate, London.
- Pine B., Gilmore J., (1999), *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*, Harvard Business Scholl Press, Boston.
- Pollarini A. (2010), *I turismi vocazionali*, in «Rivista di Scienze del Turismo», n. 1, pp. 209-248.
- Ponte di Pino O. (2021a), *Partecipazione, inclusione, reti a BookCity Milano*, in «Comunicazioni Sociali», pp. 353-369.
- Ponte di Pino O. (2021b), *Un teatro per il XXI secolo. Lo spettacolo dal vivo ai tempi del digitale*, FrancoAngeli, Milano.
- Ponte di Pino O. (2023), *Cultura, un patrimonio per la democrazia*, Vita&Pensiero, Milano.
- Portes A. (1998), *Social capital: Its origins and applications in modern sociology*, in «Annual Review of Sociology», v. 24, n. 1, pp. 1-24.
- Putnam R.D. (1993), *The prosperous community; Social capital and public life*, in «The American Prospect», n.13, pp. 35-42.
- Putnam R.D. (2000), *Bowling alone: the collapse and revival of American community*, Simon&Schuster, New York.
- Quaglia R. (2018), *Bravi, ma basta!*, Editoriale Scientifica, Napoli.
- Quinn B. (2005), *Arts Festivals and the City*, in «Urban Studies», v. 42, n. 5/6, pp. 1-17.
- Quinn B. (2006), *Problematising 'festival tourism': Arts festivals and sustainable development in Ireland*, in «Journal of Sustainable Tourism», v. 14, n. 3, pp. 288–306.

- Quinn B. (2007), *Performing Tourism Venetian Residents in Focus*, in «Annals of Tourism Research», v. 34, n. 2, pp. 458-476.
- Quinn B. (2009), *Festivals, events and tourism*, in «School of Hospitality Management and Tourism».
- Quinn B. (2012), *Festivals, Events, and Tourism*, in Jamal T., Robinson M. (a cura di), *The SAGE Handbook of Tourism Studies*, Sage Pub, pp. 483-503.
- Quinn B., Wilks L. (2013), *Festival connections: people, place and social capital*, in Richards G., de Brito M.P., Wilks L. (a cura di), *Exploring the Social Impacts of Events*, Routledge, Oxon, pp. 15-30.
- Quinn B., Wilks L. (2017), *Festival heterotopias: spatial and temporal transformations in two small-scale settlements*, in «Journal of Rural Studies», v. 53, pp. 35-44.
- Raffini L., Pirni A. (2019), *Atomizzata o connessa? L'agire politico nella società individualizzata tra de-politicizzazione e ri-politicizzazione*, v. 9, n. 17, pp. 29-39.
- Rago S., Venturi P. (2016), *Imprese sociali e welfare di comunità*, AICCON, Bologna.
- Rapoš Božič I. (2021), "More than a mere cultural uplift." *Festivals as tools of civic action*, Tesi di dottorato.
- Rapporto Auditel-Censis 2021.
- Rapporto BES 2021.
- Rapporto Eurobarometer 2017: European Commission: Cultural Heritage. Special Eurobarometer 466, Brussels, European Commission.
- Rapporto Eurostat 2019.
- Rapporto Comune di Bologna (2020), a cura del Dipartimento Cultura e Promozione della Città, *L'emergenza COVID-19 e le sue ricadute sul comparto culturale e creativo*, aprile.
- Rapporto dell'Osservatorio dello Spettacolo (Regione Emilia-Romagna, ATER Fondazione) ed Emilia-Romagna Film Commission (2019), *I pubblici dei festival cinematografici in Emilia Romagna*.
- Regione Emilia-Romagna (2019), *Programma degli interventi per la promozione di attività culturali: Obiettivi, azioni prioritarie, modalità di attuazione e procedure per il triennio 2019-2022*.
- Regione Marche (2021), *Il pubblico dello spettacolo nelle Marche*.
- Ricci L. (2018), *The Visionari Strategy by Kilowatt Festival*, in Bonet L., et al., (a cura di) (2018), *Be SpectACTive! Challenging Participation in Performing Arts*, Editoria & Spettacolo, Spoleto, p.77-86.
- Richards G. (eds) (1996), *European cultural tourism: Trends and future prospects*, Cabi, Wallingford.
- Richards G. (eds) (2007), *Cultural tourism: Global and local perspectives*, Haworth, New York.
- Richards G. (2015), *Festivals in the Network Society*, in Newbold C., Maughan C., Jordan J., Bianchini F. (a cura di), *Focus On Festivals. Contemporary European case studies and perspectives*, Oxford: Goodfellow Publishers, pp. 245-254.
- Richards G. (2017), *From place branding to placemaking: the role of events*, in «International Journal of Event and Festival Management», v. 8, n. 1, pp. 8-23.
- Richards G. (2020), *Heritage and tourism: A shared concern for locals and visitors?*, in Luger K, Ripp M. (eds), *World Heritage Management, urban planning and sustainable tourism*. Vienna: Studienverlag.
- Richards G. (2021a), *Thirty years of events research*, in Duncan T., Onderwater L., Veldman J. (a cura di), *ATLAS 30 years' anniversary: ATLAS Reflections 2021*, Arnhem: ATLAS, pp. 20-22.
- Richards G. (2021b), *Making places through creative tourism?* In Duxbury, N. (Ed) *Cultural Sustainability, Tourism and Development: (Re)articulations in tourism contexts*, London: Routledge, pp. 36-48.
- Richards G. (2022), *Cultural Tourism 4.0: Developing the latest wave of cultural consumption*.

- Richards G., Palmer R. (2010), *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*, Routledge, London.
- Richards G., Wilson J. (2007), *Tourism, Creativity and Development*, Routledge, London.
- Rieffly B. (2015), *Gli eventi off diffusi sul territorio delle città metropolitane europee: tra strategie di branding urbano e identità locale*, tesi di dottorato.
- Rifkin J. (2001), *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*. Mondadori, Milano.
- Rolfe H. (1992), *Arts festivals in the U.K.*, in «Policy Studies Institute», Londra.
- Rosati M. (2012), *Le Forme elementari della vita religiosa 100 anni dopo: nuove prospettive e vecchi cliché*, in «Sociologia Italiana», pp. 13-26.
- Roy P. (2019), *Community gardening for integrated urban renewal in Copenhagen: securing or denying minorities' right to the city?*, in Certoma C., Noori S., Sondermann M. (eds), *Urban gardening and the struggle for social and spatial justice*, Manchester University Press, Manchester, pp. 91-107.
- Rubin H., Rubin I. (2001), *Community Organizing and Development*, 3rd Edition, Pearson.
- Rust E. (2020), *Understanding experiential value creation at small-scale events: a multi-stakeholder perspective*, in «Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events», v. 12, n. 3, pp. 344-362.
- Sacco P.L. (2017), *Health and Cultural welfare: A new policy perspective?*, in «Economia della Cultura», v. 2, pp. 165-174.
- Salmoni V. (a cura di) (2021), *I luoghi della cultura motori della rigenerazione urbana*, in «Urbanistica Informazioni», n. 297, pp. 8-25.
- Salvatore R., Chiodo E. (2020), *Borghi turistici e processi "nessogeni"*, in D'Alessandro S., Salvatore R., Bortoletto N. (a cura di), *Ripartire dai borghi, per cambiare le città. Modelli e buone pratiche per ripensare lo sviluppo locale*, FrancoAngeli, Milano, pp. 43-60.
- Santambrogio A. (2018), *Vita quotidiana come progetto di azione. Alla ricerca del senso perduto*, in Quaderni di teoria sociale, n. 1, pp. 203-227.
- Sampson R.J., Doug McAdam H.M., Weffer-Elizondo S. (2005), *Civil Society Reconsidered: The Durable Nature and Community Structure of Collective Civic Action*, in «American Journal of Sociology», v. 111, n. 3, pp. 673-714.
- Savelli A. (2012), *Sociologia del turismo*, Hoepli, Milano.
- Schaefer R.M. (1994), *The Soundscape: Our Sonic Environment and the Tuning of the World* [1977], Destiny Books, Rochester, pp. 10-21, 116-135.
- Schofield J., Rellensmann L. (2015), *Underground Heritage: Berlin Techno and the Changing City*, in «Heritage & Society», v. 8, n. 2, pp. 111-138.
- Schultz T. (1971), *Investment in Human Capital: the Role of Education and of Research*, in «The Free Press», New York, p. 272.
- Sciolla L. (2012), *Sociologia dei processi culturali*, il Mulino, Bologna.
- Secker J., Hacking S., Kent L., Shenton J. Spandler H. (2009), *Development of a Measure of Social Inclusion for Arts and Mental Health Project Participants*, in «Journal of Mental Health», v. 18, n. 1, pp. 65-72.
- Secker J., Hacking S., Spandler H., Kent L., Shenton J. (2008), *Evaluating the Impact of Participatory Art Projects for People with Mental Health Needs*, in «Health and Social Care in the Community», v. 16, n. 6, pp. 638-48.
- Sen A. (1986), *Scelta, benessere, equità*, il Mulino, Bologna.
- Sen A. (2001), *Lo sviluppo è libertà. Perché non c'è crescita senza democrazia*, Mondadori, Milano.
- Sennett R. (1999), *L'uomo flessibile. Le conseguenze del nuovo capitalismo sulla vita personale*, Feltrinelli, Milano.
- Sennett R. (2012), *Insieme. Rituali, piaceri, politiche della collaborazione*, Feltrinelli, Milano.
- Sharp J., Pollock V., Paddison R. (2005), *Just Art for a Just City: Public Art and Social Inclusion in Urban Regeneration*, in «Urban Studies», v. 42, n. 5-6, pp. 1001-1023.

- Sherry R., Arnstein (2019), *A Ladder of Citizen Participation*, in «Journal of the American Planning Association», v. 85, n. 1, pp. 24-34.
- Shorten A., Smith J. (2017), *Mixed methods research: expanding the evidence base*, in «Evid Based Nurs», v. 20, n. 3, pp. 74-75.
- SIAE (2019), *Annuario dello spettacolo 2019*.
- SIAE (2020), *Annuario dello spettacolo 2020*.
- Sisters Academy (2020), *Education for the future*, I DO ART Books, Copenhagen.
- Skvirskaja V. (2015), *Danish Flea Market – Public Spaces of Informal Economy*, in Mörtenböck P., Mooshammer H. (eds), *Informal Market Worlds – Atlas*, NAI010 Publishers, Rotterdam, pp. 488-493.
- Small K. (2008), *Social dimensions of community festivals: An application of factor analysis in the development of the Social Impact Perception (SIP) Scale*, in «Event Management», 11(1/2), pp.45–55.
- Small K., Edwards D. (2003), *Evaluating the socio- cultural impacts of a festival on a host community: A case study of the Australian Festival of the Book.*, in T. Griffin, R. Harris (Eds.), *Proceedings of the 9th Annual Conference of the Asia Pacific Tourism Association* (pp. 580–593). Sydney, Australia: School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology Sydney.
- Small K., Edwards D., Sheridan L. (2005), *A Flexible Framework for Evaluating the Socio-Cultural Impacts of a (SMALL) Festival*, in «International Journal of Event Management Research», v. 1, n. 1, pp. 66-76.
- Spracklen K., Lamond I.R. (2021), *Critical Event Studies*, Routledge, Londra.
- Stadler R., Reid S., Fullagar S. (2013), *An ethnographic exploration of knowledge practices within the Queensland Music Festival*, in «International Journal of Event and Festival Management», v. 4, n. 2, pp. 90-106.
- Stern M.J., Seifert S.C. (2009), *Civic Engagement and the Arts: Issues of Conceptualization and Measurement*, report Civic Engagement and the Arts—2008-2009, n.1.
- Stiglitz J., Fitoussi J.P., Martine D. (2020), *Measuring what Counts. The Global Movement for Well-Being*, The New Press, New York.
- Stiglitz J., Sen A., Fitoussi J.P. (2010), *La misura sbagliata delle nostre vite*, Etas, Milano.
- Strong R.C. (1984), *Art and Power. Renaissance Festivals, 1450–1650*, University of California Press, Berkeley.
- Stuckey H.L., Nobel J. (2010), *The Connection Between Art, Healing, and Public Health: A Review of Current Literature*, in «American Journal of Public Health», v. 100, n. 2, pp. 254–263.
- Suttora C. (2013), *Il profilo dei volontari del Festival della Mente*, in Lancini M., Buday E. (a cura di), *Effettofestival. Volontariato e impatto formativo dei festival di approfondimento culturale*, Fondazione Cassa di Risparmio della Spezia, pp. 32-39.
- Swidler A. (1986), *Culture in Action: Symbols and Strategies*, in «American Sociological Review», v. 51, n. 2, pp. 273- 286.
- Szaprowicz B.O. (1995), *Multimedia networking*, McGraw-Hill, New York.
- Tankova M., Vassenska I. (2015), *Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism*, in «Tourism & Management Studies», v. 11, n. 1, pp. 120-127.
- Taormina A. (a cura di) (2021), *Lavoro culturale e occupazione*, FrancoAngeli, Milano.
- Tarantino R. (2021), *Abitare la cultura*, in «Economia della cultura», XXXI, n. 1, pp. 123-129
- Tavano Blessi G., Grossi E., Sacco P.L., Pieretti G., Ferilli G. (2014), *Cultural Participation, Relational Goods and Individual Subjective Well-Being: Some Empirical Evidence*, in «Review of Economics & Finance», pp. 33-46.
- Taylor R.F. (2004), *Extending Conceptual Boundaries: Work, Voluntary Work and Employment*, in «Work Employment Society», v. 18, n. 29, pp. 29-49
- Thomas R., Wood E. (2004), *Event-based tourism: A survey of local authority strategies in the UK*,

- in «Local Governance», v. 29, n. 2.
- Throsby C.D. (1999), *Cultural capital*, in «Journal of Cultural Economics», v. 23, n.1–2, pp. 3–12.
- Throsby C.D. (2003), *Determining the value of cultural goods: How much (or how little) does contingent valuation tell us?*, in «Journal of Cultural Economics», v. 27, n. 3–4, pp. 275–285.
- Tocqueville A. (2018), *La democrazia in America [1835-1840]*, BUR Rizzoli, Milano.
- Todorov T. (1998), *La vita comune*, Pratiche, Parma.
- Trincherò R. (2002), *Manuale di ricerca educativa*, Milano, FrancoAngeli.
- Tripodi C. (2014), *Costruire il successo delle destinazioni turistiche*, Egea, Milano.
- Turner V. (1974), *Liminal to Liminoid, in Play, Flow, and Ritual*, in «Comparative Symbology», Rice Institute Pamphlet Rice University Studies, v. 60, n. 3, pp. 53-92.
- Turner V. (1982), *From Ritual to Theatre. The Human Seriousness of Play*, Baltimore: Paj Publication (trad. it.: *Dal rito al teatro*, Bologna: il Mulino, 1986).
- UNESCO (2005), *Convenzione UNESCO per la Protezione e Promozione della Diversità delle Espressioni Culturali*, si veda: <https://www.unesco.beniculturali.it/convenzione-sulla-diversita-delle-espressioni-culturali-2005/>
- UNESCO (2014), *The UNESCO Culture for Development Indicators: Methodology Manual*, Alonso G., Medici M. (eds).
- UNESCO (2020), *Unesco creative Cities' response to Covid-19*, si veda: <https://en.unesco.org/creative-cities/content/cities-response-covid-19>.
- UNESCO (2022), *Re/Shaping Policies for Creativity. Addressing culture as a global public good*, si veda: <https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en>.
- Van Gennep A. (2012), *I riti di passaggio [1909]*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Van Winkle C.M., Woosnam K.M. (2013), *Sense of community and perceptions of festival social impacts*, in «International Journal of Event and Festival Management», v. 5, n. 1, pp. 22-38.
- Vaughan R. (1979), *Does a festival pay? A case study of the Edinburgh Festival in 1976*, Tourism Recreation Research Unit, Working paper 5, University of Edinburgh.
- Veblen T. (2007), *La teoria della classe agiata [1899]*, Einaudi, Milano.
- Verba S., Lehman Schlozman K., Brady H.E. (1995), *Voice and Equality. Civic Volountarism in American Politics*, Harvard University Press, Cambridge.
- Vicari Haddock S. (2004), *La città contemporanea*, il Mulino, Bologna.
- Vicenti E. (2021), *Artisti e artigiani motori di rigenerazione urbana*, in «Urbanistica Informazioni», v. 297, XLVIII, pp. 12-13.
- Villa M.L. (2016), *L'Italia è tutta un festival*, in «Corriere della Sera».
- Vitale M. (2004), *Volontariato*, voce dell'enciclopedia Treccani: https://www.treccani.it/enciclopedia/volontariato_%28Enciclopedia-del-Novecento%29/
- Vitale T. (2010), *Società locali e governo dei beni comuni*, in «Studi e ricerche», AS 02, pp. 91-100.
- Vitale T. (2014), *Le tensioni tra partecipazione e rappresentanza e i dilemmi dell'azione collettiva nelle mobilitazioni locali*, in HAL open science, pp. 9-40.
- Waldemar C. (2014), *The Phenomenon of Festivals. Their Origins, Evolution, and Classifications*, in «Anthropos», n. 109, pp. 640-656.
- Walmsley B. (2018), *Deep hanging out in the arts: an anthropological approach to capturing cultural value*, in «International Journal of Cultural Policy», v. 24, n. 2, pp. 272-291
- Walmsley B., et al. (2022), *Culture in Crisis: Impacts of Covid-19 on the UK cultural sector and where we go from here*, Centre for Cultural Value, Leeds.
- Wallstam M., Ioannides D., Pettersson R. (2020), *Evaluating the social impacts of events: in search of unified indicators for effective policymaking*, in «Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events», v. 12, n. 2, pp. 122-141.
- Wang N. (1999), *Rethinking Authenticity in Tourism Experience*, in «Annals of Tourism Research», n. 26, pp. 349-370.
- Waterman S. (1998), *Carnivals for èlites? The cultural politics of arts festivals*, in «Progress in

- Human Geography», v. 22, n.1, pp. 54-74.
- WE-Making (2019), *How Arts & Culture Unite People to Work Toward Community Well-Being*, Conceptual Framework.
- White S.C. (1996). *Depoliticising development: The uses and abuses of participation*, in «Development in Practice», v. 6, n. 1, pp. 6-15.
- Wilson J., Musick M.A. (1997), Who cares? Toward an integrated theory of volunteer work, in «American Sociological Review», v. 62, n. 5, pp. 694–713.
- Wilks L. (2013), *Introduction*, in Richards G., De Brito M., Wilks L. (eds), *Exploring the social impacts of events*, Routledge, Abingdon.
- Wood E. (2005), *Measuring the economic and social impacts of local authority events*, «International Journal of Public Sector Management», v. 18, n. 1, p. 37-53.
- Wood E. (2010), *'This is how I feel - This is how I felt': Experience sampling at marketing events*, Academy of Marketing Conference July 2010.
- Wood E. (2020), *I remember how we all felt: Perceived emotional synchrony through tourist memory sharing*, in «Journal of Travel Research», v. 59, n. 8, pp. 1339–1352.
- Wood E., Kinnunen M. (2020), *Emotion, Memory and Re-collective Value: Shared Festival Experiences*, in «International Journal of Contemporary Hospitality Management», v. 32, n. 3, pp. 1275-1298.
- Wood E., Li Y.N., Senaux B. (2020), *Liminality and Festivals - Insights from the East*, in «Annals of Tourism Research», v. 80.
- Wood E., Thomas R. (2006), *Research note: Measuring cultural values – the case of residents' attitudes to the Saltaire Festival*, in «Tourism Economics», v. 12, n. 1, pp. 137–145.
- Wood E., Thomas R. (2009), *Festivals and tourism in rural economies*, in Ali-Knight et al. (eds), *International perspectives of festivals and events: Paradigms of analysis*, Taylor & Francis, pp. 149-158.
- Wood E., Thomas R., Smith B. (2009), *Linking community festivals to social change: trial and Tribulation*, in The International Event Management Summit Conference Proceedings, pp. 259-279.
- Woolcock M. (2001), *The place of social capital in understanding social and economic outcomes*, in «Isuma», v. 2, n. 1, pp. 11–17.
- Woosnam K., Van Winkle C.M., An S. (2013), *Confirming the Festival Social Impact Attitude Scale in the Context of a Rural Texas Cultural Festival*, in «Event Management», v. 17, pp. 257–270.
- Wynn, J. (2016), *Music/City: American Festivals and Placemaking in Austin, Nashville, and Newport*, University of Chicago Press, Chicago.
- Zandonai F. (2017), *Dagli appunti a una politica per il welfare culturale*, in «Welfare Oggi», n. 5, pp. 102-106.
- Zukin S. (2005), *“Whose Culture? Whose City?” from The Cultures of Cities*, reproduced in Lin J., Mele (eds), *The Urban Sociology Reader*, Routledge, Oxon, pp. 282-289.

Sitografia

- <http://www.aficfestival.it/>
- <http://www.italiafestival.tv/>
- <http://www.ocarinadelpo.it/>
- <http://www.spettacolodalvivo.beniculturali.it/>
- <https://3choirs.org/>
- <https://aronacittateatro.it/>
- <https://borgouniverso.com/>
- <https://bregenzerfestspiele.com/de/>
- <https://centroriformastato.it/>
- <https://communitydevelopment.art>
- <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/>
- <https://csvnet.it/>
- <https://culturalwelfare.center/>
- <https://ec.europa.eu/>
- <https://festival-avignon.com/en>
- <https://festivaldispoletto.com/>
- <https://journals.openedition.org/>
- <https://ilbolive.unipd.it>
- <https://ileahub.com/>
- <https://meiweb.it/>
- <https://miff.com.au/>
- <https://perugiamusicaclassica.com/>
- <https://teatropovero.it/>
- <https://tovagliaquadri.com/>
- <https://trentofestival.it/>
- <https://trovafestival.it/>
- <https://unesdoc.unesco.org/>
- <https://wearesocial.com/it/>
- <https://www.aeme.org/>
- <https://www.arcipelagofestival.com/>
- <https://www.artshealthresources.org.uk/>
- <https://www.ateatro.it>
- <https://www.avegliateatrodelbaratto.it/>
- <https://www.bayreuther-festspiele.de/>
- <https://www.berlinale.de/en/home.html>
- <https://www.bookcitymilano.it/>
- <https://www.bookexpoamerica.com/>
- <https://www.borgatedalvivo.it/>
- <https://www.buchmesse.de/en>
- <https://www.cameramoda.it/>
- <https://www.che-fare.com/>
- <https://www.choregies.fr/>
- <https://www.corriere.it/>
- <https://www.cvtastreetfest.it/>
- <https://www.dafnamoscatti.com/>
- <http://www.dominiopubblicoteatro.it/>

- <https://www.efa-aef.eu/>
- <https://www.efestivals.co.uk/festivals/>
- <https://www.eif.co.uk/>
- <https://www.festival-cannes.com/>
- <https://www.festivaldellamente.it/>
- <https://www.festivaletteratura.it/>
- <https://www.festivalfinder.eu/>
- <https://www.fieradeilibrai.it/it>
- <https://www.filmvideomontecatini.it/>
- <https://www.fondazionedozza.it/>
- <https://www.franceculture.fr/>
- <https://www.francefestivals.com/>
- <https://www.fuorisalone.it/>
- <https://www.giffonifilmfestival.it/>
- <https://www.giustizia.it/>
- <https://www.ifea.com/>
- <https://www.intersezionifvg.it/>
- <https://www.istat.it/>
- <https://www.istruzioneer.gov.it>
- <https://www.italiaworldmusic.it/>
- <https://www.key4biz.it/>
- <https://www.kilowattfestival.it/>
- <https://www.labiennale.org/>
- <https://www.labsus.org/>
- <https://www.lamialiguria.it/>
- <https://www.locarnofestival.ch/>
- <https://www.mbz.hr/>
- <https://www.oktoberfest.de/en>
- <https://www.pifcastelfidardo.it/>
- <https://www.puccinifestival.it/>
- <https://www.retefumetto.it/>
- <https://www.risonanzenetwork.it/>
- <https://www.salonemilano.it/>
- <https://www.salzburgerfestspiele.at/>
- <https://www.santarcangelofestival.com/>
- <https://www.senato.it/>
- <https://www.tafterjournal.it/>
- <https://www.taorminafilmfest.it/>
- <https://www.teatrosocialegualtieri.it/>
- <https://www.theaudienceagency.org/>
- <https://www.treccani.it/>
- <https://www.umbriajazz.it/>
- <https://www.unesco.beniculturali.it/>
- <https://www.unesco.it/>
- <https://www.unesco.org/>
- <https://www.unwto.org/>
- <https://www.yesmilano.it/>

ABSTRACT

TITOLO: I festival culturali come strumento di creazione di cittadinanza attiva: il caso di Arona Città Teatro

DOMANDA DI RICERCA

La cultura comprende il patrimonio collettivo materiale e immateriale, sia come frutto di pensiero e speculazione, sia come insieme di pratiche, compresi i festival. Con la loro ritualità e creazione di identità collettiva, i festival culturali hanno un impatto sociale, culturale ed economico sul territorio e sui cittadini coinvolti. Ma in che modo festival culturali, seppur con la loro temporaneità, contribuiscono alla creazione di cittadinanza attiva?

TEORIE DI RIFERIMENTO

La ricerca si inserisce nella crescente attenzione che viene riservata ai festival culturali nell'ambito degli Event Studies, definiti da Donald Getz, professore emerito e uno dei massimi esperti del Management di eventi culturali, come: «the academic field devoted to creating knowledge and theory about planned events. The core phenomenon is the experience of planned events, and meanings attached to them. Event Studies draws mainly from the social sciences, management, the arts, humanities and a number of closely related professional fields» (Getz 2007, p.2). Gli Event Studies approfondiscono quindi tutte le questioni relative a eventi e manifestazioni, compresi i festival, indipendentemente dalla loro progettazione, produzione o gestione economica, perché, come si è già accennato, gli eventi hanno implicazioni sociali e comunitarie che travalicano il solo mondo dell'organizzazione e necessitano di un settore disciplinare a sé stante.

Proprio l'interesse nei confronti degli Event Studies ha portato una progressiva attenzione nei confronti del tema dell'audience development e/o dello sviluppo dei pubblici, ovvero, secondo la definizione di Europa Creativa «a strategic and interactive process of making the arts widely accessible by cultural organisations. It aims at engaging individuals and communities in fully experiencing, enjoying, participating in and valuing the arts. Its focus is on a two way exchange» (2012, p.3).

Pensare e organizzare un festival vuol dire condividere bisogni comuni dei luoghi pubblici, permettere alle persone di riappropriarsi di quegli spazi condivisi e partecipare a riti che le distraggono, anche se solo temporaneamente, dalla loro abitudine quotidiana, ricreando una socializzazione basata sulla condivisione di esperienze e emozioni.

Allo scopo di comprendere se i festival siano dispositivi della crescita del benessere del territorio si calerà il dibattito all'interno delle riflessioni concernenti il tema dell'audience development e del welfare culturale, analizzando il dibattito che ha accompagnato questi fenomeni.

METODOLOGIA

Dopo la definizione della domanda di ricerca e lo studio di parte della letteratura di riferimento, si è individuato il festival caso studio per la ricerca, seguendo alcuni criteri selettivi tra i quali: essere un festival teatrale tra Piemonte e Lombardia, nato prima del 2017; che ha programmato l'edizione 2020. La scelta è ricaduta su Teatro sull'Acqua, festival di teatro e letteratura diretto da Dacia Maraini che si svolge ad Arona, sulle sponde del Lago Maggiore, dal 2011. Dall'edizione 2022 il festival ha cambiato nome in Arona Città Teatro.

Il caso studio è stato analizzato in oltre un anno di osservazione, tra aprile 2021 e settembre 2022, con un approccio *mixed method*, combinando elementi di approcci di ricerca qualitativi e quantitativi. Nello specifico sono stati adottati: l'osservazione partecipante; le interviste semi-strutturate; i questionari.

a) osservazione partecipante

L'osservazione si è svolta in due momenti distinti: il primo momento è stato durante l'edizione zero del festival "Teatro sull'Acqua" bambini, dall'11 al 13 giugno 2021, in cui si è partecipato come osservatori esterni, seguendo i laboratori, guardando gli spettacoli, osservato gli organizzatori e percepito l'atmosfera del festival, raccogliendo osservazioni e commenti dai partecipanti e dal pubblico. Il secondo alla XI edizione del festival Teatro sull'Acqua, dal 30 agosto al 13 settembre 2021 in cui oltre all'osservazione, si è affiancato i volontari, gli organizzatori e il pubblico del festival osservando dinamiche, rapporti, metodologie organizzative e relazionali, osservando criticità, positività e possibilità di sviluppo di nuove azioni.

b) interviste

Si è adottato il metodo dell'intervista semi-strutturata, ovvero quella tipologia di intervista che consente al ricercatore, seppur basandosi su una traccia comune, di adattare le domande in base alle mansioni, alle peculiarità, alle risposte e alla situazione dell'intervistato. La stessa tipologia di intervista è stata adottata sia per le interviste agli organizzatori sia per le interviste ai cittadini, ai membri dello staff, dei volontari e dell'amministrazione, per dar loro spazio per approfondimenti, aneddoti e pause di riflessione.

Gli intervistati sono stati 26 appartenenti a due categorie distinte, da un lato 3 organizzatori, nello specifico il presidente e la vice presidente dell'associazione che organizza il festival e la direttrice artistica del festival, che quindi coordinano e animano la messa in scena del progetto, e 23 cittadini che a vario titolo hanno o hanno avuto legami con la manifestazione. Tutte le interviste sono state condotte tra il 6 maggio e il 13 settembre 2021, della durata variabile tra i 20 e i 110 minuti, tutte registrate con l'approvazione degli intervistati, e successivamente trascritte.

c) questionario 1

Il festival "Teatro sull'Acqua", seppur nato nel 2011 non aveva mai compiuto una indagine strutturata sulla rilevazione del proprio pubblico e il suo grado di partecipazione alla manifestazione. Si è quindi optato per un questionario, denominato "Il pubblico di Teatro sull'Acqua", a risposte chiuse principalmente basato su scale numeriche e scale verbali (Likert). La somministrazione è avvenuta durante le giornate del festival 2021 tramite QRCode e tramite questionari cartacei (in questa modalità il festival ha fornito delle penne brandizzate da regalare per la compilazione). Il pubblico veniva intercettato all'ingresso, prima degli eventi e degli spettacoli, e veniva incoraggiato a compilare i moduli durante l'attesa prima dell'inizio degli incontri o degli spettacoli. Si sono raccolti 284 questionari.

d) questionario 2

Sempre durante il festival 2021 è stato condotto un sondaggio per raccogliere le testimonianze e le impressioni "a caldo" dei partecipanti al festival. A partire da giovedì 9 settembre 2021, terzo giorno di manifestazione, alla fine di ogni incontro e di ogni spettacolo, si raggiungevano alcuni spettatori per chiedere le impressioni su quanto appena assistito. Il sondaggio è stato compilato direttamente dalla ricercatrice in base alle risposte del pubblico, raccogliendo 133 gruppi di risposte.

e) questionario 3

Terminata l'edizione 2021 del festival, si è strutturato un sondaggio per valutare l'esperienza dei ragazzi volontari che hanno partecipato al festival tramite il progetto di alternanza scuola/lavoro (PCTO). È nato così il sondaggio denominato "Valutazione PCTO con il festival Teatro sull'Acqua" che è stato rivolto ai 62 ragazzi che hanno preso parte al percorso dal 30 agosto al 12 settembre 2021, somministrato in forma digitale tramite WhatsApp e realizzato graficamente come una chat. Hanno risposto 58 ragazzi.

f) questionario 4

Infine, per valutare poi il livello di cittadinanza attiva tra i partecipanti del festival, si è poi optato per un questionario, denominato “Arona Attiva”, a risposte chiuse principalmente basato su scale numeriche e scale verbali (Likert) rivolto solo ai partecipanti dell'edizione 2021. La somministrazione è avvenuta tra il 1° luglio 2022 e il 13 settembre 2022 tramite QRCode e tramite questionari cartacei. Il pubblico è stato intercettato digitalmente poi durante le giornate di festival intercettato all'ingresso, prima degli eventi e degli spettacoli, e veniva incoraggiato a compilare i moduli durante l'attesa prima dell'inizio degli incontri o degli spettacoli. Si sono raccolti 86 questionari.

RISULTATI

Tra i risultati raggiunti c'è l'individuazione delle tipologie di audience del festival analizzato. Il campione di riferimento dei questionari durante sia l'edizione 2021 sia durante quella 2022 del festival restituisce l'immagine di un pubblico prevalentemente femminile, maturo, con un alto livello di istruzione, locale e appartenente a un ceto medio. Un pubblico fidelizzato e fortemente partecipe alle pratiche culturali, per i quali il festival diventa un momento relazione, di condivisione esperienziale e sociale, anche se vissuto come una sommatoria di singoli eventi ai quali si partecipa per interesse specifico nell'argomento, per curiosità o perché si conosce qualcuno che lavora al festival. Pochi infatti i casi che partecipano a più di quattro giorni di manifestazione.

I rispondenti dei diversi questionari e delle interviste hanno mostrato che il festival ha un impatto molto forte per l'intera comunità che ruota attorno alla manifestazione. Inoltre emerge che la partecipazione al festival ha avvicinato a materie e soggetti culturali prima sconosciuti, incentivando di conseguenza la fruizione ad attività culturali, come la partecipazione a teatro, le visite ai musei, la lettura di libri.

DISCUSSIONE DEI RISULTATI

L'obiettivo della ricerca, senza pretesa di esaustività, era da un lato una verifica dell'importanza della continuità e della persistenza delle manifestazioni culturali nelle cittadine di medie e piccole dimensioni dal punto di vista sociale e culturale. Dall'altro lato, l'osservazione dei tentativi di costruzione di un processo di cittadinanza attiva, a partire da un festival culturale. I risultati raggiunti hanno consentito la formulazione di un ecosistema che vede al suo centro i festival.