



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO

DISCUI
DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE,
STUDI UMANISTICI E INTERNAZIONALI:
STORIA, CULTURE, LINGUE, LETTERATURE, ARTI, MEDIA



LaRiCA
OSSERVATORIO DEI PUBBLICI
DELLO SPETTACOLO DAL VIVO

Roberta Bartoletti Laura Gemini Stefano Brilli

IL ROSSINI OPERA FESTIVAL NELL'ESPERIENZA DEGLI SPETTATORI: INDAGINE SU IDENTITÀ, GRADIMENTO E COMUNITÀ DEL FESTIVAL

Analisi delle interviste al pubblico dell'edizione 2018

**IL ROSSINI OPERA FESTIVAL NELL'ESPERIENZA DEGLI SPETTATORI:
INDAGINE SU IDENTITÀ, GRADIMENTO E COMUNITÀ DEL FESTIVAL**

Roberta Bartoletti Laura Gemini Stefano Brilli

**IL ROSSINI OPERA FESTIVAL
NELL'ESPERIENZA DEGLI SPETTATORI:
INDAGINE SU IDENTITÀ,
GRADIMENTO E COMUNITÀ DEL FESTIVAL**

Analisi delle interviste al pubblico dell'edizione 2018

Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali:
Storia, Culture, Lingue, Letterature, Arti, Media (DISCUI)
Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo"

Indice

Introduzione: obiettivi e metodologia della ricerca	p. 7
1. Lo spettatore della lirica	p. 8
1.1 La nascita della passione per l'opera	p. 8
1.2 Il piacere della lirica	p. 9
1.3 Le componenti dell'opera e la regia	p. 11
1.4 Interazioni e relazioni all'opera	p. 13
2. Il ROF per i frequentatori del Festival	p. 15
2.1 La storia con il ROF	p. 15
2.2 L'identità del ROF	p. 17
2.3 Pesaro e il ROF	p. 19
2.4 Il pubblico del ROF	p. 21
3. La relazione con Rossini	p. 23
3.1 Che cosa significa Rossini per lo spettatore del ROF	p. 23
3.2 Fan di Rossini?	p. 26
4. Aspetti critici e suggerimenti al Festival	p. 29
4.1 Gli aspetti critici	p. 29
4.2 Che cosa vorresti al ROF	p. 31
Conclusioni	p. 35
Bibliografia	p. 37

Introduzione: obiettivi e metodologia della ricerca

Con questa seconda edizione della ricerca sul pubblico del ROF realizzata dall'Osservatorio dei pubblici dello spettacolo dal vivo dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, il Rossini Opera Festival conferma il proprio impegno nello sviluppo di un approccio integrato dell'ascolto dei propri pubblici. Se in apertura al precedente report sottolineavamo l'esigenza e la validità dell'applicazione di un approccio scientifico e non impressionistico allo studio delle *audience* della cultura, quest'anno ci troviamo a rimarcare l'importanza di un orientamento metodologico all'ascolto plurale e continuato. Più che una "seconda edizione", la presente è una "seconda fase" della ricerca iniziata con l'edizione ROF del 2017. Laddove la prima fase era orientata alla produzione di una fotografia del pubblico del Festival nel suo complesso, delle sue specifiche sociografiche, dei suoi comportamenti di consumo e del gradimento, questa seconda fase indaga più in profondità l'esperienza viva degli spettatori al Festival e i significati che questi attribuiscono a tale evento e alla loro partecipazione, attraverso interviste e focus group. La combinazione di metodologie quantitative e qualitative nello studio delle *audience* offre infatti una decisiva opportunità per le organizzazioni culturali di comprendere non solo lo stato attuale del pubblico, ma anche di ottenere insight sulle propensioni degli spettatori, sulle tensioni culturali e sulle trasformazioni in corso della fruizione e del gradimento. L'impiego dell'intervista qualitativa¹ non mira quindi alla creazione di un profilo dell'esperienza al Festival generalizzabile a tutti i partecipanti, ma permette di osservare le diverse categorie del comportamento e dei processi di attribuzione di senso dello spettatore.

Nello specifico sono state svolte 18 interviste semi strutturate – a 8 spettatori stranieri e 10 italiani² – di una durata variabile dai 45 ai 90 minuti, e tre focus group (con 20 partecipanti complessivi) con spettatori del Festival della zona di Pesaro, per un totale di 38 intervistati. I contatti delle interviste singole sono stati raccolti dal personale del ROF durante l'edizione 2018 del Festival, mentre gli spettatori locali che hanno partecipato ai focus group sono stati contattati sempre dal ROF a partire da conoscenze personali.

Le interviste hanno toccato le seguenti aree tematiche: 1) la nascita e lo sviluppo della passione per la lirica, 2) il piacere per la lirica nel suo specifico, 3) comunità e relazioni attraverso la lirica, 4) la propria biografia di frequentazione del Rossini Opera Festival, 5) significato e immagine del Festival agli occhi del pubblico, 6) il rapporto con la città, 7) il rapporto con Rossini, 8) aspetti più e meno graditi del Festival e possibili suggerimenti.

¹ Sebbene piuttosto recente, l'approccio qualitativo nel campo delle ricerche sui pubblici dell'opera si è dimostrato particolarmente efficace nel produrre risultati scientifici e operativi di rilievo. Si vedano ad esempio: Benzecry 2011, O'Neill et al. 2014, Cuenca et al. 2015, Edelman et al. 2016, Paltrinieri e Parmiggiani 2016.

² Delle 23 persone contattate 5 non hanno risposto o non sono riuscite a svolgere l'intervista.

Dall'analisi del contenuto delle interviste realizzate seguendo le 8 aree tematiche si ritiene utile ai fini della rendicontazione delle generalizzazioni empiriche condensare in 4 parti le riflessioni degli intervistati intorno alla lirica e al Festival in base a questo schema: 1) lo spettatore della lirica, 2) il ROF per i frequentatori del Festival, 3) la relazione con Rossini, 4) aspetti critici e suggerimenti per il Festival.

Un sentito ringraziamento va al Rossini Opera Festival per l'eccellente lavoro nel reperimento dei contatti e nell'organizzazione dei focus group e, in particolare, a tutti gli intervistati che hanno dedicato il loro tempo alla ricerca.

1. Lo spettatore della lirica

La prima parte del report analizza il consumo della lirica degli spettatori del ROF nel suo complesso, mettendo quindi in luce alcuni nodi centrali che caratterizzano l'innescio e lo sviluppo di tale passione. Il fine è quello di fornire spunti utili non solo alla comprensione e alla cura dell'esperienza di chi è già frequentatore, ma anche capire quali leve possano essere le più efficaci nell'attivare l'interesse futuro dei nuovi pubblici.

1.1 La nascita della passione per l'opera

Un primo dato che emerge con evidenza è la molteplicità di percorsi e background che portano a sviluppare un legame viscerale con la lirica. Circa metà degli intervistati dichiara infatti come la musica classica o sinfonica non fosse ascoltata nelle loro famiglie. In alcuni casi si sottolinea anzi come il contesto familiare di partenza fosse del tutto privo di qualsiasi interesse musicale. In particolare, spicca come tale passione, che occupa un posto di assoluta importanza nei vissuti degli intervistati, sia sempre il prodotto di una riscoperta o di un intenso lavoro su se stessi. Anche quando la musica lirica o sinfonica viene ascoltata in casa, lo sviluppo della passione non viene mai passivamente ereditato. Tale sviluppo è spesso il frutto di un successivo "ritrovamento", dove la predisposizione iniziale si lega all'evoluzione autonoma del gusto dell'individuo:

"Per un periodo sono stato molto lontano dal mondo musicale. Poi quando ho deciso di laurearmi, iniziare a lavorare, e dunque a dare un senso alla mia vita, la musica è ritornata prepotentemente nella mia vita. [...] Quella roba ti entra dentro anche se sei distratto a fare altre cose. Poi con il passare degli anni questa cosa si è stratificata" (M, 58 anni, pubblico italiano).³

Oltre ad alcuni intermediari classici della passione – i nonni, un insegnante particolarmente appassionato, un/a compagno/a di vita melomane – viene messo in risalto

³ Nelle verbalizzazioni delle interviste riportiamo fra parentesi alcune informazioni minime per inquadrare l'intervistato mantenendo al contempo la sua privacy. La prima lettera si riferisce al sesso – "M" per maschio e "F" per femmina. L'età non è ovunque presente, laddove l'intervistato non ha rilasciato tale informazione. Riguardo la provenienza dell'intervistato distinguiamo fra pubblico straniero, pubblico italiano e pubblico locale. Per quest'ultimo intendiamo gli abitanti della zona di Pesaro che hanno partecipato ai focus group.

il ruolo dei media nell'incontro con la lirica: le dirette radiofoniche, le riduzioni per la televisione, le VHS comprate in edicola, i primi siti per appassionati come OperaClick negli anni Novanta, per proseguire poi attualmente con YouTube e Spotify. Tale dato mostra come quella per la lirica non sia necessariamente una passione iniziata da un incontro dal vivo. Aspetto dimostrato anche dal fatto che per alcuni intervistati il ROF è stato una scoperta "mediata":

"Sono state le dirette di Radio3 a far partire tutto, lì ho scoperto la cosa. È stato quello, anche perché era l'anno del *Guglielmo Tell*, forse il '95, in cui ci sono state le dirette" (M, 40 anni, pubblico italiano).

"Sapevo che c'era questo Festival su Radio3 e ho iniziato a seguirlo" (M, 60 anni, pubblico italiano).

"Mi sono fatto delle registrazioni del ROF, quindi spesso nel weekend le riascolto. Le ascolto perché mi penetrano di più" (M, 62 anni, pubblico italiano).

Lo sviluppo della passione per la lirica ha comportato per la maggior parte degli intervistati un vero e proprio esercizio su di sé, fatto di studio, frequentazione assidua e sviluppo di pratiche mnemoniche e archivistiche: c'è chi conserva un database in cui vengono schedate tutte le opere viste e con annotati interpreti e note critiche e chi scrive recensioni degli spettacoli senza pubblicarle, ma solo per ordinare le proprie memorie e le osservazioni sulle performance. A questo lavoro si lega poi lo sviluppo di competenze parallele che si alimentano in modo circolare con la passione per la lirica: lo studio dell'italiano attraverso i libretti per gli spettatori stranieri, l'interessarsi alla storia e al costume del tempo del compositore oppure l'imparare a leggere la musica al fine di riuscire a comprendere l'apparato critico delle opere. È proprio nella completezza che questo coinvolgimento – da molti descritto come una "ossessione" o una "dipendenza" – diviene qualcosa di più profondo, diventando un repertorio di parole, comportamenti e modi di vedere il mondo impiegati anche nella vita quotidiana:

"If you challenge me to talk to you in Italian, I think I will be able to understand you. The way that I learned opera was always with the libretto, for example from *Il barbiere* I can recite to you complete sections. This is why I say it has become an addiction. [...] People that are close to me know that I'm constantly quoting from different Italian operas" (M, 67 anni, pubblico straniero).

1.2 Il piacere della lirica

Complessivamente per gli intervistati la musica lirica e sinfonica tende a rappresentare il tipo di attività culturale prediletta. Coerentemente con quanto rilevato dal questionario, gli appassionati di Rossini interpellati mostrano un consumo culturale intenso e abbastanza vario, dove però l'opera spicca in termini di passione, tempo e risorse dedicate.

Per gli intervistati il piacere della lirica appare come un tipo di gratificazione fortemente incentrato sui fattori intrinseci dello spettacolo,⁴ ossia derivanti dal rapporto

⁴ Ci rifacciamo qua alla distinzione fra funzioni dell'arte intrinseche, semi-intrinseche ed estrinseche sviluppata da Hans Van Maanen (2009).

con l'oggetto artistico più che da fattori contestuali e accessori (come la compagnia, la possibilità di conoscere persone, il teatro o l'occasione mondana). Dai racconti degli intervistati sono distinguibili cinque macro-categorie di piaceri utilizzate per descrivere l'unicità della lirica: l'eccitazione, l'impresa, il trasporto, il contatto con il limite e il piacere intellettuale.

Sul piano dell'eccitazione l'opera è descritta come uno spettacolo unico nella sua capacità di invadere emozionalmente l'ascoltatore, attivando un coinvolgimento corporeo che influenza positivamente il suo benessere:

“L'opera lirica mi dà carica, adrenalina e partecipazione. Soprattutto pensare che quello che sto ascoltando è nel mio interesse, mi dà un ritorno immediato e molto profondo che poi si protrae per i giorni successivi allo spettacolo. [...] Una volta sono rimasto proprio per qualche secondo immobile, non riuscivo ad applaudire, tale era il coinvolgimento” (M, 42 anni, pubblico italiano).

Particolarmente legato all'eccitazione è il piacere di assistere al compiersi di un'impresa ad alto rischio, data dalla complessità dei molteplici fattori che si combinano nell'opera. Qui la dimensione *dal vivo* risulta cruciale,⁵ laddove gli spettatori si sentono insieme testimoni di una sfida aperta, dove il momento del fallimento viene continuamente rimandato fino alla sua scomparsa ed esorcizzazione definitiva nella trionfale conclusione:

“The combination of voice and orchestra probably is what does it for me. I have a sense of exaltation. When I listen to the opera, the combination of words and music in a way is probably less abstract, and the combination is something that please me most. I have to be frank with you that there are situations at the opera that if you measure my pulse, I definitely have tachycardia. And when you like it so much at the end you explode with joy and you reward the stage with *bravo*” (M, 67 anni, pubblico straniero).

“Forse è il piacere della difficoltà. Il canto lirico non è molto semplice. Poi dal vivo c'è sempre l'elemento umano, quindi puoi avere sensazioni diverse. Poi questo aspetto circense di una sfida. A me piacciono quelle produzioni in cui sembra una sfida, in cui l'esecutore deve garantire una certa preparazione. [...] Faccio un esempio del ROF, a inizio anni duemila: era una serata molto movimentata, poi quando c'è stata la scena più importante tutti erano in silenzio. È un po' come una manifestazione sportiva. Il bello è questo magnetismo” (M, 40 anni, pubblico italiano).

L'opera è poi capace di trasportare l'ascoltatore in un altro mondo. L'abbondanza di stimoli data dalla combinazione delle molte componenti di questo spettacolo riesce a fornire un'occasione immersiva di evasione non triviale, capace di lasciare l'individuo momentaneamente al riparo dai problemi della quotidianità. In questo senso va letto anche il rigore richiesto dal codice di comportamento del pubblico all'opera, utile al mantenimento dei confini del mondo creato dalla performance:

⁵ Per una trattazione approfondita del ruolo della *liveness* nelle performing arts rimandiamo a Auslander 1999, Barker 2012 e Gemini 2016. Riguardo al rapporto fra *liveness* e opera: Morris 2010, Edelman et al. 2016, Irina 2016.

“Quando sono all’opera mi piace essere con la musica, voglio dimenticare le sofferenze che incontro nel lavoro. Non voglio essere disturbata. Ho bisogno di dimenticare la realtà. Non mi piace essere con gli altri per questo, anche se a Pesaro la situazione è diversa perché la gente è tranquilla” (F, 60 anni, pubblico straniero).

“What really gets up my nose is mobile phones – particularly in Italy, sorry. The Italians are continually flicking their phone on and off during the performances. And this is quite rude to the person next to you. [...] I think is disrespectful to the artist and to the audience: you shouldn’t bring your day to day business with you” (M, 60 anni, pubblico straniero).

In molti casi l’unicità dell’opera è rappresentata nei termini di un incontro con il limite, l’eccesso e l’ineffabile. Questo piacere è descritto tramite il ricorso ad un vocabolario che richiama il contatto con il sovraumano e il trascendente, sia esso riferito al virtuosismo degli interpreti oppure al genio del compositore:

“È il piacere dell’essere coinvolti dalla genialità, essere illuminati dal raggio del divino, se posso dire così. Perché comunque l’espressione del genio è un ‘archetipo’ del divino che tocca l’uomo. Quindi dal mio punto di vista è come essere investiti di un qualche cosa di magico” (M, 42 anni, pubblico italiano).

“La voce e i gorgheggi. Più ce n’è più mi elettrizzo. Per questo mi piace Rossini. Perché nel primo e nel secondo finale, ce ne sono tre o quattro di finali. Pensi che stia finendo, ma in realtà no. Lui va ancora avanti e ti fa la coloratura della coloratura. [...] Queste cose sembrano sovraumane” (M, 60 anni, pubblico straniero).

Infine, il quarto gruppo di motivazioni rientra nel piacere intellettuale e dello studio, per cui l’opera diventa un terreno per l’apprendimento, per il pensiero astratto e per l’esercizio cognitivo di confronto e catalogazione:

“È quello che mi incuriosisce di più dell’opera, quindi gli do l’importanza prevalente. Ossia che c’è sempre qualcosa da imparare. Il libretto, i tagli riaperti. La vedo come una palestra dove studiare, piuttosto che dove provare divertimento; anche la più balorda delle opere ha qualcosa da insegnare” (M, 37 anni, pubblico italiano).

In maniera trasversale rispetto ai vari tipi di piaceri, l’armonia fra i vari elementi dell’opera viene spesso citata come uno dei principali fattori che la rendono uno spettacolo unico, soprattutto nella sua capacità di coniugare le componenti astratte della musica con quelle più concrete della storia, dei personaggi e delle scenografie.

1.3 Le componenti dell’opera e la regia

Per gli intervistati il titolo dell’opera e il compositore, il direttore d’orchestra e gli interpreti sono i fattori primari attraverso cui si decide l’andare a vedere o meno uno spettacolo. Solo due intervistati citano la regia fra i tre primi elementi attraverso cui valutano la qualità di un’opera. Tuttavia, la messa in

scena emerge spesso come uno dei temi più critici e divisivi, come per esempio riscontrato nel questionario effettuato sull'edizione 2017 del Festival. In particolare, emergeva un atteggiamento tendenzialmente critico verso le regie più innovative e sperimentali, colpevoli di snaturare le opere originali. Indagando più da vicino questa avversione risulta come nella maggior parte dei casi non sia la modernizzazione ad infastidire gli spettatori, bensì le trasposizioni temporali, le modifiche al libretto e quelle che sono percepite come pure provocazioni.

“Le regie che mi disturbano di più sono quelle che vogliono essere innovative a tutti i costi. Ho scoperto, grazie anche alle rappresentazioni del ROF, che alcuni registi riescono ad essere innovativi pur senza essere provocatori. Penso alla regia di Pizzi, che ha fatto *Il barbiere* quest'anno, era di una linearità, di una purezza di colori, di scene, che era in realtà quasi trasgressiva nella sua purezza” (M, 60 anni, pubblico italiano).

Solo uno degli intervistati concepisce la regia come un processo puramente naturalistico il cui ruolo è quello di trasporre la realtà oggettiva del libretto:

“Se il libretto dice una casa, non voglio mica vedere la discarica. Si svia quello che c'è scritto” (M, 37 anni, pubblico italiano).

L'apprezzamento per le regie più innovative è espresso in particolare dagli intervistati più onnivori culturalmente, con minor competenza tecnica musicale, in particolare da coloro che esprimono anche una passione per le arti visive contemporanee.

“Non mi piace quando la regia non è sufficientemente simbolizzata. Per esempio, a me non piace la realtà sul palcoscenico” (F, 60 anni, straniera).

“Io credo che l'opera, se vuole sopravvivere, deve attualizzarsi. Il bello dell'opera, per come la concepisco io, è un po' come studiarsi una tragedia greca. L'unica cosa che devi fare è prendere le cose del mondo, che sono così da sempre, e attualizzarle alla realtà di oggi. Per me se facessero un'opera dove si parla dei social o di Facebook, non ci troverei nulla di male. È solo un modo per portare l'opera a tutti e farla percepire come calata nel mondo di oggi” (M, 58 anni, pubblico italiano).

Viene inoltre sottolineato come le regie più contemporanee possano essere anche un modo di coinvolgere pubblici diversi:

“Le regie contemporanee sono anche un modo per far vedere che poi l'opera, nonostante appartenga a un'epoca storica passata, può dimostrare una contemporaneità che può agevolare il pubblico più giovane. A volte direi addirittura che è il livello più divertente, se riesce comunque ad essere coerente con il libretto” (M, 38 anni, pubblico italiano).

Tale affermazione risuona con quanto osservato sia da Boerner e Jobst (2008), che nella precedente ricerca sul ROF, dove emergeva come per i neofiti fosse maggiore il peso della regia nella valutazione della qualità dell'opera.

Più frequentemente gli spettatori si dichiarano “non contrari” in linea di principio all’innovazione registica applicata all’opera – ad esempio all’impiego di ambientazioni astratte o atemporali – ma non approvano i cambi di ambientazione che trasportano la storia in un altro periodo storico specifico o la libertà di fare tagli che certi registi si arrogano. Un intervistato racconta ad esempio che durante un’edizione del ROF assistette ad una regia dal forte contenuto politico che criticava duramente il governo del suo paese d’origine; sebbene in molti a fine spettacolo lo interpellarono aspettandosi la sua rabbia verso il contenuto della regia, in realtà l’ascoltatore rimase sì indignato, ma verso due tagli all’opera rossiniana che erano stati effettuati. Come descrive efficacemente un altro appassionato, la differenza per lui non è fra regia moderna o tradizionale, ma fra rispetto e non rispetto del compositore:

“[...] an opera where the tenor arrives in a submarine... Achilles arrives in a submarine. That is the sort of thing I dislike very much. I don’t mind modern. I just think they should respect the composer, the story and the music. I’ve seen Dario Fo’s version of the *Barbiere di Siviglia* and he made a real circus out of it, but it was very funny, and he respected the composer” (M, 66 anni, pubblico straniero).

1.4 Interazioni e relazioni all’opera

Per gli appassionati intervistati condividere la passione della lirica con i pari è importante ma non essenziale. Gli intervistati sono concordi nel riconoscere il ruolo di mentori ed esperti nel loro percorso di formazione e la comodità logistica del condividere con il gruppo di amici tale passione, ma sottolineano anche come non si tratti di una condizione fondamentale.

“[Ho visto] migliaia di spettacoli e non ho mai parlato con nessuno” (M, 62 anni, pubblico italiano).

Ciò non toglie il piacere dello scambiare pareri e valutazioni con amici e sconosciuti sugli spettacoli appena visti. Si tratta però di uno scambio che richiede un certo livello di competenza e di interiorizzazione dell’etichetta dello spettatore quale modo di comportamento “legittimo” da tenere all’opera. Alcuni degli intervistati esprimono infatti come non si sentano sufficientemente preparati tecnicamente per intrattenere questo tipo di conversazioni:

“Non mi sento a mio agio per parlare, perché non mi sento competente. Loro parlano di tecnicismi e non capisco. Non sono appassionata al punto di poter fare una guerra sul modo in cui è stata fatta una regia” (F, 60 anni, straniera).

“Ho fatto amicizia poi con uno che si meravigliava dei miei ‘cazzatoni’. Proprio a Pesaro mi è capitato di seguire un atto con gente che ha parlato per tutto il tempo” (M, 37 anni, pubblico italiano).

Dall’altra parte viene invece sostenuto come l’opera abbia una densità culturale

che ne fa un oggetto privilegiato per la conversazione. Su un versante perché possiede più elementi di cui si può parlare – il teatro e la musica –, ma anche perché ogni opera può essere collocata in un ricco contesto sociale, storico e culturale che viene riattivato durante la conversazione. Come espresso da un intervistato – che pur si definisce appassionato anche di altri generi musicali – tale sovrabbondanza rende la comunità dell'opera sia la più stimolante intellettualmente che la più forte dal punto di vista dei legami:

"I do think there is an Opera community. [...] Compared to other music communities, for me, the Opera community is the strongest. In terms of bonding and intellectual importance. Because Opera, compared to other forms of music, has the strongest cultural package around it in terms of what there is to talk about, because you have theatre 'and' music. In terms of history, in terms of performance, you have a huge package of association that surround even a single opera. [...] This is an exciting attraction for me intellectually, to be part of a big world: I read books and books about opera, but I haven't read books and books about pop music – even if I'm a fan – I don't need to. It's not interesting. You can watch a few documentaries. With opera it's just massive" (M, 54 anni, pubblico straniero).

Tuttavia, la comunità non si realizza solo nella conversazione e nella conoscenza diretta. A volte si tratta invece di una comunità implicita, dove il piacere è dato dal *riconoscersi* senza necessariamente *conoscersi*, osservarsi cioè come persone che condividono non solo la stessa passione, ma anche la stessa occasione gioiosa. In ciò i festival svolgono una funzione fondamentale:

"It is a social scene. Maybe you are not going to speak with them. When I go in Pesaro I see friend, but what is even more interesting is that you always see people that you don't know but that you recognize. If you go to Pesaro, Bergamo, Bad Wildbad, you see the same people. You see this massive belcanto fans that are maybe old enough to have the time and the money to travel around and follow this passion. It doesn't mean you talk to them, but you see them and it's a nice thing because you know you share an interest. It's a fest, it's a celebration" (M, 54 anni, pubblico straniero).

"Fra melomani ci si annusa: gli altri ti identificano subito se sei un melomane. Quindi c'è questo senso di appartenenza, ma è generato anche dalla situazione, da tutto quello che c'è intorno" (M, 40 anni, pubblico italiano).

Su questo punto si possono distinguere dalle esperienze degli intervistati diverse comunità concentriche che nascono attorno alla lirica: il livello più astratto è quello della comunità della lirica in generale, la cui appartenenza è più immaginata⁶ che concretamente sentita ed esperita; le comunità dei specifici generi dell'opera, come la precedentemente citata "comunità del belcanto"; le comunità attorno a certi compositori, come quella attorno a Rossini; le comunità di appassionati di specifici interpreti – come possono essere Maria Callas o Juan

⁶

Il riferimento è al noto concetto di "comunità immaginata" di Benedict Anderson (1983).

Diego Flórez – le quali assumono i connotati di veri e propri fandom basati sul divismo e, infine, le comunità locali di melomani.

Sebbene gli intervistati esprimano consapevolezza sull'esistenza di alcune barriere d'ingresso materiali e simboliche al mondo della lirica, essi sostengono anche che la connotazione della comunità della lirica come elitaria e snob sia un luogo comune da abbattere. Un tema che emerge invece con forza nelle interviste come particolarmente sentito, spesso anche introdotto autonomamente dall'intervistato, è proprio quello della rigenerazione del pubblico. Il pensiero della possibile "fine della lirica" tocca gli appassionati – sia gli anziani che i più giovani – profondamente sul piano personale. Alcuni dichiarano come cerchino attivamente di non pensare a questo terribile scenario. Nel complesso la speranza prevale sulla rassegnazione, soprattutto quando gli intervistati guardano ai contesti più internazionali, nei quali – si sostiene – la presenza dei giovani è meno rara.

"Non posso immaginare qualcosa che preveda la fine della lirica. Potrebbe succedere. Però spesso si torna a casa e si riflette che non è così. L'altra sera al *Barbiere* c'erano molti giovani, diciottenni e ventenni. Io spero che sia così" (M, 58 anni, pubblico straniero).

"Questa cosa del mondo della lirica come snob non è vera, perché le persone che ho imparato a conoscere negli ultimi anni hanno molti la mia stessa età, o una decina d'anni in più. [...] Certo ci sono due livelli. C'è la componente elitaria, che fa un po' sorridere, la vedi soprattutto nelle grandi realtà. C'è il 7 dicembre alla Scala dove vedi il 'grande carrozzone', su cui puoi sorridere a volte. Dall'altra parte nei teatri, soprattutto internazionali, c'è molta presenza giovanile. Non la trovi in provincia, ma la trovi. Il giovane comincia a far attenzione al regista, a fare dei pensieri su quella che può essere una regia dissacrante. È un rapporto che è cambiato e che si sta evolvendo" (M, 38 anni, pubblico italiano).

2. Il ROF per i frequentatori del Festival

La seconda parte del report prende in esame l'esperienza dei frequentatori del ROF analizzando il tipo di frequentazione che viene fatta, l'immagine del Festival presso il pubblico, il rapporto fra spettatori e il rapporto con la città.

2.1 La storia con il ROF

Un primo fattore da mettere in luce è come il ROF, a differenza di altre occasioni più blasonate, sia un evento che gli intervistati scoprono con il tempo, tendenzialmente quando il loro percorso di sviluppo dell'interesse per lirica ha già raggiunto un certo grado di maturità. Partecipare al ROF risulta quindi una scelta autonoma, meditata nel tempo, soprattutto per il pubblico dei non-locati-

li. A tal riguardo è interessante notare come per diversi intervistati si tratti di una scoperta tardiva ma proprio per questo significativa, in quanto l'esperienza positiva al Festival può sviluppare la voglia di tornare a viaggiare ed esplorare anche ad età avanzata. Dichiara ad esempio una spettatrice che ha iniziato a settant'anni a frequentare il ROF e i festival della lirica in generale:

"Ero un po' preoccupata perché pensavo di non farcela, due spettacoli al giorno... Invece è stata un'esperienza molto positiva. [...] Pensavo fosse troppo per me, sapendo di essere ignorante, non frequentatrice da tempo. E invece mi è sembrato ottimo per quello che poteva essere. Sono stata bene" (F, 71 anni, pubblico italiano).

Similmente il ROF può essere un luogo in cui si cambia idea, in cui si scopre una nuova prospettiva sulla lirica e su Rossini:

"L'*Otello* di Rossini inizialmente non mi piaceva, anche due anni fa alla Scala. Ma poi l'ho sentito al ROF. Quando uno ha la possibilità di riascoltare delle cose, si hanno delle emozioni diverse. Bisogna anche stare al passo con noi stessi" (M, 60 anni, pubblico italiano).

"La passione per l'opera è nata recentemente, quando ho conosciuto il ROF e il suo staff. Avevo visto alla Scala un'opera molto tempo fa senza essermi appassionato. Diciamo che l'opera mi era abbastanza indifferente. Poi ho partecipato alla prova generale del 2015 della *Gazza ladra* e sono rimasto fulminato: ero melomane senza saperlo" (M, 50 anni, pubblico locale).

C'è chi ha conosciuto il ROF tramite gli amici o i parenti, chi tramite le riviste specializzate o i periodici, chi invece attraverso la radio. Quest'ultima sembra aver avuto un ruolo particolare per diversi ascoltatori, soprattutto nel costruire l'attesa del Festival:

"Però pensi che il ROF, malgrado io lo ami così tanto, alla fine lo frequento da spettatore attivo da pochissimo tempo rispetto agli anni da cui lo seguo. Cioè faccio conto che io ogni sera di agosto mi mettevo lì con la mia radio, anche da adolescente, e mi sentivo tutte le opere. Ed ho sentito tutte le opere del ROF di tutte le edizioni che sono state fatte dagli anni duemila" (M, 42 anni, pubblico italiano).

"Mi sono fatto delle registrazioni del ROF, quindi spesso nel weekend le riascolto. Le ascolto perché mi penetrano di più. Ascolto in diretta su Radio3 e il mercoledì su Radio5" (M, 60 anni, pubblico italiano).

Per una partecipante ai focus group la reputazione del ROF ha persino influenzato la sua decisione di scegliere Pesaro come luogo in cui trasferirsi, salvo poi trovare una città che non corrispondeva pienamente all'immagine che si era fatta a partire dal Festival:

"Io volevo andare via da Milano. Ho chiesto di venire a Pesaro perché c'era il ROF; volevo trasferirmi in un posto dove c'era cultura musicale, un posto sull'Adriatico co-

modo, tranquillo, di provincia ma dove ci fosse della cultura. Io pensavo che sotto il ROF ci fossero una serie di attività collegate. Invece quando sono arrivata a Pesaro ho scoperto mio malgrado che c'era solo il ROF, non c'era nient'altro. [...] Poi negli anni si è sviluppata tantissimo la scena culturale, ma prima non c'era niente e il ROF era qualcosa di molto distante dalla popolazione di Pesaro. [...] Io non ero mai stata al ROF. Il ROF era talmente elegante. Lo leggevo dalla rivista *l'Opera* e informandomi mi son detta 'caspita, bella Pesaro' " (F, pubblico locale).

Analogamente a quanto accade per la lirica più in generale, anche per molti che hanno da sempre il ROF "in casa" è necessario un momento di riscoperta. Ciò può verificarsi a seguito di una maturazione personale, o anche perché si notano cambiamenti nel Festival che attraggono ora l'interesse della persona. Una partecipante ai focus group racconta come nel suo caso si sia verificata una combinazione dei due fattori, quando a un avvicinamento alla lirica è corrisposta la percezione di un ROF più giovane e attivo:

"Per me è tornato un interesse recentemente quando sono tornata fissa a Pesaro e tornando qua ho notato che a livello di pubblicità, d'informazione e sui social ci sono stati dei cambiamenti, e vedendo più attiva questa comunicazione anche a livello dei social è tornato l'interesse. Solo che manca sempre poi l'aggancio giusto fra gli amici che ti supportano" (F, 29 anni, pubblico locale).

2.2 L'identità del ROF

Sebbene gli intervistati esprimano ognuno esperienze, impressioni e connotazioni personali rispetto al Festival, alcuni tratti appaiono come fortemente condivisi quando si pensa alla specificità del ROF.

In particolare, l'immagine più diffusa, sia dagli italiani che dagli stranieri, è quella del Festival come unica combinazione di umiltà e qualità, di informalità e precisione:

"Pesaro è il più informale nell'aspetto esterno, mentre è il più preciso nell'aspetto dell'esecuzione. Se lei ascolta l'inizio di qualsiasi opera a Pesaro, ci sono sempre quei due secondi di silenzio, prima che il maestro alzi la bacchetta, e poi comincia con quella precisione che non si sente in altri posti [...] È un fluido; è un ambiente meno borghese, meno tradizionale, più internazionale" (M, 59 anni, pubblico straniero).

"Poi in giro trovo molta umiltà. Alla Scala o al Regio hanno molti la puzza sotto il naso. Mentre a Pesaro direttori e organizzatori sono tutti molto umili, discreti, mai arroganti. Questo è un tratto che conquista" (M, 60 anni, pubblico italiano).

Pesaro risponde inoltre alla necessità di realizzare una *full immersion* nell'opera e in Rossini, esigenza sentita particolarmente da chi non vive in prossimità di centri che ospitano frequentemente spettacoli d'opera. Ciò produce sia un vantaggio per la possibilità di concentrare la visione delle opere, sia per quanto riguarda l'occasione di fare un'esperienza di evasione fuori dal mondo quotidiana.

no ma anche fuori dalla concitazione dei grandi centri:

“Il Festival è importante, è un tuffo nella musica. Altrimenti non ho tempo per andare, bisogna uscire dalla vita normale per andare nella musica. Non devo pensare a nient’altro” (F, 62 anni, pubblico straniero).

Altro aspetto associato all’identità del ROF è la sua funzione educativa, il costituire cioè un luogo inclusivo di apprendimento che dalle produzioni su disco agli spettacoli dal vivo fornisce un importante strumento di formazione di sé:

“Il ROF era per me all’inizio uno strumento per approfondire Rossini, perché facevano i cd, le registrazioni dell’evento. Ora è uno degli eventi che durante l’anno aspetto di più” (M, 42 anni, pubblico italiano).

“I programmi del ROF sono particolarmente interessanti, perché di solito sono scritti da musicologi. Vado a Pesaro dal ‘98, quindi per me è stata un’educazione informale e personale” (M, 70 anni, pubblico straniero).

Infine il ROF svolge la funzione per molti degli intervistati di marcare un appuntamento fisso atteso intensamente, al punto da diventare per qualcuno una vera e propria occasione rituale, descritta nei termini di un “pellegrinaggio” o di “tempio della musica”:

“Per me durante l’anno c’è il pilastro del ROF, quindi per il mio amore per Rossini magari rinuncio a qualche altro spettacolo durante l’anno per investire negli spettacoli del ROF” (M, 41 anni, pubblico italiano).

“Io in quei tre giorni non vado in vacanza perché c’è il ROF” (M, 60 anni, pubblico italiano).

“Ormai è un rituale, che cercherò di portare avanti fino a quando ne avrò la possibilità” (M, 58 anni, pubblico italiano).

“I have to tell you frankly that to Pesaro I would go no matter what. For me Pesaro is a pilgrimage. It’s the shrine” (M, 67 anni, pubblico straniero).

Riguardo ai cambiamenti nel tempo, coloro che hanno frequentato molte edizioni del ROF notano come il Festival abbia affrontato alcune piccole trasformazioni, ma è comunque riuscito a mantenere costante il suo DNA. A parte le fluttuazioni nella qualità di specifiche edizioni raccontate da singoli intervistati, sono due cambiamenti progressivi più notati dagli intervistati. Il primo è un miglioramento nell’accoglienza del pubblico straniero, soprattutto nell’utilizzo della lingua inglese – sebbene si evidenzia anche come su tale versante possono essere ancora compiuti passi in avanti. Il secondo è un minor intellettualismo ed elitismo, che non hanno però messo a repentaglio il rigore filologico che ancora anima pienamente il Festival:

“È un po’ cambiata l’atmosfera forse. Ora c’è un’aria più da vacanza estiva, i primi anni,

con i concerti mattutini, era più da gita scolastica” (M, 37 anni, pubblico italiano).

“Il ROF era più elitario e formale. Più intellettuale ed elitario, secondo me con gli anni si è un po’ smollato. Però per fortuna che è nato così, perché gli ha dato un’impronta seria senza la quale non avrebbe tenuto tutti questi anni. Mentre **** [altri festival lirici] non hanno una vera identità. E non è soltanto perché mette in scena solo un autore; è il mettere in scena uno studio approfonditissimo” (F, pubblico locale).

Oltre a quanto precedentemente riportato sull’alto gradimento per la direzione artistica e organizzativa, altri aspetti citati come molto apprezzati e insieme identificativi del ROF risultano essere:

- il personale d’eccellenza: “Il personale che si occupava dell’ingresso disabili era composto da giovani eccezionali, di una disponibilità e di una gentilezza difficile da trovare” (F, 71 anni, pubblico italiano);
- il rapporto uno ad uno sviluppato dalla biglietteria: “La biglietteria è un gioiellino, sia per l’umanità che per la preparazione. Danno sempre informazioni adatte al singolo utente. Quindi la comunicazione è perfetta” (M, 37 anni, pubblico italiano);
- l’atmosfera di prossimità prodotta dal clima informale e dalle dimensioni contenute della città: “Una volta c’era una di quelle macchine inglesi piccole, ed uscì Flórez. Era in spiaggia vicino a me, con la compagna. Era una atmosfera strana e incredibile, quasi surreale. Ogni sera andavamo a piedi al Palafestival” (F, 62 anni, pubblico italiano).

2.3 Pesaro e il ROF

L’atmosfera pesarese è particolarmente apprezzata dai non-locali, soprattutto per la sua capacità di stare in equilibrio fra festa, sobrietà e relax che ben si adatta al pubblico della lirica e all’identità del Festival:

“Mi ha fatto piacere vedere questa città che vive del Festival. Io sono contento di essere italiano, ammiro molto le nostre cose. Quindi mi piacerebbe che a Torino fossimo orgogliosi delle nostre cose, non sempre con questo piangersi addosso. A Pesaro questo accade, durante il Festival ho conosciuto gli artisti, ho visitato il museo della Casa di Rossini, ho ascoltato i concerti in piazza. Poi il *Viaggio a Reims* fatto dall’Accademia. Trovo il sindaco molto presente nelle manifestazioni. Sembra di essere proprio dentro la città, ma anche alla radio passa questo, io mi sento lì. [...] A Pesaro sono tutti *friendly*, umili e sono orgogliosi di essere stati al ROF” (M, 60 anni, pubblico italiano).

“L’identità la respiri al Festival. Tipo una persona come me, molto innamorata di Rossini, si trova nel posto giusto al momento giusto. Nel senso che c’è una tale concentrazione di aria rossiniana, perché sei nella sua città natale, e ricordiamo quanto Rossini fosse legato alla sua città natale” (M, 42 anni, pubblico italiano).

Se per gli italiani non-locali Pesaro è principalmente un’“ottima cornice”, per

gli stranieri essa diventa addirittura una città del cuore dove sarebbe bello vivere:

“Per me Pesaro è una cittadina meravigliosa. Penso sarebbe bello andarci a vivere. Non solo per il Festival, ma anche la combinazione della città con tutta la provincia” (M, 70 anni, pubblico straniero).

“Per me è difficile separare il Festival da Pesaro. Quando sono arrivata ho sentito una corrispondenza tra la città e il mio interno... ma sono esterna ai fan della lirica” (F, 62 anni, pubblico straniero).

I locali (compreso chi lavora o vive nella zona) che frequentano il Festival esprimono tutti un forte orgoglio per la relazione fra la città e Rossini.

“Io sono nata a Pesaro, qui questa cosa della musica ce l’abbiamo tutti” (F, 42 anni, pubblico italiano).

“Ho amato più Pesaro da quando ho iniziato ad amare Rossini e l’opera. Un tassello importante nella relazione con la città. Ho capito perché è una città della musica, molti musicisti vivono qui” (M, 46 anni, pubblico italiano).

“È sicuramente legato alla tua città, alle tue radici, è una figura familiare per noi pesaresi” (F, 42 anni, pubblico italiano).

Malgrado ciò gli stessi sottolineano anche come sebbene Pesaro sia una buona cornice per il Festival dal punto di vista logistico e dell’atmosfera, dall’altro lato la città “incanala” il pubblico del ROF mantenendo da questo una certa distanza. Secondo i frequentatori locali del ROF che hanno partecipato ai focus group manca un’“osmosi” con i cittadini più che con la città; questi tendono infatti a recepire l’evento quasi esclusivamente sul lato del turismo alberghiero, come occasione che attira un tipo di turismo sano, internazionale, parzialmente d’élite e che non usura il territorio, senza che però ci sia un effettivo scambio. Ciò viene osservato ad esempio nella scarsa offerta di ristoranti aperti alla fine degli spettacoli e degli eventi esterni al ROF che potrebbero venire invece in supporto al Festival. Anche il ROF in questo caso è chiamato a fare di più sul versante dell’organizzazione di eventi paralleli non necessariamente di stampo operistico. I partecipanti ai focus group in particolare sollevano come manchino feste parallele o dopofestival, ad esclusione della festa dei lavoratori al ROF, indirizzata però solo alla nicchia di chi ha lavorato attivamente al Festival.

Tuttavia, il problema più profondo secondo gli intervistati è che molti dei locali giudicano il Festival come “poco accessibile” senza però averlo mai frequentato:

“Quando sento questi discorsi mi fa molto dispiacere. Sapere che ci sono un sacco di pesaresi che hanno il ROF in casa e non ci sono mai stati. Anche fra gli amanti della lirica. Il pesarese è un po’ infastidito, vede il ROF come settario ma non c’è mai stato” (F, pubblico locale).

“Molti pesaresi percepiscono proprio una barriera. Dicono ‘io non vengo tanto non ci capisco niente di quella roba’, che è la stessa dinamica che osservo anche nell’ambito della divulgazione scientifica. Mentre invece Rossini ha proprio un grandissimo potenziale di piacere anche a chi non ha mai visto niente o non è mai andato all’opera” (F, 29 anni, pubblico locale).

“Ci sono pesaresi che si accorgono del Festival solo grazie agli stranieri. Devo dire che un po’ ha funzionato così anche per me” (M, 40 anni, pubblico locale).

Per gli intervistati, in definitiva, i loro concittadini che non fanno parte del pubblico mostrano un atteggiamento ambiguo verso il Festival: sono molto orgogliosi di Rossini e del prestigio dell’evento, ma lo vedono allo stesso tempo come un’enclave per appassionati.

2.4 Il pubblico del ROF

Un aspetto particolarmente apprezzato del Festival è costituito dal pubblico stesso del ROF. Questo, secondo gli intervistati, incarna quei connotati di informalità, umiltà e preparazione riconosciuti come più identificativi del Festival. Un aspetto che emerge nella relazione fra spettatori è il sentore che al ROF non si va “perché si deve” ma perché “lo si sceglie”. Gli intervistati sottolineano come la scelta di partecipare al Festival non appare come il prodotto di una condizione ereditata o della pressione sociale dei pari. L’impressione, quindi, è quella che il pubblico del ROF contenga una bassa percentuale di “presenzialisti”. Si tratta di un’impressione costruita a partire dall’osservazione del vestiario rispettoso ma informale, del comportamento educato, dell’apertura al dialogo e dalla concentrazione tangibile che si respira durante le performance:

“A Pesaro non ci sono i presenzialisti. Nei teatri in generale capita che ci sono quelli che vivono il teatro come status” (F, 56 anni, pubblico italiano).

“Il pubblico di Pesaro è un pubblico molto caldo, ovviamente più preparato di me, però anche capace di scambiare impressioni in maniera spontanea” (F, 71 anni, pubblico italiano).

“Faccio un esempio del ROF, a inizio anni duemila, era una serata molto movimentata, poi quando c’è stata la scena più importante tutti erano in silenzio. È un po’ come una manifestazione sportiva. [...] Non tutti hanno questo tipo di fruizione. In situazioni come il ROF magari accade di più, ma è questo il motivo per cui mi piace andare” (M, 40 anni, pubblico italiano).

“Mi fa molto piacere capire che c’è un pubblico che la pensa come me, che è attento. Non quel pubblico distratto della stagione classica. Io faccio l’esempio di Torino, dove più della metà della gente va per andare, mettersi il vestito bello. Non va con quello spirito con cui si va a un festival. Fa molto la differenza” (M, 40 anni, pubblico italiano).

“La comunità è un po’ strana, perché a Milano la lirica è diventata snobismo. I vecchi milanesi che hanno avuto in eredità un abbonamento. Ma il ROF è più democratico perché le persone vengono da ovunque. Ci sono amici che incontro ogni anno a Pesaro” (M, 70 anni, pubblico italiano).

La situazione cambia parzialmente per le serate delle prime, nelle quali si riscontra ancora un “comportamento un po’ da vip” e che quindi gli appassionati tendono ad evitare.

Il ROF sembra dunque attirare un tipo di pubblico che, seppure possiede un intenso livello di conoscenza della materia e di capitale culturale, esprime in maniera non ostentativa la sua inclusione nella “società” della lirica. Tuttavia, i frequentatori locali del Festival rimarkano come la componente ostentativa fosse maggiormente presente nei primi anni. Come racconta un intervistato, la presenza maggiore di stranieri negli anni ha depurato progressivamente il Festival dalle sue componenti più “provinciali”:

“La presenza di tanti stranieri ha aperto le barriere. Nei primi anni c’era ancora un aspetto un po’ provinciale della partecipazione al Festival come ostentazione. Gli stranieri ci hanno liberato dal vestito” (M, 83 anni, pubblico locale).

Oltre al Teatro Rossini, alla proposta artistica e alla città, anche il pubblico risulta quindi come un fattore fondamentale nella costruzione di quella atmosfera del Festival così apprezzata. Serietà, educazione, umiltà e concentrazione necessitano però di essere temperate dalla giusta dose di passione. Se per gli stranieri il pubblico del ROF è più rispettoso della media italiana (sebbene alcuni comportamenti maleducati tipici del nostro Paese come l’uso eccessivo dei cellulari permangono), per alcuni degli intervistati italiani un po’ di “vivacità” in più non guasterebbe:

“A Parma per esempio il pubblico fa parte dello spettacolo. Nel senso che ribatte al testo in dialetto parmigiano. A Pesaro hai un pubblico composto, internazionale. A Parma hai un pubblico che è cresciuto ascoltando Verdi. Quindi quando vedi un’opera di Verdi a Parma, la vivi. Diventa uno spettacolo nello spettacolo” (M, 38 anni, pubblico italiano).

Quello fra concitazione e maleducazione emerge come un confine sottile e difficile da mantenere, ma che proprio per questo motivo diventa uno dei campi in cui si esercita simbolicamente il grado di incorporazione delle competenze culturali dell’appassionato di lirica.

3. La relazione con Rossini

La terza sezione del report è dedicata all'esame del rapporto con la figura di Rossini da parte degli appassionati, in modo da capire i significati, le esperienze e le pratiche che gli spettatori associano a questa personalità, alla sua musica e, in definitiva, al "brand" Rossini.

3.1 Che cosa significa Rossini per lo spettatore del ROF

Per tutti gli intervistati la figura di Rossini occupa un posto di eccellenza, nei gusti musicali così come nel proprio vissuto. Analizzando i molteplici significati associati all'ascolto della sua musica e alla visione delle sue opere emergono cinque principali nuclei semantici attraverso i quali gli appassionati descrivono l'unicità del compositore: l'esaltazione, la leggerezza, la scoperta eterna, la modernità e l'orgoglio.

Rossini è in primo luogo entusiasmante, capace di provocare un effetto fisico, persino taumaturgico, sugli ascoltatori. Viene descritto come un nutrimento quotidiano che mette la carica e che aiuta ad affrontare le difficoltà quotidiane. Gli intervistati che includono fra i loro gusti musicali anche la musica pop e rock esprimono una vicinanza fra l'eccitazione provocata dall'ascolto del genio pesarese e quella derivata dall'ascolto di gruppi come Led Zeppelin e Rolling Stones:

"Rossini per me è un nutrimento come il pane e l'acqua" (F, 60 anni, pubblico straniero).

"Io la mattina mi sveglio e ascolto qualcosa di Rossini, mi mette di buon umore. Se sono di cattivo umore, mi metto Rossini e mi torna il buon umore. È una cosa che mi prende in maniera viscerale" (M, 58 anni, pubblico italiano).

"Il risultato finale è lo stesso. I Led Zeppelin mi esaltano, alcune cose di Rossini mi esaltano. La sensazione è molto simile" (F, 42 anni, pubblico italiano).

Tra i fattori che partecipano a questa esaltazione c'è il particolare carattere ritmico di Rossini, capace di esaltare quella componente di "rischio" che molti citano come costitutiva del piacere della lirica. Come descrive efficacemente un intervistato "Rossini è capace di farti ballare sul posto" poiché la sua opera – più che in quella di altri compositori – richiede la precisione ritmica di "un orologio". La sensazione che un singolo errore possa produrre il crollo dell'intero macchinario spettacolare provoca nello spettatore di Rossini uno stato di tensione continuo che si risolve solo nel finale dell'opera:

"Rossini makes you dance in your seat. No matter if you attend a tragedy or a comedy. Is the work of a clockwork machinery of the ensemble. It's like a domino: if one loses the tempo, everything collapses. It is not the same with Verdi. If one is missing a tune, nobody can repair it. This is what make you dance in your seat" (M, 67 anni, pubblico straniero).

Altro aspetto frequentemente citato è la complessa leggerezza di Rossini, la sua capacità di esprimere intelligenza e levità d'animo allo stesso tempo. Si tratta di una leggerezza che tocca tutti gli aspetti della sua opera, dalla musica, all'uso dei cantanti – soprattutto nell'uso "acrobatico" che ne viene fatto – alla storia e alle situazioni rappresentate:

"Sai che non uscirai mai con il groppone" (F, 56 anni, pubblico italiano).

"Anche la cosa più triste di Rossini è felice. [...] Le eroine di Rossini non muoiono" (M, 70 anni, pubblico straniero).

"Rossini e Händel sono i miei due amici della vita [...] perché ti fanno sopportare la vita. Io non ho sempre vissuto in bei posti, come ora ad esempio. Se non avessi Rossini non so che farei" (M, 59 anni, pubblico straniero).

Tale leggerezza si declina anche come concretezza, intesa come capacità della musica di Rossini di suggerire immagini e situazioni che arrivano facilmente a più categorie di pubblico. Questo aspetto è sottolineato in particolare dagli intervistati più giovani:

"Rossini è un compositore che può essere alla portata delle generazioni di oggi. Ci sono certi aspetti della sua musica che sono subito coinvolgenti, è una musica che può essere compresa anche oggi. [...] Rossini buffo riesce a rendere facilmente quello che vuole intendere il testo e la drammaturgia. Sono cose che in Rossini vanno insieme" (F, 25 anni, pubblico locale).

"È una musica che ha una sua gran teatralità. Rossini è scenico, la musica è un'azione, la musica è una scenografia. Non ha caso è stato utilizzato molto anche al cinema" (M, 18 anni, pubblico locale).

Il genio di Rossini è inoltre descritto attraverso la sua capacità di essere moderno e in anticipo sui tempi. Il sentimento e le innovazioni formali e tematiche espresse da Rossini appaiono quindi particolarmente in linea con il sentire contemporaneo:

"Verdi è il cantante delle passioni popolari, Rossini è il genio della modernità. Se riesci a visualizzare una storia di gente comune, che può essere quella di *Rigoletto*, di un padre e di una figlia, è più facile attualizzare *Ricciardo e Zoraide*, che è legata ad un contesto che di per sé non ha affinità con le passioni comuni" (M, 38 anni, pubblico italiano).

"Inoltre ha inventato molti generi musicali. Pensiamo al rap che ha inventato lui con *La Cenerentola*" (M, 37 anni, pubblico italiano).

"Dal punto di vista storico è lì un po' come Leopardi. Mi piace per quello, perché ci sono anche temi interessanti che tratta in maniera assolutamente moderna. Tipo il confronto con l'oriente, con un orientalismo curioso, ironico, molto poco coloniale, o

le donne in Rossini, che hanno sempre una loro delicatezza e complessità. Sono tutti temi di cui c'è da parlare, quindi anche tematicamente è interessante" (M, 40 anni, pubblico italiano).

Quarto nodo fondamentale dell'amore per Rossini è costituito dalla scoperta eterna. L'opera del compositore contiene un elevato grado di complessità nascosta dietro l'apparente facilità che costituisce una sfida costante per l'ascoltatore. Complice la vastità del suo repertorio, le auto-citazioni di cui fa ampio uso, le vicende legate alle riscoperte della sua opera e il carattere emotivo obliquo di molte sue opere, Rossini è descritto – anche rispetto ad altri compositori – come un tesoro che riserva sempre nuove sorprese. L'auto-citazionismo del compositore, in particolare, produce una fitta rete intertestuale che ingaggia gli appassionati in un gioco al riconoscimento della citazione. Si tratta di un esercizio appagante, che richiede un elevato livello di attenzione e che fornisce la possibilità all'esperto di esercitare e di esprimere la sua conoscenza specialistica – se non addirittura esclusiva – dell'autore:

"Since he was a self-borrowing composer, I'm really happy when I'm able to recognize the borrowings. This also give me a lot of pleasure, to recognize the different pieces" (M, 67 anni, pubblico straniero).

"Con il fatto delle citazioni, è un rapporto di eterna sfida con Rossini. Perché se non si riconosce dove si è sentito quel brano, si perde la metà della bellezza delle sue opere. [...] Anche l'opera più sconosciuta ha la metà delle pagine copiate qua e là. È uno di quei giochi che non finirà mai, perché lo ha voluto espressamente lui. Lo ha creato quando non c'era YouTube, non c'erano i dischi, c'era più memoria" (M, 37 anni, pubblico italiano).

L'opera rossiniana contiene quindi un carattere non dissimile da quello che le contemporanee teorie dello storytelling definiscono come "penetrabilità" o "drillability" (Jenkins, Ford e Green 2013; Mittell 2017), intesa come capacità di coinvolgere l'appassionato in un lavoro di indagine profonda del testo alla ricerca delle sue complessità nascoste.

La maggior parte degli intervistati racconta inoltre esperienze di ripensamento e riscoperta legate a Rossini, legate soprattutto al passaggio dal cliché del Rossini come autore "facile" e "buffo", alla scoperta del Rossini serio e profondo. Rossini si lega dunque all'idea di una seconda chance, che spesso risuona e si sincronizza con la maturazione e le seconde occasioni dei tragitti personali degli appassionati:

"Conoscevo *Otello* di Verdi, non quello di Rossini e quando l'ho sentito c'è stato l'innamoramento. Quando ho sentito il terzo atto, il finale, ho sentito, prima di tutto, un Rossini completamente diverso, serio, tragico, profondo. Qui ho iniziato a pensare che se fai una stima delle opere di Rossini, sono maggiormente quelle serie di quelle comiche. Ed è caduto un primo pregiudizio che mi faceva vedere Rossini come autore

comico. [...] È stato un crescendo, se posso usare un termine rossiniano” (M, 42 anni, pubblico italiano).

“All’inizio era più Wagneriano, con il tempo sono diventato più Rossiniano” (M, 58 anni, pubblico straniero).

“Io, le dico la verità, all’epoca sapevo veramente poco del *Viaggio a Reims*, solamente che era un’opera che era stata scoperta da poco. Sono entrato in teatro così, non sapendone nulla. Quell’opera mi ha folgorato, oggi è l’opera che conosco di più, che conosco a memoria, le posso dire qualsiasi cosa [...] Poi oggi quell’opera, anche quando l’ho vista quest’estate per la centesima volta al ROF, mi fa divertire da morire” (M, 58 anni, pubblico italiano).

Infine, Rossini, soprattutto per italiani e locali, è motivo di orgoglio e appartenenza, connette l’individuo al proprio passato, alla comunità locale e al patrimonio culturale collettivo:

“In generale Pesaro è Rossini, io l’ho vissuta così. Se all’estero mi chiedono da dove vengo, io rispondo dalla città di Rossini e di Rossi. E più o meno ci prendono tutti. E quindi mi dà motivo di orgoglio” (F, 46 anni, pubblico locale).

“La lirica, e in particolare Rossini, per me sono la Madeleine proustiana. Rossini è un ritornare bambina, ritornare felice” (F, 42 anni, pubblico italiano).

In definitiva, l’espressione utilizzata dall’intervistato “Rossini makes you dance in your seat” riassume efficacemente le diverse anime che il compositore ha per gli appassionati, così come quello che molti considerano il massimo grado del piacere durante l’opera: il mettere in campo il corpo e la mente, il piacere intellettuale e quello fisico, senza però che uno prevalga sull’altro, mantenendo cioè quel livello di controllo necessario ad accedere a un appagamento superiore.

3.2 Fan di Rossini?

Oltre ai significati associati al compositore sono state indagate le forme della passione per Rossini, con l’obiettivo di comprendere anche i possibili sviluppi futuri di quello che, a tutti gli effetti, è diventato anche un marchio, senza però banalizzare o sminuire la sua figura.

Emerge in primo luogo il forte senso di vicinanza che gli appassionati sentono non solo con la sua musica, ma anche con la sua persona. A differenza di figure come Bach, Händel o Beethoven, quello di Rossini è un genio incarnato; non una presenza astratta o lontana ma sentita come umanamente prossima, che al contempo mantiene sempre però una dose di ineffabilità che rende vivo il perpetuo gioco della scoperta:

“È compositore, musicista, e prima di tutto uomo. Ha un aspetto umano con tutte le virtù” (F, 56 anni, pubblico italiano).

“Rossini per me è uno di famiglia, nel senso che lo senti come una persona che conosci da tanto” (F, 42 anni, pubblico italiano).

“Secondo me se Rossini fosse contemporaneo io gli chiederei l’autografo, mi andrei a sentire una conferenza, e cercherei di mettermi in contatto con lui. Non sono un tipo che chiede l’autografo, ma se Rossini fosse vivo mi preoccuperei di incontrarlo” (M, 58 anni, pubblico italiano).

“Io penso che Rossini – non solo quello buffo – sia molto divertente e molto adatto a far avvicinare i giovani all’opera lirica. È comunque quotidiano, fresco. Il mio parucchiere dice ‘Rossini è pop’. Io sono d’accordo, penso che Rossini sia pop. Andare a vedere *L’Italiana in Algeri*, ma anche *Torvaldo e Dorliska*, sono quelle opere che anche un ragazzo ci va ed esce contento, più che andare a sentire Verdi” (F, 25 anni, pubblico locale).

Per la maggior parte degli intervistati Rossini è fra i compositori preferiti. Alcuni esprimono questa passione con comportamenti specifici ed espliciti. In alcuni casi troviamo pratiche non distanti dai comportamenti mostrati dai fan degli ambiti più pop della cultura: dall’acquisto del merchandising alle azioni ritualistiche verso l’oggetto del fanatismo, dal forte senso di connessione personale all’esplicitare con orgoglio una devozione specialistica e ossessiva:

“Ad esempio, a casa ho vari ritratti di Rossini. Nel mio armadietto in fabbrica c’è una cartolina del ROF, insieme ovviamente alle foto di mio figlio. Sì, mi capita di usare Rossini per personalizzare qualche cosa. Poi tra i comportamenti che faccio sempre quando vado al ROF c’è quello di accarezzare il muro della Casa natale di Rossini. [...] Per me Rossini non è una cosa lontana dalla vita di tutti i giorni. Quindi non mi darebbe fastidio essere definito fan di Rossini, anzi è sicuramente una presenza nella mia vita. Non è una presenza astratta e lontana” (M, 41 anni, pubblico italiano).

“Io mi sono fatto una cultura vera su Rossini. Mia sorella [musicista professionista n.d.r.] dice che sono ai livelli di uno che ha fatto la ‘Masterclass’. Sul resto no, sono un ascoltatore meno sensibile. [...] Il novanta per cento delle sue opere, o le ho viste, o le ho sentite, oppure ho visto dei video. Inizio a poterle dire ‘questa frase qui l’ho sentita in quell’altra opera’. Quindi mi ritengo molto ferrato su Rossini. E devo ringraziare il Festival per questo. [...] La realtà è che Rossini come compositore accende delle cose in me, per cui io dico che la mia vita sarebbe peggiore se non fosse nato Rossini. Però è una cosa specifica sua. [...] Mi sono fatto una compilation con i concerti di Rossini, un foglio Excel dove ho scritto tutte le opere, dove le ho viste, cosa ho fatto. Ho una memoria della mia fruizione di Rossini. Poi di ogni opera, di ogni ouverture, mi segno dove sono state prese le frasi. Mi sono fatto molti ascolti veramente attenti, ossessivi” (M, 58 anni, pubblico italiano).

“I’ve read every single biography of Rossini that has ever been translated to English. I respect the 29th of February [giorno di nascita di Rossini n.d.r.] and the 13th of

November [giorno della morte n.d.r.]. Every time I am in Firenze I go to Santa Croce” (M, 67 anni, pubblico straniero).

“I would say that one of the biggest fan of Rossini that I know. You may say that coming to Pesaro is a sort of fan practice” (M, 54 anni, pubblico straniero).

Tale attaccamento viene esplicitato anche sul piano lessicale, laddove molti intervistati fanno spesso ricorso a termini come “dipendenza”, “assuefazione”, “fanatismo” e “ossessione” rispetto a Rossini. Altri spettatori si descrivono invece totalmente estranei al comportamento da fan, considerato come una modalità irrazionale di vivere le proprie passioni, verso le quali si preferisce mantenere una certa dose di giudizio e controllo.

“Amo molto Rossini ma non sono fan di nessuno. Il mio discorso cerca di essere sempre razionale. Essere fan vuol dire andare oltre, io non vado oltre. Posso anche piangere, ma lo faccio a livello personale. [...] Anche quando ascoltavo il rock rimanevo sempre me stesso” (M, 62 anni, pubblico italiano).

Come messo in luce anche da precedenti ricerche qualitative sugli appassionati della lirica (Benzecry 2011; O’Neill et al. 2014), si osserva anche qui la particolare tensione fra i “due emisferi” con cui il melomane è chiamato a venire a patti, ossia la necessità di mantenere un personale equilibrio fra il coinvolgimento emotivo-viscerale e l’esigenza di studio, riflessione e preparazione.

Più complessa è la questione dello stretching del brand Rossini. Se alcuni appassionati si mostrano interessati o addirittura contenti nel vedere il nome del compositore esteso a oggetti non strettamente riguardanti l’opera musicale – come ad esempio il cibo – per altri ciò può essere una banalizzazione che provoca sdegno:

“Per me è molto triste quando vedo che al ristorante danno il suo nome ai piatti del ristorante. Non mi piace questo, lo conosci solo per il mangiare [...] ridurre un uomo così geniale solo al mangiare. Come la Citroen Picasso. No. Rossini è molto diverso. È serio, allegro, tutto” (F, 62 anni, pubblico straniero).

“One year I found a restaurant specialized in Rossini dishes. It is appealing, I’m interested in this culinary aspect. Last time it was several years ago when I was able to get these Rossini specialties” (M, 67 anni, pubblico straniero).

Ad uno sguardo più approfondito emerge come l’indignazione non affiori per l’estensione in sé, ma quando tale estensione non viene in qualche modo collegata al nucleo musicale del mondo-Rossini. In maniera non difforme da quanto succede nel caso delle regie d’opera contemporanee, la trasformazione è accettata se essa è capace di mantenere un legame filologico: ben vengano quindi i piatti ispirati ai gusti culinari di Gioachino Rossini, meno gli utilizzi del suo nome giustificati dalla sola condivisione del territorio d’origine.

Al ROF, ad esempio, non vengono imputati casi di svilimento di Rossini, in

quanto viene riconosciuto all'ente un notevole credito quale soggetto in prima linea nella valorizzazione del repertorio rossiniano. Al ROF è pertanto possibile compiere incursioni nell'immaginario più pop di Rossini. In tal senso risulta particolarmente interessante un consiglio di un intervistato che associa Rossini al brand Ferrari e alle sue "due anime":

"Rossini potrebbe diventare un po' come la Ferrari. Ho lavorato un periodo con la Ferrari. La gente che lavora lì mi dice che l'azienda ha due anime. Un'anima che è elitaria, perché la Ferrari se la possono comprare in pochi. Poi esiste un'anima popolare, fatta per la gente che va a vedere i Gran Premi, che sventola la bandiera. Che tifa come per la Juve, il Milan o il Napoli. Secondo me una delle cose che il ROF dovrebbe provare a fare è costruire queste due anime, mentre loro sono focalizzati sulla prima anima. Mentre io credo che Rossini, Verdi, e pochi altri, potrebbero assurgere ad un ruolo culturale più popolare. E non le sto dicendo di mischiare le cose, sto dicendo di creare un ambito parallelo che permetta di fruire di Rossini in maniera alternativa a quella classica nei teatri. [...] Un sacco di gente all'opera non ce la porterò mai. Mia cognata all'opera non ci verrà mai. Però mia cognata può capire che Rossini è un valore per l'Italia. Come Verdi, come altri" (M, 58 anni, pubblico italiano).

4. Aspetti critici e suggerimenti al Festival

Quest'ultima sezione del report è dedicata alla discussione delle critiche e dei suggerimenti al Festival. Va evidenziato come il campione di intervistati, complice il processo di auto-selezione, esprima in generale un affetto e una fedeltà molto forte per il Festival, per cui anche i commenti più critici provengono da spettatori intenzionati a fare ritorno al ROF e a migliorare ulteriormente la sua offerta.

4.1 Gli aspetti critici

La Vitrifrigo Arena continua a rappresentare uno dei nodi più problematici, confermando quanto precedentemente rilevato dal questionario. Acustica e visibilità dell'Arena non sono oggetto di critiche, viene anzi sottolineato il buon lavoro fatto con l'allestimento dello spazio interno. Gli intervistati che criticano l'Arena sono invece infastiditi dalla brusca frattura fra l'atmosfera che si crea durante la performance e lo spazio circostante il palazzetto. Laddove la bellezza del Teatro Rossini e la sua posizione nel centro storico permettono di accompagnare gradualmente lo spettatore dentro e fuori il mondo creato dall'opera, la Vitrifrigo Arena non riesce a fare altrettanto. Sono soprattutto gli intervistati stranieri a ritenere l'Arena esteticamente poco gradevole, scomoda da raggiungere e poco fornita di ristoranti e locali nelle vicinanze:

“La Vitrifrigo Arena è la mia rabbia annuale, non so quando finirà questa cosa. È il posto più brutto per la cosa più bella” (M, 54 anni, pubblico straniero).

“L’unica cosa è che non ci piace l’Arena, la odiamo. Io so che ci sono i progetti per rinnovare a Pesaro, ma noi non andiamo più all’Arena, anche se c’è Flórez. È un locale antipatico, andare con il bus è antipatico, la gente non si comporta bene. Non ci piace. Negli ultimi anni succede che fanno due spettacoli all’Arena, invece di uno, quindi lo boicottiamo” (M, 70 anni, pubblico straniero).

Una frequentatrice di lungo corso, inoltre, imputa alla Vitrifrigo Arena la causa della minor presenza visiva del Festival all’interno della città che era, invece, più consistente ai tempi del Palafestival:

“Ogni sera andavamo a piedi al Palafestival. Una volta chiuso per sicurezza, siamo andati all’Arena, ma non è lo stesso. [...] Prima c’erano le vetrine dei negozi che parlavano del Festival. Adesso meno. [...] Quando parlo con i commercianti mi dicono che prima gli piaceva vedere la gente a piedi con i costumi. Uno spettacolo per andare all’opera. Con la Vitrifrigo Arena è diverso” (F, 60 anni, pubblico straniero).

Le dichiarazioni degli intervistati mostrano quindi come una possibile area di intervento possa essere quella di progettare soluzioni che ammortizzino lo shock del passaggio fra i due mondi – quello quotidiano e quello “rossiniano” – soprattutto alla luce del particolare valore che gli spettatori della lirica riconoscono al piacere dell’immersione nella performance.

Un altro aspetto problematico spesso citato è il sistema di prenotazione e acquisto dei biglietti. Si tratta però di un problema che è stato fortemente mitigato nell’edizione 2019 del Festival. Quest’anno è stata infatti introdotta la possibilità di scegliere autonomamente il proprio posto durante l’acquisto online, venendo quindi incontro a quella che risultava – anche dal questionario – come una delle principali mancanze percepite. I biglietti rimangono tuttavia un nodo dibattuto e su cui gli intervistati pensano ci possano essere margini di miglioramento, in particolare per quel che riguarda il loro costo e il reperimento. Più di un partecipante ai focus group ha riscontrato come l’apertura del botteghino del primo agosto sia una situazione poco agevole, la quale rischia di maturare l’impressione che esistano “due livelli di pubblico” gerarchicamente distinti; si riconosce però anche come tale condizione sia connaturata a tutti i grandi festival lirici:

“Io l’anno scorso ho fatto per la prima volta il primo agosto ed è stato un momento di tensione. Non mi aspettavo di dover combattere una specie di lotta. È stato uno dei pochi momenti in cui ho vissuto l’opera come qualcosa con un pubblico che ha un po’ due livelli. Chi ha comprato i suoi biglietti e li ha scelti e chi deve fare una sorta di maratona con tutti i disservizi che si creano. Sia chiaro che tutti i grandi festival hanno questa complessità. Salisburgo è molto peggio” (M, 40 anni, pubblico locale).

Inoltre, viene fatta presente la necessità di migliorare la scontistica per i giovani e le iniziative volte ad abbassare le barriere di ingresso al Festival. Un giovane frequentatore suggerisce ad esempio di provare ad estendere l'iniziativa del Biglietto Giovane anche agli spettacoli messi in scena al Teatro Rossini, in quanto anche la sola esperienza dell'ingresso in un teatro storico può avere un valore speciale per i nuovi pubblici:

"Il biglietto per i giovani a 30 euro purtroppo c'è solo per le opere che vengono messe in scena alla Vittrifigo Arena, mentre al Teatro Rossini no. E questo forse è sbagliato nell'ottica di avvicinare un pubblico di giovani per cui anche l'esperienza di entrare in un teatro come il Rossini può fare la differenza" (M, 18 anni, pubblico locale).

Nel complesso gli intervistati più giovani dichiarano come, una volta entrati "dentro" il Festival, quello per il ROF diventi un costo sostenibile, soprattutto quando si impara a conoscere l'ammontare di lavoro sottostante. Si tratta però di un costo difficile da giustificare per gli amici totalmente estranei al mondo della lirica, che pur si vorrebbero portare in teatro. A tal riguardo più di un intervistato suggerisce al Festival di favorire forme di coinvolgimento orizzontale del pubblico, come la possibilità di fornire contributi di solidarietà per nuovi spettatori o facilitazioni per i giovani che coinvolgono i compagni.

I contenuti artistici e la programmazione del Festival non spiccano invece come aspetti critici. Sebbene gli intervistati non manchino di esprimere qualche valutazione negativa di singole edizioni, spettacoli o interpreti, non emergono critiche rivolte all'andamento complessivo della direzione artistica.

Un altro nucleo di critiche è rivolto invece all'insufficienza di certi servizi e attività che circondano il Festival. Vengono sottolineate in particolare:

- la difficoltà nel trovare ristoranti di buon livello aperti dopo la fine dello spettacolo e il servizio di ristorazione interno ai teatri considerato non sempre all'altezza;
- la difficoltà di frequentare il Festival da pendolari, in quanto gli spettacoli possono finire dopo l'orario di partenza dell'ultimo treno o autobus;
- la mancanza di eventi culturali contemporanei al ROF (come mostre d'arte, fiere, concerti, mercatini o proiezioni) che possano servire ad offrire un'ulteriore attrattiva per i pubblici di medio raggio (non locali ma nemmeno stranieri) e a coltivare branding dell'agosto pesarese come meta ideale per il turismo culturale e artistico.

4.2 Che cosa vorresti al ROF

Oltre agli aspetti critici sono emersi dalle interviste numerosi suggerimenti su possibili piste di crescita per il ROF.

Un primo gruppo di suggerimenti riguarda la richiesta di più iniziative interne al Festival che possano funzionare da cornice per le tre opere principali in programma. In primo luogo, vengono chiesti più eventi di formazione per il

pubblico. Viene sottolineato in particolare come gli incontri che introducono all'opera sono occasioni di cui tutto il pubblico ha bisogno, indipendentemente dal livello di competenza:

“L'opera è una cosa che va ripassata ogni volta che si va a vedere a teatro, sia che sia la duecentesima volta, che la prima. La farei trasversale per tutti” (M, 46 anni, pubblico italiano).

Oltre alle guide all'ascolto un'altra tipologia di incontro di formazione gradito sono i seminari sul contesto storico, che possono comprendere sia approfondimenti sulla storia e il costume del tempo di Rossini, sia iniziative su compositori coetanei che aiutino a capire anche il contesto artistico di ciò che si va a vedere.

Fra le iniziative che hanno fatto parte della storia del ROF e che alcuni intervistati chiedono di recuperare troviamo i concerti della mattina:

“Sarebbe bello rimettere su il concerto del mattino. Per il resto è un Festival che può andare avanti benissimo per cento anni” (M, 37 anni, pubblico italiano).

Altra richiesta che viene fatta al Festival è quella di intensificare ulteriormente il coinvolgimento dei giovani, sia nel senso del richiamo ai giovani spettatori, che nel senso dell'attenzione ai giovani registi e interpreti. Viene cioè chiesto di amplificare lo spazio dedicato ai nuovi talenti, anche in virtù del fatto che tale apertura verso i giovani artisti può diventare a sua volta una strategia per attrarre giovani pubblici:

“Ribadisco come un crociato l'esigenza di riportare i giovani. Perché siamo noi il pubblico di domani. I giovani vanno portati sia in platea che sul palco. Io mi sento fortunato ad aver conosciuto questo mondo. Ma se non ci vengono proposti degli spettacoli per noi, comunicati a nostro modo, in cui anche i protagonisti sono dei giovani, questo rinnovamento secondo me non può avvenire” (M, 18 anni, pubblico locale).

“Fatta in maniera sbagliata l'attività per i giovani diventa controproducente. Pensare per i giovani non vuol dire essere nella loro testa. Significa dar loro opportunità, abbattere le barriere, permettere loro di spostarsi e di avere risorse” (M, 40 anni, pubblico locale).

Un terzo gruppo di suggerimenti indica come necessario un maggior coinvolgimento della città. Il ROF è visto come un festival di grande prestigio ma il cui successo è poco visibile e poco capito dai cittadini di Pesaro e dintorni. Iniziative come l'installazione delle scenografie del Rossini Opera Festival lungo il centro storico per il 150° di Rossini, o la diffusione della musica in piazza, vengono considerate azioni che vanno nel verso giusto, ma che necessitano di essere proseguite con più sicurezza, coraggio e professionalità. Non va quindi confuso l'obiettivo di aumentare il coinvolgimento con il semplice incremento della visibilità della comunicazione del Festival. Ciò che va fatto circolare è

invece il suo contenuto ma con altri mezzi, facendo leva ad esempio su quella capacità insita nell'opera buffa di congiungersi al sentire popolare e alla quotidianità. In tal senso, come sottolinea un partecipante ai focus group, il ROF e la lirica in generale possono persino diventare agenti per la rigenerazione urbana:

“La natura dell'oggetto del ROF – l'opera buffa – potrebbe essere l'occasione di giocare con un po' più d'ironia e apertura. Certo senza abbandonare il rigore scientifico che è il DNA del ROF – non si può fare il musical con le musiche di Rossini. [...] Faccio una provocazione: belli i concerti dal balcone, ma quanti giovani che stanno a Borgo Santa Maria lo vedono come una cosa irraggiungibile? Perché non facciamo anche un ROF – che non abbandoni la sua missione – ma in un quartiere 'tostarello' come Borgo Santa Maria? Le periferie che problema hanno con l'opera? Penso che il ragazzino che vuole diventare un cantante d'opera è un potenziale per la città molto forte, rispetto a quello che vuole diventare un personaggio di Gomorra” (M, 40 anni, pubblico locale).

Infine, il quarto macro-gruppo di suggerimenti mostra la necessità di valorizzare maggiormente la community del ROF, attraverso attività che possano mettere in connessione gli appassionati di Rossini e del belcanto anche fuori dal Festival estivo, nonché eventi dedicati ai sostenitori del ROF:

“Io mi considero un appassionato, ma non ho mai avuto la possibilità di interagire con qualcuno che fosse altrettanto appassionato; serve più valorizzazione della community. Adesso, che siamo a febbraio, a me fa tanto piacere stare con lei a parlare di Rossini che è la mia passione, ma potrebbero mandarmi delle cose per informarmi sulle attività, potrebbero fare una community. [...] Lei si immagini se esistesse una community che mi organizza il viaggio a Vienna, per vedere quel particolare allestimento per *La pietra del paragone*. Perché non lo deve fare il ROF, che ha una community di persone che sa, di noi tutti, quante opere abbiamo visto, quando le vediamo, cosa facciamo? Mi sembra assurdo che non ci sia questa cosa” (M, 58 anni, pubblico italiano).

“Sarebbe bella una serata d'incontro per 'Gli amici di Rossini'. In venti anni non ho conosciuto nessuno. Non si trova un momento da passare insieme. Visto che paghiamo molto per essere Amici di Rossini, sarebbe bello facessero qualcosa” (F, 60 anni, pubblico straniero).

In questo senso si suggeriscono iniziative che destagionalizzino il Festival coltivando il legame con il pubblico durante tutto l'anno e che facciano leva sull'expertise e sulla conoscenza del pubblico maturate dal Festival:

“Chi organizza il Festival mi sembra molto organizzato sugli aspetti, che sono sicuramente complicati, di mettere insieme il cast, far funzionare l'opera nel momento opportuno, che non si preoccupa della diffusione del Festival in quanto tale. È bellissimo che nel mese di agosto, sulla Rai, ti parlano tutti i giorni del ROF, e tutti quanti stanno lì a dire quant'è bello. Dopo di che, a settembre se lo sono dimenticati tutti, e poi fino al primo agosto non ne parla più nessuno” (M, 58 anni, pubblico italiano).

Assieme alla necessità di curare la community del Festival, viene anche sottolineata l'importanza del rapporto di ascolto del pubblico. Su questo versante più di un intervistato esprime un particolare apprezzamento per quello che è percepito come un miglioramento negli ultimi anni della capacità di ascolto del Festival. La ricerca stessa è accolta in modo particolarmente favorevole dagli intervistati, quale sintomo di un clima organizzativo sempre più orientato al fruitore:

"There are certain years when the quality went down – either because of budget or whatever – and this is how I started my membership with Amici and Sostenitori. What I'm trying to do is to support. I had many discussions with the staff. I have to tell you that the situation – what they have done in the last couple of years – is amazing. What you are doing now is one of the improvements that they are introducing" (M, 67 anni, pubblico straniero).

"Sono molto onorato di partecipare a questa iniziativa. È molto importante alzare la coscienza della popolazione, anche locale, di quanto è importante il Festival e tutto quello che è culturale. Penso che quello che state facendo vada in questa direzione" (M, 59 anni, pubblico straniero).

"Colgo con piacere l'opportunità di questa chiacchierata. Trovo l'analisi del pubblico una cosa molto positiva, visto che stiamo parlando di uno dei festival più importanti a livello internazionale come il ROF" (M, 41 anni, pubblico italiano).

Vale la pena notare come i suggerimenti mostrino in sottotraccia l'alto grado di fiducia e autorevolezza rivolto al ROF. Non si chiede semplicemente di colmare delle mancanze, ma si domanda al ROF di farsi carico di responsabilità culturali più ampie. Sono richieste basate sul riconoscimento che il ROF è percepito non solo come un evento, ma come community, come soggetto culturale attivo e, in definitiva, come patrimonio. Come riassume efficacemente un intervistato, Pesaro non è ancora percepita da tutti come "l'ultima tappa", come l'apice del viaggio dell'appassionato di Rossini alla maniera in cui Bayreuth lo è per l'appassionato wagneriano; ma ha tutte le potenzialità per diventarlo:

"If you have Wagner you go to Bayreuth, and if you have Rossini – it is not known in this way, but it should be perceived that the Bayreuth of Rossini is Pesaro. Bayreuth is known as the high temple of Wagner. And Pesaro is not yet perceived as the high temple of Rossini in the same kind of way, but I think it could be. Of course Bayreuth has a much longer history. I don't say they should deliver a cult, but the opportunity is to escalate the perception, that if you like Rossini it's the end of your journey, it's your arrival. Now, what does it take? I'm not sure" (M, 54 anni, pubblico straniero).

Conclusioni

Riassumere la ricchezza di spunti e prospettive che emergono in un'indagine qualitativa senza incorrere in grossolane generalizzazioni o banalizzazioni dei punti di vista individuali non è sempre impresa facile. Crediamo però che emergano dall'analisi alcuni nodi che possono fornire spunti di riflessione utili al costante monitoraggio dell'operato del Rossini Opera Festival, così come di una comprensione più profonda dei pubblici della lirica.

- “Al ROF non si va perché si deve ma perché si sceglie”: gli intervistati sono d'accordo nel riscontrare come il Rossini Opera Festival non sia un evento per vip e presenzialisti; la scelta di partecipare si lega all'espressione di un intenso amore per la lirica e per Rossini, tanto che a Pesaro ci si sente tra un pubblico di appassionati ma non per questo di snob.
- “È il più informale nell'aspetto esterno ma il più preciso nell'esecuzione”: al ROF troviamo come l'attento rigore, riscontrabile nella direzione artistica e organizzativa così come nel grado di attenzione del pubblico, riesca a sposarsi con una diffusa informalità e apertura che va dagli organizzatori al clima cittadino.
- “Il ROF è più democratico perché le persone vengono da ovunque”: sebbene come riscontrato anche lo scorso anno attraverso il questionario il pubblico del ROF possieda alcune caratteristiche omogenee, soprattutto per quanto riguarda l'elevato livello di istruzione, le storie e le esperienze individuali legate alla lirica e a Rossini sono tutt'altro che standardizzate. Come già messo in luce anche dai risultati del questionario, l'opera non è un incontro precoce. Il fatto che per molti la lirica è stato un incontro tardivo nelle biografie individuali fa ben sperare rispetto alla possibilità di sviluppare nuovi pubblici al di fuori dell'orbita dei più culturalmente integrati.
- “I don't mind modern. I just think they should respect the composer”: gli appassionati non rifiutano il valore dell'innovazione della messa in scena, dicendosi disposti ad abbracciare il contemporaneo purché ci sia rispetto del contesto storico, dell'ambientazione prevista dal libretto e del compositore.
- “Per me è difficile separare il Festival da Pesaro”: Pesaro è una città molto apprezzata dagli appassionati del Festival, i quali riconoscono il suo ruolo nel fornire una perfetta cornice al Festival, in linea con i suoi caratteri più propri. Tuttavia, viene anche lamentata la faglia esistente fra il ROF e una parte della cittadinanza; più feste e una ristorazione più attenta al target del Festival, magari pensate per i diversi target di età, possono aiutare a curare la community del Festival e insieme integrare maggiormente la città.
- “Rossini per me è uno di famiglia”: Rossini è sentito come una presenza viva e familiare, che in certi casi può dare adito a veri e propri comportamenti di fandom; è importante tuttavia presidiare costantemente il confine fra popo-

larizzazione e banalizzazione, rispetto al quale il rigore filologico e l'autorevolezza del soggetto che propone un'estensione del brand Rossini sembra risultare una variabile cruciale. Inoltre il carattere "pop" di Rossini e dell'opera buffa è considerato dagli intervistati come un terreno fertile per pensare nuove forme di avvicinamento dei giovani e del non-pubblico alla lirica.

- "If you like Rossini Pesaro is your arrival": il ROF viene di fatto interpellato come un attore responsabile di una politica culturale in senso ampio, non solo organizzatore di un festival. Emerge quindi un tipo di domanda che chiede a questo ente di ampliare la propria sfera di azione, facendosi ancora più carico – di quanto già non faccia – della diffusione di Rossini in Italia e nel mondo. Come afferma un appassionato, Pesaro non è ancora percepita internazionalmente come "l'alto tempio" di Rossini, come Bayreuth lo è per Wagner. Ma ha tutte le possibilità per diventarlo.

Bibliografia

Anderson B. (1983), *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*, London, Verso.

Auslander P. (1999), *Liveness*, New-York, Routledge.

Barker M. (2012), *Live to your local cinema. The remarkable rise of livecasting*, Basingstoke, Palgrave MacMillan.

Bartoletti R. (2015), *Informazione e consumi culturali: scenari di uso*, in Mazzoli L. e Zanchini G. (a cura di), *InfoCult. Scenari di produzione e uso dell'informazione culturale*, Milano, FrancoAngeli, pp. 85-107.

Bartoletti R. (2015), *Consumi, comunicazione e posizionamento di ceto. Stili di vita e strategie distintive del ceto medio italiano prima e dopo la crisi*, "Sociologia della Comunicazione", 51, pp. 165-176.

Bartoletti R., Gemini L., Brilli S. (2018), *Il ROF e il suo pubblico: una storia di legami forti*, Pesaro, Rossini Opera Festival.

Benzecry C.E. (2011), *The Opera Fanatic: Ethnography of an Obsession*, Chicago, University of Chicago Press.

Boerner S., Jobst J. (2008), *The perception of artistic quality in opera—Results from a field study*, "Journal of New Music Research", 37 (3), pp. 233-245.

Calcagnini G., Cesaroni F.M. (2011), *Il Rossini Opera Festival nell'economia pesarese. Una valutazione per l'anno 2011*, Dipartimento di Economia, Società, Politica, Università di Urbino Carlo Bo.

Cuenca M., López-Sintas J., García-Álvarez E. (2015), *The Opera Experience: Performing a Vibrato with the Audience*, *International Review of Social Research*, 5 (2), pp. 141-151.

Edelman J.A., Sloboda J., O'Neill S. (2016), *Opera and emotion: The cultural value of attendance for the highly engaged*, "Participations: journal of audience and reception studies", 13 (1), pp. 24-50.

Gemini L. (2000), *La mente in scena: dal pensiero alla comunicazione*, "Sociologia della Comunicazione", 29, pp. 59-72.

Gemini L. (2003), *L'incertezza creativa. I percorsi sociali e comunicativi delle performance artistiche*, Milano, FrancoAngeli.

Gemini L. (2013), *Performing art e industria culturale alla prova del pubblico. Il caso della danza contemporanea: un'analisi*, "Comunicazioni Sociali", 2, pp. 269-281.

Gemini L. (2016), *Liveness: le logiche mediali nella comunicazione dal vivo*, "Sociologia della Comunicazione", 51, pp. 43-63.

- 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*, "Sociologia della comunicazione", 56, pp. 43-64.
- Gemini L., Brilli S. (2018), *Il pubblico del teatro contemporaneo: fra auto-osservazione e processi di fruizione*, "Comunicazioni Sociali", 3, pp. 448-462.
- Irina M. (2016), *The Spell of Live Performance: HD Opera and Liveness Today*, Doctoral dissertation, Carleton University.
- Jenkins H., Ford S., Green J. (2013), *Spreadable media: I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Milano, Apogeo education.
- Mazzoli L., Antonioni S. (2013), *L'immagine di Pesaro e del Rossini Opera Festival nella stampa nazionale e internazionale*, Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali, Università di Urbino Carlo Bo.
- Morris C. (2010), *Digital diva: Opera on video*, "The Opera Quarterly", 26 (1), pp. 96-119.
- Mittell J. (2017), *Complex tv: Teoria e tecnica dello storytelling delle serie tv*, Roma, Minimum fax.
- O'Neill S., Edelman J., Sloboda J. (2014), *Opera Audiences and Cultural Value: A Study of Audience Experience*, Creativeworks London Working Paper n. 2.
- O'Toole J., Adams R.J., Anderson M., Burton B., Ewing R. (a cura di) (2014), *Young audiences, theatre and the cultural conversation*, Dordrecht, Springer.
- Paltrinieri R., Parmiggiani P. (2016), *Il pubblico della lirica: consumo di cultura o cultura di consumo?*, "Sociologia della Comunicazione", 51, pp. 29-42.
- Reason M. (2006), *Young audiences and live theatre, Part 2: Perceptions of liveness in performance*, "Studies in Theatre & Performance", 26 (3).
- Santoro M. (a cura di) (2009), *La cultura come capitale. Consumi, produzioni, politiche, identità*, Bologna, il Mulino.
- Schonmann S. (2006), *Theatre as a medium for children and young people: Images and observations* (Vol. 4), Springer Science & Business Media.
- Van Maanen H. (2009), *How to Study Art Worlds. On the Societal Functioning of Aesthetic Values*, Amsterdam, University Press.

