Barbara Maussier

Il valore sociale dei festival

La creatività comunicativa

1041 *Laboratorio Sociologico* (fondata nel 1992)

Direttore Scientifico: Costantino Cipolla

Laboratorio Sociologico approfondisce e discute criticamente tematiche epistemologiche, questioni metodologiche e fenomeni sociali attraverso le lenti della sociologia. Particolare attenzione è posta agli strumenti di analisi, che vengono utilizzati secondo i canoni della scientificità delle scienze sociali. Partendo dall'assunto della tolleranza epistemologica di ogni posizione scientifica argomentata, Laboratorio Sociologico si fonda su alcuni principi interconnessi. Tra questi vanno menzionati: la combinazione creativa, ma rigorosa, di induzione, deduzione e adduzione; la referenzialità storico-geografica; l'integrazione dei vari contesti osservativi; l'attenzione alle diverse forme di conoscenze, con particolare attenzione ai prodotti delle nuove tecnologie di rete; la valorizzazione dei nessi e dei fili che legano fra loro le persone, senza che queste ne vengano assorbite e – ultimo ma primo – la capacità di cogliere l'alterità a partire dalle sue categorie "altre". Coerentemente con tale impostazione, Laboratorio Sociologico articola la sua pubblicistica in sei sezioni: *Teoria, Epistemologia, Metodo; Ricerca empirica ed Intervento sociale; Manualistica, Didattica, Divulgazione; Sociologia e Storia; Diritto, Sicurezza e Processi di vittimizzazione; Sociologia e storia della Croce Rossa.*

Comitato Scientifico: Natale Ammaturo†; Ugo Ascoli (Ancona); Claudio Baraldi (Modena e Reggio Emilia); Leonardo Benvenuti, Ezio Sciarra (Chieti); Danila Bertasio (Parma); Giovanni Bertin (Venezia); Rita Biancheri (Pisa); Annamaria Campanini (Milano Bicocca); Gianpaolo Catelli (Catania); Bernardo Cattarinussi (Udine); Roberto Cipriani (Roma III); Ivo Colozzi, Stefano Martelli (Bologna); Celestino Colucci (Pavia); Raffaele De Giorgi (Lecce); Paola Di Nicola (Verona); Roberto De Vita (Siena); Maurizio Esposito (Cassino); Antonio Fadda (Sassari); Pietro Fantozzi (Cosenza); Maria Caterina Federici (Perugia); Franco Garelli (Torino); Guido Giarelli (Catanzaro); Guido Gili (Campobasso); Antonio La Spina (Palermo); Clemente Lanzetti (Cattolica, Milano); Emiliana Mangone (Salerno); Giuseppe Mastroeni (Messina); Rosanna Memoli (La Sapienza, Roma); Everardo Minardi (Teramo); Giuseppe Moro (Bari); Giacomo Mulè (Enna); Giorgio Osti (Trieste); Mauro Palumbo (Genova); Jacinta Paroni Rumi (Brescia); Antonio Scaglia (Trento); Silvio Scanagatta (Padova); Francesco Sidoti (L'Aquila); Donatella Simon (Torino); Bernardo Valli (Urbino); Francesco Vespasiano (Benevento); Angela Zanotti (Ferrara).

Corrispondenti internazionali: Coordinatore: Antonio Maturo (Università di Bologna) Roland J. Campiche (Università di Losanna, Svizzera); Jorge Gonzales (Università di Colima, Messico); Douglas A. Harper (Duquesne University, Pittsburgh, USA); Juergen Kaube (Accademia Brandeburghese delle Scienze, Berlino, Germania); Andrè Kieserling (Università di Bielefeld, Germania); Michael King (University of Reading, Regno Unito); Donald N. Levine (Università di Chicago, USA); Christine Castelain Meunier (Casa delle Scienze Umane, Parigi, Francia); Maria Cecília de Souza Minayo (Escola Nacional de Saúde Pública, Rio de Janeiro, Brasile); Everardo Duarte Nunes (Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, Brasile); Furio Radin (Università di Zagabria, Croazia); Joseph Wu (Università di Taiwan, Taipei, Taiwan).

Coordinamento Editoriale delle Sezioni: Giuseppe Masullo

Ogni sezione della Collana nel suo complesso prevede per ciascun testo la valutazione anticipata di due referee anonimi, esperti nel campo tematico affrontato dal volume.
Alcuni testi di questa collana sono disponibili in commercio nella versione e-book. Tali volumi sono sottoposti allo stesso controllo scientifico (doppio cieco) di quelli presentati in versione a stampa e, pertanto, ne posseggono lo stesso livello di qualità scientifica.

Sezione *Teoria, Epistemologia, Metodo* (attiva dal 1992). *Responsabile Editoriale:* Leonardo Altieri. *Comitato Editoriale:* Agnese Accorsi; Gianmarco Cifaldi; Francesca Cremonini; Davide Galesi; Francesco Gandellini; Ivo Germano; Maura Gobbi; Francesca Guarino; Silvia Lolli jr.; Alessia Manca; Emmanuele Morandi†; Alessandra Rota; Barbara Sena.

Sezione *Ricerca empirica ed Intervento sociale* (attiva dal 1992). *Coordinatore Scientifico*: Andrea Bassi; *Responsabile Editoriale:* Sara Sbaragli. *Comitato Editoriale:* Sara Capizzi; Teresa Carbone; Paola Canestrini; Carmine Clemente; David Donfrancesco; Laura Farneti; Pietro Paolo Guzzo; Ilaria Iseppato; Lorella Molteni; Paolo Polettini; Elisa Porcu; Francesca Rossetti; Alessandra Sannella.

Sezione *Manualistica, Didattica, Divulgazione* (attiva dal 1995). *Coordinatore Scientifico:* Linda Lombi. *Responsabile Editoriale:* Arianna Marastoni. *Comitato Editoriale:* Veronica Agnoletti; Flavia Atzori; Alessia Bertolazzi; Barbara Calderone; Raffaella Cavallo; Carmela Anna Esposito; Laura Gemini; Silvia Lolli sr.; Ilaria Milandri; Annamaria Perino; Fabio Piccoli.

Sezione *Sociologia e Storia* (attiva dal 2008). *Coordinatore Scientifico:* Nicola Strizzolo (Università di Udine) *Consiglio Scientifico:* Nico Bortoletto (Università di Teramo); Alessandro Bosi (Parma); Camillo Brezzi (Arezzo); Luciano Cavalli, Pietro De Marco, Paolo Vanni (Firenze); Sergio Onger, Alessandro Porro (Brescia); Carlo Prandi (Fondazione Kessler – Istituto Trentino di Cultura); Adriano Prosperi (Scuola Normale Superiore di Pisa); Renata Salvarani (Cattolica, Milano); Paul-André Turcotte (Institut Catholique de Paris). *Responsabile Editoriale:* Alessandro Fabbri. *Comitato Editoriale:* Barbara Baccarini; Roberta Benedusi; Elena Bittasi; Emanuele Cerutti; Pia Dusi; Giancarlo Ganzerla; Nicoletta Iannino; Riccardo Maffei; Vittorio Nichilo; Ugo Pavan Dalla Torre; Alessandra Pignatta; Ronald Salzer; Stefano Siliberti†; Paola Sposetti, Loredana Tallarita.

Sezione *Diritto, Sicurezza e processi di vittimizzazione* (attiva dal 2011). *Coordinamento Scientifico:* Carlo Pennisi (Catania); Franco Prina (Torino); Annamaria Rufino (Napoli); Francesco Sidoti (L'Aquila). *Consiglio Scientifico:* Bruno Bertelli (Trento); Teresa Consoli (Catania); Maurizio Esposito (Cassino); Armando Saponaro (Bari); Chiara Scivoletto (Parma). *Responsabili Editoriali:* Andrea Antonilli e Susanna Vezzadini. *Comitato Editoriale:* Flavio Amadori; Christian Arnoldi; Michele Bonazzi; Rose Marie Callà; Teresa Carlone; Dafne Chitos; Gian Marco Cifaldi; Maria Teresa Gammone; Veronica Moretti; Annalisa Plava; Antonia Roberta Siino.

Sezione *Sociologia e storia della Croce Rossa* (attiva dal 2013). *Direttori*: Costantino Cipolla (Bologna) e Paolo Vanni (Firenze). *Consiglio Scientifico*: François Bugnion (*presidente* - CICR), Roger Durand (*presidente* - Société "Henry Dunant"), Giuseppe Armocida (Varese), Stefania Bartoloni (Roma III), Paolo Benvenuti (Roma III), Fabio Bertini (Firenze), Paola Binetti (Campus Bio-Medico, Roma), Ettore Calzolari (Roma I), Giovanni Cipriani (Firenze), Franco A. Fava (Torino), Carlo Focarelli (Perugia; LUISS), Edoardo Greppi (Torino), Gianni Iacovelli (Accademia di Storia dell'Arte Sanitaria, Roma), Giuseppe Palasciano (Bari), Jean-François Pitteloud (già CICR), Alessandro Porro (Brescia), Duccio Vanni (Firenze), Giorgio Zanchin (Padova). *Comitato Editoriale*: Filippo Lombardi (coordinatore), Massimo Aliverti, Nico Bortoletto, Luca Bottero, Virginia Brayda, Carolina David, Antonella Del Chiaro, Renato Del Mastro, Gerardo Di Ruocco, Boris Dubini, Alberto Galazzetti, Livia Giuliano, Laura Grassi, Veronica Grillo, Riccardo Romeo Jasinski, Pier Francesco Liguori, Maurizio Menarini, Maria Enrica Monaco, Gianluigi Nava, Marisella Notarnicola, Marcello Giovanni Novello, Raimonda Ottaviani, Isabella Pascucci, Francesco Ranaldi, Piero Ridolfi, Anastasia Siena, Calogera Tavormina, Silvana Valcavi Menozzi. *Segreteria Scientifica*: Alberto Ardissone (responsabile), Alessandro Fabbri (responsabile), Barbara Baccarini, Elena Branca, Giovanni Cerino Badone, Emanuele Cerutti, Alessandro D'Angelo, Carmela Anna Esposito, Simona Galasi, Sara Moggi, Paola Sposetti.

Barbara Maussier

Il valore sociale dei festival

La creatività comunicativa

LABORATORIO SOCIOLOGICO

Ricerca empirica
ed intervento sociale

FRANCOANGELI

La cura redazionale ed editoriale del testo è stata realizzata da Marta Giubelli.

Il coordinamento editoriale e i referenti di "Laboratorio Sociologico online" sono indicati nel box a chiusura del volume.

ISBN 9788835166757

Copyright © 2024 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Prefazione, di *Stefano Cristante* pag. 9

Ringraziamenti » 13

1. Gli eventi nella società postindustriale » 15
1.1. L'evoluzione del tempo libero » 15
1.2. Eventi e festival: alcuni criteri di classificazione » 17
1.3. Le origini » 20
1.4. Definizioni » 21
1.5. Il successo dei festival » 23
1.6. Le nuove funzioni sociali degli eventi » 25

2. La pianificazione strategica » 26
2.1. Il project management applicato agli eventi » 26
2.2. Fasi, attività e strumenti » 29
2.3. Strumenti della fase di ideazione » 32
2.3.1. La *Swot analysis* » 33
2.3.2. Il profilo strategico » 34
2.3.3. L'analisi dello scenario » 35
2.3.4. Il *benchmarking* » 36
2.3.5. L'analisi degli stakeholder » 37
2.3.6. Il metodo Delphi » 42
2.3.7. Il focus group » 43
2.3.8. Il piano strategico: la visione » 45
2.4. Strumenti della fase di attivazione » 46
2.4.1. Il business plan » 48
2.5. Strumenti della fase di pianificazione » 50

2.5.1. Il piano di produzione generale pag. 51
2.5.2. Il diagramma di Gantt » 53
2.5.3. PERT (*Program Evaluation Review Technique*) » 53
2.5.4. La matrice delle responsabilità » 54
2.6. Strumenti delle fasi di attuazione, completamento e valutazione » 55

3. L'esperienza di un festival » 57
3.1. L'esperienza di un festival per il pubblico: i *festival goers* » 57
3.2. L'esperienza di un festival per gli organizzatori/*promoter* » 60
3.3. L'esperienza di un festival per i residenti » 62
3.3.1. Gli impatti socioculturali degli eventi turistici » 62
3.3.2. I fattori che modificano l'atteggiamento dei residenti » 65
3.3.3. Effetti negativi ed effetti positivi » 66
3.3.4. L'impatto socioeconomico » 69

4. La dimensione organizzativa » 71
4.1. Le componenti principali » 71
4.2. Festival come sistema complesso: il sistema d'offerta » 74
4.3. Il modello organizzativo: la creatività organizzata » 76
4.4. Progettare la struttura organizzativa » 80
4.5. Tipologie di strutture organizzative » 83
4.6. Meccanismi di coordinamento » 87
4.7. La leadership » 90
4.7.1. La leadership situazionale » 92
4.8. Le risorse umane » 95
4.9. La valutazione delle risorse umane » 98
4.10. Il modello formativo dell'organizzazione che apprende: il caso Scuola di Management culturale "Lisa Mascolo" del Ravello Festival » 101

5. La dimensione comunicativa » 105
5.1. Il sistema di comunicazione integrata » 105
5.2. Il piano di comunicazione » 107
5.3. Quando un evento diventa notizia: come attirare l'attenzione » 108

5.4. Il marketing pag. 109
5.5. Il festival come strumento di marketing territoriale » 111
5.6. Programmazione e gestione del territorio » 113

6. La dimensione economica » 115
6.1. Il budget » 115
6.2. Le entrate » 116
6.3. Le uscite » 125

7. Il valore sociale di un festival » 126
7.1. Definizione » 126
7.2. Quadro teorico di riferimento » 129
7.3. I festival come agenti di cambiamento sociale » 133

8. Come programmare il valore sociale di un festival » 137
8.1. La programmazione del cambiamento » 137
8.2. La teoria del cambiamento per la creazione di valore sociale di un festival: la proposta di un modello » 141
8.3. Gli indicatori/azioni del valore sociale » 143
8.4. I percorsi causali: il modello organizzativo » 145
8.5. I metodi » 147

9. Conclusioni » 149
9.1. Il rapporto comunicativo festival-territorio » 149

Bibliografia » 153

Prefazione

di *Stefano Cristante*[*]

La sociologia dei processi culturali è un campo disciplinare molto ampio, che spazia dallo studio dei media e della comunicazione a quello della produzione culturale e delle pratiche di consumo. Il suo punto di origine è l'indagine sulle dinamiche e i comportamenti collettivi, come in tutte le strategie scientifiche che implicano una "comprensione" della società, in questo caso osservata nella sua angolazione culturale. Centrale nella sua definizione è l'espressione "processi culturali": indica che gli oggetti di cui si occupa non sono assimilabili a qualcosa di statico o di circoscrivibile a uno stato di uniformità, ma che piuttosto hanno a che fare con una ridefinizione continua, con una trasformazione, con un cambiamento. Lo studio degli eventi interessa e coinvolge pienamente la sociologia dei processi culturali, perché negli "eventi" la società si rappresenta e si riflette. Non solo: gli eventi retroagiscono sulla società e la spingono in direzioni diverse, determinando cambi di assetto a volte assai significativi. È una caratteristica che si ritrova nell'intera storia umana e che ha riguardato eventi religiosi, artistici, culturali, politici e sportivi la cui datazione ci riporta indietro di secoli e millenni, anche se solo con l'avvento della modernità occidentale gli eventi hanno preso a punteggiare sempre più vistosamente il calendario delle società, assumendo il rilievo di appuntamenti che accompagnano strettamente la vita di miliardi di individui. Accogliendo gli eventi tra i propri oggetti di studio, la sociologia dei processi culturali afferma che essi rientrano tra gli ingredienti necessari per cogliere come la società si organizzi per rappresentarsi pubblicamente, definendo anche con precisione quale genere di società moderna prenda forma negli spazi-tempi dell'attualità. Negli ultimi vent'anni si sono compiuti diversi passi avanti nello studio e nella formazione collegati agli eventi culturali, e la ricerca sociologica si è dimostrata la più sensibile a un approccio ampio e trasversale, accogliendo contributi dalla storia, dall'economia,

[*] Professore ordinario di Sociologia dei processi culturali e comunicativi (Sps/08) presso l'Università del Salento.

dall'antropologia e, naturalmente, dalla comunicazione. Ciascuno di questi ambiti disciplinari ha fornito strumenti importanti alla comprensione degli eventi: la storia ha consentito di rintracciarne le tipologie e di riconoscerne l'importanza fin dalla classicità greco-romana, l'economia di considerare l'entità e la redditività degli investimenti per realizzarli, l'antropologia di inserirli in un quadro concettuale e culturale che si allarga a tutte le società umane, la comunicazione di vincolarli allo sviluppo e all'azione pervasiva dei media. A partire dai primi anni 2000, si è anche sviluppato un filone originale di formazione sugli eventi, di cui ricordo il pioneristico master in "Ideazione, management e marketing degli eventi culturali" della Sapienza, frutto delle intuizioni del mediologo Alberto Abruzzese (all'epoca presidente del corso di laurea in Scienze della Comunicazione) e dell'operatore culturale Francesco Pettarin (uno dei fondatori della Cooperativa Massenzio e quindi protagonista dell'Estate Romana voluta dall'assessore Renato Nicolini). Altre suggestioni vennero – sia sul piano concettuale sia su quello della sperimentazione organizzativa, specie per il Ravello Festival – da Domenico De Masi e dai suoi collaboratori, sia accademici che associativi. Molte cose sono da allora cambiate, e la sociologia dei processi culturali ha puntato sugli eventi la propria lente di osservazione, con l'obiettivo di scandagliarli sempre più in profondità. Ne è testimonianza questo volume di Barbara Maussier, allieva di De Masi, che prende le mosse da una categoria specifica di eventi culturali, i festival. Proprio ai festival il libro di Maussier è dedicato, con l'evidente intenzione di considerarli esempi significativi di "creatività comunicativa", come recita il sottotitolo del lavoro della sociologa. Fin dal primo capitolo Maussier si dota di una robusta bibliografia per abbozzare una tipologia molto ampia di eventi (celebrativi, artistici, commerciali, sportivi, educativi, ricreativi, politici e privati, come nella tabella 1 di p. 18), che rapidamente vengono classificati in base a un insieme dettagliato di variabili (si veda la tabella 2 di p. 19). Risalendo agli eventi fondativi della modernità industriale, vale a dire le Esposizioni Universali e le Olimpiadi, Maussier affronta subito e senza timori la questione della definizione della pur ampia porzione di eventi che chiamiamo festival. "Al termine festival vengono spesso associate realtà molto diverse tra loro (fiere, congressi, sagre, concerti ecc.) generando a volte confusione e superficialità d'analisi. Per restringere il campo d'indagine, per festival qui si intende una manifestazione che abbia una continuità storica, un preciso tema culturale, eventi concentrati in un tempo e luogo precisi (...)" (p. 23). L'autrice aggiunge poi la possibilità di inserimento dei festival nell'insieme degli eventi turistici e, soprattutto, la presenza di un pubblico attivo, specie nella prospettiva dei festival culturali. Si tratta di una definizione condivisibile, pur nella precisazione di alcuni autori (in particolare McKercher) sulla tangibile diversità tra festival di lunga

e breve durata: i primi avrebbero in realtà carattere di festival-rassegna, e quindi secondo McKercher solo gli eventi estesi al massimo nell'arco di una settimana meriterebbero di essere studiati come festival veri e propri. Ad ogni modo i festival sono macchine che vengono sempre più incontro al territorio e alle sue necessità di attrarre visitatori motivati: il loro successo è palpabile e si incarna nelle lunghe code di spettatori che attendono pazientemente di entrare nei luoghi dove si esibiranno musicisti o attori o discuteranno giornalisti e scienziati sociali, oppure ancora dove saranno proiettati film storici o inediti. I festival funzionano (nel 2022 sono stati 273 quelli sovvenzionati dal Fondo Unico per lo Spettacolo del Ministero della Cultura), e l'autrice ha facile gioco a dimostrare come la loro affermazione sia frutto di una programmazione meticolosa e di una accorta politica delle risorse economiche e umane, nonché di una visione strategica della comunicazione integrata. A ognuna di queste dimensioni Barbara Maussier dedica almeno un capitolo, ma è sugli ultimi due (che poi convergono nel capitolo conclusivo) che vorrei soffermarmi brevemente. In primo luogo, l'autrice non si limita a confermare i numerosi effetti positivi dei festival sul territorio, ma mette anche in luce la possibilità che si verifichino inconvenienti e veri e propri disagi. Ad esempio, non bisogna sottovalutare la spinta alla commercializzazione dei festival, che rischia di far approdare un vasto pubblico in una zona mainstream confinante con la standardizzazione culturale (il contrario di ciò che di solito un festival vorrebbe rappresentare). Bisogna anche aver presente che insistere troppo sui centri storici urbani come scenari per i festival può accelerare la tendenza distruttiva verso la gentrificazione e che bisogna prevedere fin dall'ideazione di un festival il suo impatto ambientale.

Ecco perché l'autrice fa riferimento al concetto di sostenibilità anche per il mondo degli eventi culturali: all'ombra di questo termine si devono svolgere operazioni assai complesse come l'ascolto del territorio e delle sue esigenze, in modo da soppesare con lungimiranza quali elementi positivi generali potrebbero essere esaltati da un festival oppure invece quali strettoie si potrebbero determinare con un tema e un'organizzazione diversi. Criteri etici, sociali e ambientali si impongono: vale a dire che l'energia che può provenire da una progettazione sostenibile può distribuirsi nelle pieghe della comunità dove è stata pensata o accolta e che l'immagine di una città può migliorare sensibilmente grazie a un festival ben riuscito e alle sue ricadute sulle reti culturali urbane. È quello che Maussier chiama "valore sociale del medium festival" che dipende dalla consapevolezza degli operatori e dei loro finanziatori (pubblici e privati) sull'importanza delle proprie intraprese. Ne deriva un apparato metodologico e applicativo di cui questo stesso volume rappresenta una tappa evolutiva.

Ringraziamenti

Questo libro è il risultato della mia ormai lunga esperienza nel campo dell'organizzazione di eventi dal punto di vista manageriale e scientifico-accademico. Il mio percorso è iniziato con la tesi di laurea in Sociologia dedicata allo studio dell'organizzazione del turismo, esaminando il caso Ravello, e si è approfondito con la tesi di dottorato in comunicazione, incentrata sullo studio dei festival.

Per anni ho avuto l'onore di essere direttore artistico di Clipmusic, la sezione giovani del Ravello Festival, da me ideata, dedicata ai videoclip musicali. Questa esperienza, insieme alla Scuola di Management Culturale del Ravello Festival, progettata con il sociologo Domenico De Masi e il sociologo del turismo Niccolò Costa, mi ha permesso di confrontare teoria e pratica con una prospettiva internazionale.

Desidero esprimere la mia profonda gratitudine a tutte le persone che mi hanno stimolato ad approfondire il mio interesse per un tema così trasversale e creativo come quello dei festival. In questo modo ho potuto comprendere l'importanza e le nuove funzioni sociali del tempo libero nella società contemporanea.

Un grazie di cuore alla mia famiglia, ai miei studenti e ai miei docenti, che hanno alimentato in me la determinazione necessaria per scrivere questo libro.

Spero quindi che il mio lavoro possa essere utile a chi, come me, crede nel valore sociale della costruzione del bene comune.

Dedico questo libro alla memoria del Professore Domenico De Masi.

1. Gli eventi nella società postindustriale

1.1. L'evoluzione del tempo libero

Il concetto di tempo libero nasce in epoca moderna all'incirca alla metà dell'Ottocento: il delinearsi della civiltà industriale infatti decreta la differenziazione tra tempi quantitativi (quelli collettivi della fabbrica) e qualitativi ("liberati" dal lavoro e individuali). Successivamente, in epoca postindustriale, con l'innovazione tecnologica e organizzativa del lavoro si espande il "tempo per sé", soprattutto grazie alla destrutturazione spazio-temporale, determinata dall'avvento delle nuove tecnologie informatiche e da un'organizzazione del lavoro sempre più flessibile e desincronizzata. Per Lusetti (Lusetti e Minardi, 1998) la separazione tra tempo libero e tempo di lavoro ha creato nell'uomo due ordini di bisogni fondamentali: da un lato la ricerca di un universo simbolico in cui riconoscersi, dall'altro una rinnovata esigenza di ricostruire rapporti significativi, vale a dire un bisogno di convivialità e di coesione di gruppo. Il tempo libero ha acquistato un ruolo centrale nella creazione dell'identità degli individui, portando a una crescente domanda di socialità ludico-creativa. Nella contemporanea società postindustriale, il tempo libero assume una centralità rinnovata nella vita dell'uomo postmoderno sia in termini di quantità che di qualità (Bell, 1973; Touraine, 1970; Lash e Urry, 1994; Cipolla e Pitasi, 2020). L'interazione del progresso tecnologico, dello sviluppo organizzativo, della globalizzazione, dei mass media e della diffusione della istruzione di massa ha comportato la riduzione, la trasformazione o l'eliminazione dei tempi di lavoro. Questo ha portato all'espansione del tempo dedicato a sé stessi, generando una società orientata verso la produzione di informazioni, servizi, simboli, creatività, valori ed estetica. Queste dinamiche hanno plasmato nuove strutture economiche, nuove forme di occupazione e di svago, nuovi valori, nuovi attori sociali e nuove modalità di convivenza. Il tempo diventa un flusso di esperienze, dove momenti di lavoro produttivo, svago divertente e studio formativo coesistono, come sostenuto dal sociologo De Masi. Il concetto di "Ozio Creativo" (De Masi, 2002) si manifesta in diverse professioni della

nuova classe creativa esplorata da Richard Florida (2003). Questa mescolanza di esperienze di vita ha generato una maggiore diversificazione nella percezione e nell'uso del tempo libero, che non è più vissuto in modo prescrittivo e codificato, ma è diventato un contenitore polisemico nel quale ogni individuo attribuisce significati personali. Questa varietà di significati si riflette nelle nuove forme di socialità postmoderne descritte da Maffesoli (2004), caratterizzate da una condivisione di interessi, stili di vita e gusti che diventano nuovi codici simbolici per costruire una nuova dimensione comunitaria e identità sociale (Maussier, 2014).

La frammentazione della realtà sociale e la pluralizzazione dei centri di potere e dei sistemi di riferimento e di significato hanno provocato effetti disgregativi sul tessuto sociale e sulla struttura cognitiva dei soggetti (Calvaruso, Abruzzese, 1985). Il disorientamento causato dalla mancanza di un centro unitario di legittimazione, controllo e riferimento ha segnato la fine di una visione monolitica del mondo. Il relativismo postmoderno, con il conseguente declino delle vecchie istituzioni culturali e degli agenti socializzanti tradizionali, ha aperto uno spazio creativo per il tempo libero, dotandolo di nuove funzioni sociali.

Spesso gli agenti tradizionali di socializzazione perdono terreno rispetto ai nuovi media, veicolo di trasmissione di modelli culturali e comportamentali innovativi. Nel praticare le attività di tempo libero l'uomo postmoderno costruisce e afferma la propria identità, cercando spazi di umanità attraverso legami emozionali e comunitari. La partecipazione a eventi culturali diventa un pretesto per condividere rituali collettivi e sentirsi parte di una "tribù sociale". Questi eventi si trasformano in momenti di aggregazione, esperienze da condividere per comunicare sistemi di valori e stili di vita. Il tempo libero è ora chiamato a soddisfare le esigenze di affermazione dell'identità, ricerca di significato e creazione di relazioni autentiche, non essendo più considerato periferico rispetto al tempo dedicato al lavoro (Maussier, 2017, 2021). La crescita generalizzata dei livelli di reddito, l'innalzamento dei livelli di istruzione e l'aumento del tempo extralavorativo risultano essere, secondo la letteratura, le variabili socioeconomiche che hanno inciso positivamente sulla diffusione della partecipazione culturale. Rifkin (2000) riconosce proprio nella cultura – "esperienza umana condivisa" – la linea di frontiera e di sviluppo dell'era contemporanea e nell'industria culturale il settore economico in maggiore crescita.

Tutto questo ci porta a una riflessione sui festival in termini di insieme di relazioni e di esperienze, quindi come nuove merci dell'era dell'accesso alle informazioni e alle esperienze (Rifkin, 2000). Infine, il festival è anche una risorsa produttiva dell'industria postfordista del tempo libero, del turismo e dell'ospitalità, perché attrae *visitors* e, quindi, è programmabile anche come medium del territorio e della città ospitale con i residenti e le popolazioni transitorie che viaggiano con prevalenti motivazioni culturali (Costa, 2005, 2008).

1.2. Eventi e festival: alcuni criteri di classificazione

Il settore degli eventi è ormai talmente vasto ed eterogeneo che risulta molto difficile dare una definizione inclusiva di tutte le tipologie. Getz (1989) sostiene che un evento è qualcosa che ha luogo una sola volta o non frequentemente, al di fuori delle attività di *routine* dello sponsor o del soggetto che l'organizza. Per il visitatore l'evento speciale è un'opportunità per il tempo libero, è un'esperienza sociale, culturale o di intrattenimento che va al di là delle possibilità ordinarie o delle esperienze quotidiane. Per Goldblatt (1998), l'evento è un momento unico, celebrato con una cerimonia e un rituale, finalizzato alla soddisfazione di specifici bisogni. Possono essere incluse nella categoria degli eventi numerose manifestazioni dalle caratteristiche molto eterogenee, dal bacino d'utenza limitato a quelle con risonanza a livello internazionale, a volte anche mondiale come nel caso degli Expo o del Giubileo (Cipriani, 2003), e possono essere classificati, secondo le variabili, quali ripetitività o unicità, cadenza temporale, tipo di pubblico, finalità, attrattiva, impatto sul territorio. La vera specificità, nonché l'elemento che li caratterizza e li rende particolarmente attrattivi, è la durata limitata nel tempo: il fatto di essere temporalmente circoscritto, con un inizio e una fine, è l'origine di gran parte del suo *appeal*, poiché questo è ciò che lo contraddistingue da altri programmi permanenti, che possono essere fruiti in qualsiasi momento. Il pubblico, infatti, si aspetta che un evento, per sua stessa natura, finisca, e di conseguenza sa di avere a disposizione una frazione limitata di tempo per parteciparvi. Questo stimola la partecipazione, soprattutto dal punto di vista emotivo, alimenta la tensione e il coinvolgimento, specialmente nel caso di eventi unici nel loro genere (Getz, 2005). Il loro successo, inoltre, è legato alla dinamicità, intesa come capacità di evolversi e di presentarsi in modo differente nei diversi luoghi e nei vari momenti in cui si manifestano. Ciascun evento è unico, perché anche se ripetuto nel tempo, non ha mai le stesse caratteristiche, che dipendono da un insieme di fattori quali la durata, l'organizzazione, i partecipanti, la progettazione, la sede e il programma. Rilevanti nella valutazione di un evento, sono l'importanza a essi attribuita dai visitatori e l'impatto sui flussi turistici e sull'immagine della località ospitante, elementi che fanno sì che gli eventi possano essere considerati veri e propri strumenti di marketing territoriale. Getz (2005) ha elaborato una prima classificazione delle tipologie di eventi e dei criteri in base ai quali gli eventi possono essere classificati. Nella prima tabella (Tab. 1) sono individuate otto *tipologie di eventi* pianificati, considerando sia quelli con finalità pubbliche sia private.

Tab. 1 - Tipologie di eventi (Fonte: Getz, 2005)

Tipologia	Eventi
Celebrazioni	Festival, carnevali, eventi religiosi, commemorazioni
Eventi artistici/di intrattenimento	Concerti, festival, mostre, premiazioni artistiche
Eventi d'affari/commerciali	Fiere, mercati, meeting, conferenze, convegni
Competizioni sportive	Professionali e amatoriali
Eventi educativi e scientifici	Seminari, workshop, congressi
Eventi ricreativi	Giochi, sport non competitivi, passatempi
Eventi politi/civili	Inaugurazioni, visite di autorità, cerimonie di investitura
Eventi privati	Celebrazioni personali (anniversari, feste famigliari, riti) ed eventi sociali (feste, riunioni)

La seconda tabella (Tab. 2) mostra alcuni criteri in base ai quali gli eventi possono essere classificati. Questi criteri influiscono sulle scelte strategiche e sulle modalità di gestione delle manifestazioni, consentendo di cogliere le differenze e le similitudini negli aspetti organizzativi e di impatto sul territorio. A seconda dello scopo e della circostanza gli eventi possono cadere in più di una categoria.

Dal rapporto *City Tourism & Culture. The European Experience* (Grosso, 2007), nella descrizione della domanda di turismo culturale emergono elementi di novità:

- una sempre maggiore attenzione per gli eventi oltre che per le attrazioni "fisse";
- un grande interesse, accanto agli aspetti più tradizionalmente storico-culturali, per la cultura materiale (gastronomia, artigianato, manifestazioni folkloristiche);
- un accresciuto interesse per i centri minori, i borghi, una conoscenza diffusa del territorio;
- la ricerca di un'esperienza memorabile e unica, di prodotti personalizzati che soddisfino aspirazioni di crescita personale e sviluppino competenze.

Tutto questo ha ormai portato, anche in Italia, alla nascita di un vero e proprio settore capace di generare profitto economico, vantaggio sociale e possibilità di impiego. Gli eventi assumono oggi il carico di senso e di valori che una volta avevano le feste (riti per la comunità), sono forme d'intrattenimento in uno spazio/tempo collettivo che rispondono a domande e bisogni sociali. Tra tutte le tipologie di eventi senz'altro in Italia si è registrata negli ultimi decenni l'esplosione di una tipologia in particolare: i festival.

Tab. 2 - Possibili criteri di classificazione di eventi (Fonte: Getz, 2005)

Cadenza	Periodico, unico
Durata e tempi	Un giorno, un mese, tipo di giornata e orari
Bacino di attrazione	Locale, regionale, nazionale, internazionale
Numero di visitatori	Basso, medio, alto
Tipo di accesso	Libero, a pagamento, libero ma con biglietto, a inviti
Livello di attenzione da parte dei media	Locale, regionale, nazionale, internazionale
Target di riferimento	Giovani, anziani, single, famiglie con bambini, residenti, turisti, giornalisti, clienti
Spazi utilizzati	Un'area, più aree, aree destinate a eventi speciali, un quartiere di una città
Sede	Unica, molteplici (eventi itineranti)
Pacchetto di attrazioni offerte	Un unico evento, un evento fondamentale e altre attrazioni minori, più eventi minori
Servizi offerti	Informazioni, prenotazioni, trasporti, accoglienza, ristorazioni, sicurezza, sanità, altri eventi di intrattenimento per apprendimento o socializzazione
Tipologia	Celebrativa, culturale, ricreativa, folkloristica, lavorativa, religiosa, sportiva, commerciale, politica, fundraising
Scopo principale	Gestione dei flussi turistici, raccolta di fondi, intrattenimento, promozione commerciale, miglioramento dell'immagine, incoraggiamento alla partecipazione a un tipo di attività, filantropico, sociale
Tema	Culturale, commerciale, sociale
Iniziativa e ownership	Soggetti promotori, ideatori, titolari dei contenuti e del marchio
Tipo di organizzazione e vari soggetti coinvolti	Volontari, professionisti, enti pubblici, soggetti misti (pubblici e privati), sponsor, aziende fornitrici
Principali fonti di risorse finanziarie	Pubbliche, private, sponsorizzazioni, biglietteria, merchandising
Genere	Fiera, festival, congresso, concerto, competizione sportiva, mostra, meeting, festività religiosa, expo, commemorazione