

Il pubblico del festival Torinodanza (2018)

Teorie, rilevamento e prospettive di ricerca

Emanuele Giannasca

Gli studi e le ricerche sul pubblico rappresentano oggi uno degli strumenti più utilizzati dalle realtà produttive per individuare e attivare strategie di *audience development*. Si tratta di iniziative, come si evince dalla definizione dell'Arts Council of England¹ del 2006, caratterizzate da una serie di azioni che mirano a soddisfare i bisogni dei pubblici – esistenti e potenziali – e aiutano le organizzazioni artistiche a instaurare relazioni durature con gli spettatori. Attraverso processi di “avvicinamento” e “fidelizzazione”, tali azioni, come suggerisce Alessandro Bollo,² sono orientate in tre direzioni precise: l'ampliamento, la diversificazione del pubblico e il miglioramento della relazione.

Qualsiasi azione di *audience development*, dunque, implica necessariamente una primaria analisi del pubblico unitamente a una comprensione dei fenomeni sociali, culturali ed economici che caratterizzano il contesto della fruizione. Nello specifico si tratta di operare nella direzione dell'*audience profiling* mediante un rilevamento di dati qualitativi e quantitativi che attestano la ricezione di una determinata opera, o più in generale di una stagione, un festival o una rassegna. Il presente contributo intende esporre i risultati della ricerca che ha avuto come oggetto l'indagine sul pubblico dell'edizione 2018 del festival internazionale Torinodanza.

Condurre una ricerca sul pubblico significa innanzitutto affrontare la questione relativa alla natura dell'oggetto di indagine. In Italia il pubblico del teatro, e nello specifico quello della danza, è una realtà che, seppur nota a tutti, si presenta come qualcosa di indefinito e sconosciuto, sia a livello strutturale che scientifico.³ Alla categoria di pubblico, infatti, viene spesso a sostituirsi l'idea di «pubblici del teatro»⁴ che accoglie al suo interno un ampio spettro di sfaccettature dettate da differenze di carattere socio-culturale e motivazionale. A determinare tale segmentazione vi

¹ Cfr. Arts Council England, *The power of art. Visual art: evidence of impact, regeneration, health, education and learning*, 2006.

² Cfr. Alessandro Bollo, *50 sfumature di pubblico e la sfida dell'audience development*, in Francesco De Biase (a cura di), *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement*, Franco Angeli, Milano 2014, pp. 163-177.

³ Cfr. Fabiana Sciarelli, Walter Tortorella, *Il pubblico del teatro in Italia. Il quadro attuale e gli scenari futuri*, Electa Napoli, Napoli 2004, p. 27.

⁴ Ivi, p. 11.

è prima di tutto la distinzione tra spettatori “esperti” e “neofiti”, che vede a sua volta un’ulteriore ripartizione della categoria di spettatore “esperto” in “addetto ai lavori” e in “fruitore appassionato”. Tale distinzione, in particolare per quanto concerne il caso dell’arte della danza, mette tuttavia di fronte a un significativo paradosso: ai giorni nostri sono molte più le persone che praticano le discipline coreutiche riempiendo corsi di qualsiasi stile e livello, rispetto a quanti frequentano effettivamente le sale teatrali.⁵ Come ha osservato Alessandro Pontremoli «si tratta di fruitori dell’esperienza e non di osservatori, di soggetti stanchi di essere unicamente relegati in una posizione voyeuristica».⁶ In questa prospettiva la dimensione performativa sembra destinata ad assumere sempre più una valenza partecipativa piuttosto che contemplativa, riconducendo il fare teatro alla sua matrice rituale.⁷ All’idea di una fruizione estetica dell’opera d’arte viene a sostituirsi l’idea di una partecipazione commossa al processo artistico che si traduce, nel momento storico in cui ci troviamo, in quella che è stata definita «era della post-spettacolarità, della partecipazione come a priori dell’esperienza del teatro e della danza».⁸ Secondo l’estetica relazionale teorizzata da Nicolas Bourriaud, infatti, l’arte si manifesta sotto forma di relazione e incontro, e non più di semplice oggetto.

Per tali motivi è proprio la pratica di danza a rappresentare oggi una condizione imprescindibile nelle politiche di *audience engagement* e *audience development*, poiché fornisce agli spettatori strumenti di lettura della performance coreica incentrati sulla sperimentazione pratica e sull’incorporazione di costrutti culturali, sociali ed estetici. Le azioni di *audience development* nell’ambito coreico presentano un ventaglio di approcci e strategie differenti⁹ volti, da un lato, a creare una relazione e un dialogo tra pubblico e artisti e, dall’altro, a promuovere e diffondere una cultura di danza, ampliando così quella parte di pubblico definita “esperta”. Si tratta infatti di poter *esperire* la danza per essere in grado di *leggerla*¹⁰ e, eventualmente, *comprenderla*.

⁵ Cfr. Alessandro Pontremoli, *La danza 2.0. Paesaggi coreografici del nuovo millennio*, Laterza, Bari-Roma 2018, p. VIII.

⁶ *Ibid.*

⁷ Cfr. *ibid.*

⁸ *Ivi*, p. 137.

⁹ Cfr. Lorenzo Conti, Maddalena Giovannelli, Francesca Serrazanetti, *Il pubblico in danza. Comunità, memorie, dispositivi*, Scalpendi Editore, Milano 2019, p. 147.

¹⁰ Un processo di lettura che viene giustificato anche dalle teorie neuro-scientifiche. Cfr. Andrea Zardi, *La percezione del corpo in scena e lo spettatore*, «Mimesis Journal», 7,1 (2018), pp. 91-111. Osserva a tal proposito Pontremoli: «si tratta di pensare la danza con la danza, di leggere dal di dentro un’esperienza che biologicamente (come dimostrano i neuroni-specchio) già sappiamo riconoscere, ma proprio perché la facciamo si inverte nel diventare la nostra carne». Alessandro Pontremoli, *La Danza 2.0* cit., p. XIII.

Nel caso del festival Torinodanza, l'indagine sul pubblico ha dimostrato che il target degli spettatori è composto per la maggior parte da appassionati o da addetti ai lavori. Per tale motivo le azioni di *audience development* dovranno, da un lato, cercare di raggiungere la categoria di pubblico potenziale, che comprende quanti già praticano danza, con attività che mettano in stretta relazione l'offerta del festival e la sperimentazione pratica (in termini di tecniche corporee e stili coreografici coerenti con la programmazione del festival); dall'altro, tali azioni mireranno a diffondere la cultura di danza sul territorio, intercettando il cosiddetto non-pubblico. È stato dimostrato,¹¹ infatti, che l'esercizio della danza – e più in generale del teatro – in differenti contesti socio-culturali, oltre a promuovere il benessere psico-fisico dell'individuo alimentando il processo di *empowerment*, rappresenta una condizione imprescindibile nella prospettiva di un ampliamento della partecipazione culturale.

L'indagine

L'indagine sul pubblico dell'edizione 2018 di Torinodanza rappresenta la fase iniziale di un progetto di ricerca,¹² promosso dal Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università degli Studi di Torino e realizzato in collaborazione con la direzione del festival e il Teatro Stabile, che ha come obiettivo lo sviluppo e la definizione di un modello di *audience engagement* nell'ambito dello spettacolo professionale di danza dal vivo. Ai fini dell'indagine è stato elaborato e sperimentato un questionario di valutazione semplice (Figg. 1-2), prevalentemente a risposte chiuse, somministrato al pubblico prima dell'inizio degli spettacoli e raccolto al termine. Il campionamento è stato di carattere accidentale e non probabilistico, basato infatti sull'adesione volontaria degli spettatori al questionario.¹³

¹¹ Cfr. Alessandra Rossi Ghiglione, Rita Maria Fabris, Alberto Pagliarino (a cura di), *A Social Community Theatre Project. Methodology and Evaluation*, Franco Angeli, Milano 2019.

¹² Il progetto di ricerca dal titolo *Il ruolo dell'audience engagement nella gestione e programmazione dell'offerta coreica* è stato condotto da chi scrive grazie a un assegno di ricerca annuale attivato dal Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università degli Studi di Torino con il co-finanziamento del Teatro Stabile di Torino (Supervisione scientifica: Prof. Antonio Pizzo e Prof. Alessandro Pontremoli. Unità di ricerca: Dott.ssa Rita Maria Fabris e Dott. Emanuele Giannasca).

¹³ Il questionario di valutazione rappresenta oggi uno degli strumenti utilizzati nei processi di valutazione dello spettacolo. Il DM 1 luglio 2014 per il triennio 2015-2017 e il successivo DM 27 luglio 2017 per il triennio 2018-2020 hanno significato una novità decisiva nel panorama dello spettacolo. Cfr. Alessandro Pontremoli, Gerarda Ventura (a cura di), *La danza: organizzare per creare. Scenari, specificità tecniche, pratiche, quadro normativo, pubblico*, Franco Angeli, Milano 2019, pp. 45-57. In particolare, tra le novità introdotte come parametri di valutazione, si segnala la qualità indicizzata relativa alla capacità di raggiungere obiettivi che possono essere tradotti in termini quantitativi. Nello specifico con le modifiche introdotte nel 2017 viene richiesto ai soggetti che hanno presentato domanda di indicare gli obiettivi quali-quantitativi prefissati e soprattutto le modalità di monitoraggio

Il pubblico del festival Torinodanza (2018)



QUESTIONARIO DI VALUTAZIONE

PUOI COMPILARE IL
QUESTIONARIO ANCHE ONLINE.
TI BASTA INCLUIRE IL
QR CODE CON IL TUO
SMARTPHONE



Gentile Spettatore,

Chiediamo la tua disponibilità a partecipare a un progetto di ricerca di Audience Engagement & Development, promosso dal Festival Torinodanza in collaborazione con l'Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Studi Umanistici.

1. TITOLO DELLO SPETTACOLO **THE GREAT TAMER**

2. DATA 22 / 9 / 2018

3. Quali attività culturali hai seguito negli ultimi 12 mesi e con quale frequenza?

- | | | | | | |
|------------------|------------------------------|------------------------------------|---|---|--|
| Letture di libri | <input type="checkbox"/> Mai | <input type="checkbox"/> Una volta | <input type="checkbox"/> Più di 2 volte | <input type="checkbox"/> Più di 6 volte | <input type="checkbox"/> Più di 12 volte |
| Musei/Mostre | <input type="checkbox"/> Mai | <input type="checkbox"/> Una volta | <input type="checkbox"/> Più di 2 volte | <input type="checkbox"/> Più di 6 volte | <input type="checkbox"/> Più di 12 volte |
| Cinema | <input type="checkbox"/> Mai | <input type="checkbox"/> Una volta | <input type="checkbox"/> Più di 2 volte | <input type="checkbox"/> Più di 6 volte | <input type="checkbox"/> Più di 12 volte |
| Musical/Opera | <input type="checkbox"/> Mai | <input type="checkbox"/> Una volta | <input type="checkbox"/> Più di 2 volte | <input type="checkbox"/> Più di 6 volte | <input type="checkbox"/> Più di 12 volte |
| Teatro | <input type="checkbox"/> Mai | <input type="checkbox"/> Una volta | <input type="checkbox"/> Più di 2 volte | <input type="checkbox"/> Più di 6 volte | <input type="checkbox"/> Più di 12 volte |
| Danza | <input type="checkbox"/> Mai | <input type="checkbox"/> Una volta | <input type="checkbox"/> Più di 2 volte | <input type="checkbox"/> Più di 6 volte | <input type="checkbox"/> Più di 12 volte |
| Circo | <input type="checkbox"/> Mai | <input type="checkbox"/> Una volta | <input type="checkbox"/> Più di 2 volte | <input type="checkbox"/> Più di 6 volte | <input type="checkbox"/> Più di 12 volte |

4. Come sei venuto a conoscenza di questo spettacolo?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> App TORINODANZA | <input type="checkbox"/> Radio/Tv |
| <input type="checkbox"/> Manifesti e locandine | <input type="checkbox"/> Sito internet |
| <input type="checkbox"/> Materiale cartaceo | <input type="checkbox"/> Social |
| <input type="checkbox"/> Newsletter | <input type="checkbox"/> Stampa |
| <input type="checkbox"/> Passaparola | |
| <input type="checkbox"/> Altro (specificare)..... | |

5. Quali motivi ti hanno spinto a venire a vedere questo spettacolo?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Conosco il Festival | <input type="checkbox"/> Pratico danza |
| <input type="checkbox"/> Conosco il coreografo | <input type="checkbox"/> Sono curioso |
| <input type="checkbox"/> Conosco lo spettacolo | <input type="checkbox"/> Mi ha portato un amico/familiare |
| <input type="checkbox"/> Sono appassionato di danza | <input type="checkbox"/> Altro (specificare) |

6. Quanto ti è piaciuto lo spettacolo? 0 1 2 3 4 5

7. Quanto ti ha coinvolto? 0 1 2 3 4 5

Parliamo di emozioni. Quali reazioni ti ha provocato lo spettacolo e in che misura? Non è necessario valutare ogni emozione.

- | | | | | | | |
|------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 8. Ammirazione | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 9. Angoscia | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 10. Benessere | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 11. Disgusto | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 12. Disperazione | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 13. Disprezzo | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 14. Divertimento | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 15. Gioia | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 16. Interesse | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 17. Irritazione | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 18. Orgoglio | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 19. Paura | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 20. Rabbia | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 21. Sollievo | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 22. Sorpresa | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| 23. Tenerezza | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |

Fig. 1

24. Tristezza 0 1 2 3 4 5

25. Quanto hai compreso lo spettacolo? 0 1 2 3 4 5

26. I materiali forniti dal Festival quanto sono stati utili alla comprensione dello spettacolo? 0 1 2 3 4 5

27. Quali di queste affermazioni ritieni che descrivano la tua relazione con lo spettacolo?

Ho incrementato le mie conoscenze Ne ho apprezzato l'esecuzione
 Ne ho condiviso le tematiche Ha suscitato riflessioni

28. In che misura lo spettacolo ha risposto alle tue aspettative? 0 1 2 3 4 5

29. Lo rivedresti? 0 1 2 3 4 5

30. Lo consiglieresti a qualcuno? 0 1 2 3 4 5

31. È valsa la pena venire a teatro questa sera? 0 1 2 3 4 5

32. Ulteriori commenti e/o considerazioni

Trattamento dei dati
 I dati raccolti, in modo assolutamente anonimo, saranno registrati, elaborati, gestiti e archiviati in forma cartacea, automatizzata e informatizzata per le esclusive finalità connesse alla ricerca. I dati, in forma aggregata, saranno soggetti a elaborazione statistica, inseriti in pubblicazioni, disseminati in congressi, convegni e seminari scientifici.

33. Età _____ 34. Città di residenza _____

35. Genere Donna Uomo Altro

36. Hai qualche forma di disabilità? Sì No

37. Titolo di studio

Diploma scuola media inferiore Laurea
 Diploma scuola media superiore Titolo *post-lauream*

38. Occupazione

Artista Docente Pensionato/a
 Dipendente privato Inoccupato/a Studente/ssa
 Dipendente pubblico Libero professionista Altro (specificare)
 Dirigente/Imprenditore Operatore culturale
 Operatore sociale

39. Che tipologia di biglietto hai acquistato?

Biglietto Intero Abbonamento a 10 spettacoli
 Biglietto Ridotto Abbonamento Under 35
 Biglietto Under 35 Abbonamento Teatro e danza
 Biglietto Under 14
 Abbonamento a 3 spettacoli
 Abbonamento a 6 spettacoli

Fig. 2

La ricerca ha avuto quali obiettivi esplorativi, da un lato la definizione del profilo e le caratteristiche del pubblico, dall'altro il gradimento degli spettatori espresso in termini di impatto emotivo e cognitivo a seguito delle singole rappresentazioni.

Nello specifico è stata condotta un'indagine socio-demografica, volta a tracciare il profilo dello spettatore secondo indicatori essenziali quali l'età, il genere, l'eventuale disabilità, la residenza, il titolo di studio e l'occupazione, e un'indagine decisionale-motivazionale, orientata a individuare sia gli interessi culturali dello spettatore, sia ciò che negli studi di marketing è definito come processo decisionale del consumatore.¹⁴ In quest'area di indagine sono state altresì investigate le modalità e i diversi canali di reperimento delle informazioni.

Accanto a un inquadramento del profilo socio-demografico dello spettatore, nella valutazione del pubblico assume, tuttavia, una maggiore rilevanza, come osserva Michele Trimarchi,¹⁵ l'esperienza emotiva e cognitiva del pubblico che determina il livello di gradimento riferito alle proposte della programmazione. L'indagine sul gradimento, sebbene fondamentale nella prospettiva di valutare la qualità di un prodotto culturale, appare però inevitabilmente condizionata dalla soggettività dell'interpretazione e del giudizio del pubblico.¹⁶ L'esperienza che il pubblico fa nella fruizione della performance è un'esperienza di carattere estetico. L'agire performativo lascia, infatti, delle tracce negli spettatori che possono essere misurate in riferimento alle risposte presentate agli stimoli di una rappresentazione. Si tratta di ciò che è stato definito «hedonic response»¹⁷ ovvero un «combined response from the emotions, senses, imagination, and intellect».¹⁸ Nel caso dell'arte della

e autovalutazione. In questa prospettiva il questionario di valutazione appare una delle strategie più diffuse per quanto concerne gli obiettivi relativi al pubblico. Cfr. Annalisa Luise, *FUS: un sostegno per lo spettacolo e la danza. Il triennio 2018-2020: novità introdotte e riscontri pratici nel settore coreutico*, tesi di laurea, Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Studi Umanistici, relatore Prof. Alessandro Pontremoli, a.a. 2018-19, pp. 28-44.

¹⁴ La conoscenza dei bisogni culturali unitamente all'analisi dei dati economici di spesa sono elementi fondamentali in qualsiasi processo di studio sul pubblico e sui processi di costruzione culturale dell'industria dello spettacolo. L'istituzione nel 1985 del Fondo Unico per lo Spettacolo e contemporaneamente dell'Osservatorio dello Spettacolo come organo di monitoraggio hanno inevitabilmente incrementato la diffusione di indagini sul pubblico della cultura. Si tratta di indagini che analizzano il pubblico principalmente in termini quantitativi relativi alle condizioni di accesso allo spettacolo. Cfr. Fabiana Sciarelli, Walter Tortorella, *Il pubblico del teatro in Italia* cit., p. 21.

¹⁵ Michele Trimarchi, *Urbs et Civitas: una mappa della cultura*, in Francesco De Biase (a cura di), *I pubblici della cultura* cit., pp. 141-154.

¹⁶ Cfr. Fabiana Sciarelli, Walter Tortorella, *Il pubblico del teatro in Italia* cit., p. 49.

¹⁷ Elizabeth C. Hirschman, Morris B. Holbrook, *Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions*, «Journal of Marketing», vol. 46, n. 3, (1982), p. 93.

¹⁸ Chiara Santoro, Gabriele Troilo, *The Drivers of Hedonic Consumption Experience: a Semiotic Analysis of Rock Concerts*, in Antonella Caru, Bernard Cova (a cura di), *Consuming Experience*, Routledge, New York 2007, p. 109.

danza l'esperienza del pubblico, come ha dimostrato uno studio,¹⁹ appare condizionata da tre aspetti principali (*dynamism*, *exceptionality* e *affective evaluation*) che determinano la relazione tra spettatore e danzatore. A partire infatti dai processi di *mirroring* e *embodiement*²⁰ lo spettatore è in grado di leggere l'opera danzata nei suoi elementi essenziali (il movimento), di riconoscerne i tratti di eccezionalità che fanno dell'opera stessa qualcosa di extra-ordinario e di identificare una serie di emozioni che accompagnano la fruizione della performance. Una valutazione più che mai oggettiva delle emozioni suscitate può tenere conto innanzitutto delle reazioni fisiche generate da tali emozioni durante la performance²¹ o della rielaborazione mediata delle stesse in un momento successivo alla fruizione. Il primo caso consente un'analisi più oggettiva, ma richiede costose strumentazioni tecniche e al tempo stesso riduce inevitabilmente il campione di indagine; il secondo caso, invece, comporta un'analisi meno dettagliata, ma indubbiamente di più facile attuazione attraverso la somministrazione di questionari di valutazione sull'impatto emotivo. È il caso della presente ricerca i cui questionari, al fine di poter rendere il più oggettiva possibile tale valutazione, hanno compreso accanto a domande di carattere generale sull'impatto emotivo, la selezione di una serie di emozioni che riassumono l'esperienza e evidenziano il grado di coinvolgimento del pubblico. Si tratta di un ampio *range* di stati emotivi che ha tenuto conto anche di quelli che Paul J. Silvia ha definito «unusual aesthetic responses»,²² ipotizzando nella selezione anche risposte di carattere negativo. Nell'impostazione delle domande all'interno dei questionari, dunque, sono stati individuati diciassette tipi di emozioni, facendo riferimento al *GENeva Multimodal Emotion Portrayals (GEMEP)*.²³ Si tratta delle

¹⁹ Maja Vukadinović, Slobodan Marković, *Aesthetic experience of dance performances*, «Psihologija», 45 (1), (2011), pp. 23-41.

²⁰ Cfr. Andrea Zardi, *La percezione del corpo in scena e lo spettatore* cit.; Vittorio Gallese, *Il corpo teatrale: mimetismo, neuroni specchio, simulazione incarnata*, in Francesca Bortoletti (a cura di), *Teatro e neuroscienze. L'apporto delle neuroscienze cognitive a una teatrologia sperimentale*, n. monografico di «Culture Teatrali», 16 (2007), pp. 13-37.

²¹ Alcuni di questi sistemi tengono conto nella valutazione di reazioni fisiche come il movimento delle pupille (cfr. Catherine Stevens, Renee Glass, Emery Schubert, Johnson Chen, Heather Winkler, *Methods for Measuring Audience Reactions*, atti del convegno «International Conference on Music Communication Science», Sydney 5-7 dicembre 2007, pp. 155-158) o le risposte galvaniche della pelle (cfr. Celine Latulipe, Erin A. Carroll, Danielle Lottridge, *Love, hate, arousal and engagement: exploring audience responses to performing arts*, atti del convegno «ACM CHI Conference on Human Factors in Computing Systems», Vancouver, 7-12 maggio 2011, pp. 1845-1854).

²² Paul J. Silvia, *Looking past pleasure: Anger, confusion, disgust, surprise, and other unusual aesthetic emotions*, «Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts», 3,1 (2009), pp. 48-51.

²³ Si tratta di un modello, elaborato da Klaus Scherer e Tanja Bänziger dell'Università di Ginevra, che raccoglie registrazioni audio e video in cui dieci attori ritraggono, attraverso diversi contenuti verbali e differenti modi di espressione, una serie di stati affettivi. Cfr. Tanja Bänziger, Marcello Mortillaro, Klaus R. Scherer, *Introducing the Geneva Multimodal Emotion Portrayal (GEMEP) corpus*, in Klaus.

POSITIVO – ALTO GRADO ECCITAZIONE	POSITIVO – BASSO GRADO ECCITAZIONE
<i>Davverimento</i>	<i>Sollievo</i>
<i>Orogoglio</i>	<i>Interesse</i>
<i>Gelosia</i>	<i>Piacere</i>
NEGATIVO – ALTO GRADO ECCITAZIONE	NEGATIVO – BASSO GRADO ECCITAZIONE
<i>Rabbia</i>	<i>Irritazione</i>
<i>Panico</i>	<i>Ansia</i>
<i>Disperazione</i>	<i>Tristezza</i>

Tab. 1

dodici emozioni più frequenti in letteratura che all'interno di questo modello (Tab. 1) vengono raggruppate attorno ad un asse positivo/negativo, a seconda dell'elevato o basso grado di eccitazione, al fine di poter segnalare anche le sfumature più sottili nell'ambito di una stessa famiglia emozionale.

A queste dodici emozioni ve ne sono state aggiunte altre cinque (*ammirazione, disprezzo, disgusto, sorpresa e tenerezza*) che completano l'analisi dell'impatto emotivo dello spettacolo. Il coinvolgimento dello spettatore è stato preso in esame tenendo conto di una scala di valore da 0 a 5 inserita a fianco di ciascuna emozione entro cui i rispondenti hanno avuto la possibilità di indicarvi il grado di intensità di ogni stato emotivo presentato.²⁴

L'*hedonic response*, oltre a una reazione di carattere emozionale, rappresenta un processo di *empowerment* creativo, culturale, estetico, ma soprattutto intellettuale. A tal proposito Alan S. Brown e Jennifer L. Novak-Leonard²⁵ hanno individuato l'*Art as a Means of Learning & Thinking* come uno degli gli indicatori dell'impatto estetico dell'arte²⁶ che consiste più precisamente nel «heighted cognitive state resulting from being provoked or challenged by an idea or message transmitted through the art».²⁷ Accanto all'impatto emotivo, dunque, l'esperienza della fruizione estetica ne implica uno – consapevole o meno – di carattere cognitivo, che consiste nella rielaborazione critica di tale esperienza e nella comprensione dell'eventuale messaggio o tematica veicolati all'interno della performance. Al fine

R. Scherer, Tanja Bänziger, Etienne B. Roesch (a cura di), *Blueprint for affective computing. A sourcebook*, Oxford University Press, Oxford 2010, pp. 271-294.

²⁴ Uno strumento analogo per la valutazione delle emozioni è AESTHEMOS, contenente uno spettro di 21 emozioni che caratterizzano l'esperienza estetica. Cfr. Ines Schindler, Georg Hosoya, Winfried Menninghaus, Ursula Beermann, Valentin Wagner, Michael Eid, Klaus R. Scherer, *Measuring aesthetic emotions: A review of the literature and a new assessment tool*, «PLOS ONE», 12, 6 (2017), pp. 1-45.

²⁵ Cfr. Alan S. Brown, Jennifer L. Novak-Leonard, *Measuring the intrinsic impacts of arts attendance*, «Cultural Trends», 22, 3-4 (2013), pp. 223-233.

²⁶ Gli altri indicatori individuati sono: *Art as a Means of Feeling*, *Art as a Means of Social Bonding & Bridging* e *Art as a Means of Aesthetic Development & Creative Stimulation*, ivi, pp. 227-228.

²⁷ Ivi, p. 228.

di poter valutare anche questo tipo di impatto sono state introdotte all'interno del questionario alcune domande specifiche quali: *Quanto hai compreso lo spettacolo?* e *Quali di queste affermazioni ritieni che descrivano la tua relazione con lo spettacolo?*²⁸ Oltre a queste domande, ne sono state inserite altre che sollecitano la rielaborazione critica dell'esperienza: *in che misura lo spettacolo ha risposto alle tue aspettative? Lo rivedresti? Lo consiglieresti a qualcuno? È valsa la pena venire a teatro questa sera?*

Il festival

Nel 1987, per volere dell'Assessorato alla Cultura della Città di Torino, nasceva il Centro per la Danza, Documentazione e Ricerca e in seno a questa iniziativa prendeva il via, nella cornice del Parco Rignon della Villa Amoretti, il festival internazionale Torinodanza. Un festival che, sin dalla prima edizione aperta dalla compagnia dell'americano Mark Morris, ha saputo tener fede alla vocazione di vetrina internazionale con uno sguardo sempre attento alle novità e, soprattutto, alla «qualità nella diversità».²⁹ Oggi più che mai i festival di danza rappresentano gli spazi in cui è possibile dar voce e corpo alla coreografia contemporanea e, in questa prospettiva, assume un ruolo decisivo la figura del direttore artistico³⁰ in grado con le sue scelte di sigillare attraverso una peculiare cifra stilistica lo sguardo coreico sulla scena coeva. Si tratta di scelte che, oltre tracciare una precisa linea estetica e drammaturgica, trasformano i festival in dispositivi di potere all'interno dell'industria coreica.³¹

L'edizione 2018 del festival è segnata da un cambio al vertice che ha visto Gigi Cristoferetti, alla guida della manifestazione dal 2002, passare simbolicamente il testimone ad Anna Cremonini.³² In continuità con l'impostazione precedente,

²⁸ Quest'ultima domanda prevedeva la scelta delle seguenti risposte: *ho incrementato le mie conoscenze; ne ho apprezzato l'esecuzione; ne ho condiviso le tematiche; ha suscitato riflessioni.*

²⁹ Vittoria Doglio, Elisa Vaccarino (a cura di), *Dieci Anni con Torinodanza*, Publisintesi, Torino 1996, p. 6.

³⁰ Cfr. Alessandro Pontremoli, Gerarda Ventura (a cura di), *La danza: organizzare per creare* cit., pp. 35-36.

³¹ Cfr. Alessandro Pontremoli, *La Danza 2.0* cit., p. 13.

³² Anna Cremonini intraprende l'attività di organizzatrice presso il Teatro Due di Parma e in seguito ricopre per quattro edizioni il ruolo di assistente al direttore artistico della Biennale di Venezia. Successivamente ha collaborato con il Teatro Mercadante di Napoli e in seguito con il Festival della Fondazione Musica per Roma presso l'Auditorium Parco della Musica di Roma, dove si è occupata, tra le altre attività, dell'organizzazione e produzione di Equilibrio, festival della nuova danza e del Festival Internazionale di Villa Adriana. Da Luglio 2014 a Marzo 2017 è stata nominata dal Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Presidente della Commissione responsabile della valutazione qualitativa e la selezione dei progetti oggetto di finanziamento e la definizione dei contributi a valere sul FUS per il settore Danza. Ha collaborato con il Teatro dell'Opera di Roma per la produzione del festival FFF- Fast Forward Festival e la realizzazione del Progetto OperaCamion. Dal 2018 è alla direzione del festival Torinodanza.

Cremonini approfondisce nella sua direzione artistica il dialogo e l'incontro con culture diverse e con coloro che di tali culture si fanno messaggeri attraverso il linguaggio universale della danza. Al centro della scena vi è l'uomo contemporaneo nella sua condizione esistenziale di cui l'arte coreica riesce a cogliere ogni tipo di sfumatura, affrontando le problematiche che contraddistinguono la nostra epoca. Non stupisce che la direzione del festival abbia instaurato una collaborazione triennale con Sidi Larbi Cherkaoui, individuando per l'appunto nell'artista belga – afferma Cremonini – «il coreografo che forse sa meglio coniugare i temi dell'identità e del multiculturalismo con un gesto universale, sofisticato ed elegante».³³ Proprio a Cherkaoui viene affidato il compito di aprire l'edizione 2018 con il dittico *Noetic e Icon*, spettacoli prodotti dalla GöteborgsOperans Danskompani e realizzati in collaborazione con l'artista visivo Antony Gormley, che rappresentano coreograficamente due aspetti significativi del vivere quotidiano: il primo descrive metaforicamente, attraverso l'utilizzo scenografico di lunghe aste flessibili in carbonio, l'ordine matematico e geometrico sotteso alle relazioni umane; nel secondo, invece, la costruzione coreografica è incentrata attorno al materiale della creta che sulla scena dà forma e distrugge sculture, analogamente all'atto poetico che ha contraddistinto gli uomini nella creazione e distruzione di idoli, sempre diversi, nel corso dei tempi.

Il secondo spettacolo di questa edizione è stato *Famille Choisie* prodotto dalla compagnia Carré Curieux che ha portato all'interno di un tendone da circo, allestito nel cortile della Reggia di Venaria, una visione onirica del mondo, costellata da divertenti acrobazie e giocolerie di quattro ragazzi che nella volontà di unirsi e dar vita a una compagnia, si sono “scelti”, per l'appunto, come famiglia. È seguito poi lo spettacolo *Bach Project*, frutto della collaborazione tra Torinodanza, Fondazione Nazionale della Danza/Aterballetto, MITO Settembre Musica, Festival MilanOltre e Les Halles de Schaerbeek e dedicato al compositore Johann Sebastian Bach. La coproduzione ha visto in scena la compagnia Aterballetto nella cornice storica del Teatro Carignano con una celebre coreografia di Jiří Kylián, *Sarabande*, unitamente alla nuova creazione, *Domus Aurea*, realizzata dal giovane Diego Tortelli.

Lo spettacolo *ERODIADE-Fame di Vento (1993-2017)*, ispirato al poema *Hérodiade* di Stéphane Mallarmé, rappresenta, invece, uno degli esiti performativi del progetto *RIC.CI-Reconstruction Italian Contemporary Choreography Anni '80-'90*, ideato e diretto dal critico di danza Marinella Guatterini, che, nella prospettiva di riproporre opere del passato, riprende la creazione del 1993 nata dalla collaborazione tra la coreografa Julie Ann Anzillotti e l'artista Alighiero Boetti. Di grande impatto visivo è stato poi lo spettacolo *The*

³³ Sergio Trombetta, *A Torino il meglio della coreografia europea. Così la danza racconta il nostro mondo*, «La Stampa», 10 settembre 2018, p. 27.

Great Tamer dell'artista greco Dimitris Papaioannou, celebre per la capacità di costruire rappresentazioni plastiche dalla forte valenza simbolica, come nel caso di quella presentata a Torinodanza, ispirata al mito di Persefone e incentrata sul Tempo "grande domatore" delle illusioni.

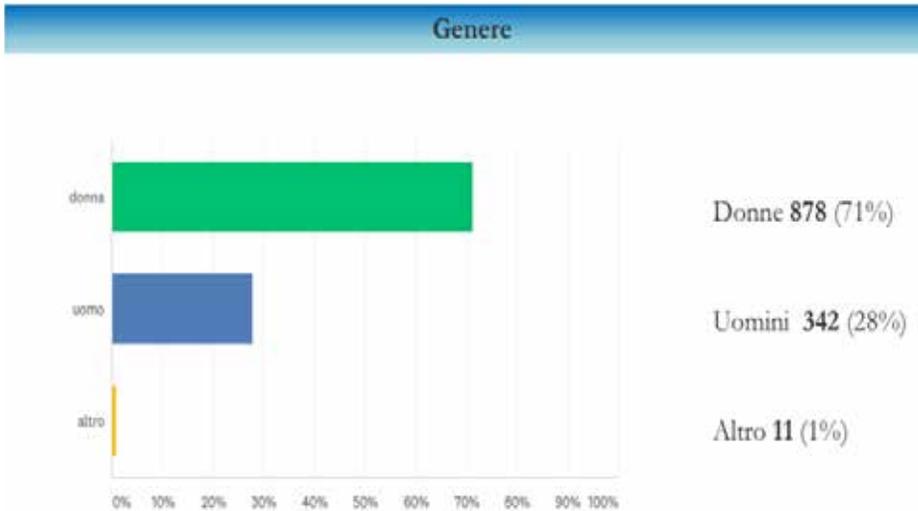
Alla giovane artista israeliana Sharon Eyal, che dopo aver militato nelle fila della Batsheva Dance Company ha intrapreso una brillante carriera coreografica internazionale, sono dedicati due spettacoli di questa edizione, contraddistinti entrambi da un lirismo appassionato. Si tratta di *OCD Love* e del suo naturale proseguimento *Love Chapter 2* in cui la tecnica ricercata della Eyal esplora temi profondi come il dolore, la perdita e il vuoto emozionale che caratterizzano spesso la fine di una storia d'amore. La compagnia Back Pocket, quindi, ha riportato il pubblico del festival in un mondo immaginario e illusorio con lo spettacolo *La Vrille du Chat* in cui l'esplorazione coreografica tenta di saggiare i limiti e le potenzialità di corpi atletici, esposti sulla scena come in un cartone animato. Lo spettacolo *Tango Glaciale Reloaded (1982-2018)*, anch'esso realizzato nell'ambito del progetto *RIC. CI*, presenta la ripresa di un'opera del teatro sperimentale degli anni Ottanta, creata da Mario Martone con il gruppo Falso Movimento, che esibisce l'attraversamento performativo dei tre protagonisti in tutti gli spazi di una casa immaginaria in un allestimento scenico dalla forte impronta pop.

La Compagnia Zappalà Danza ha presentato la ripresa dello spettacolo *La sfocatura dei corpi*, intitolata ora *Romeo e Giulietta 1.1* e dedicata alla tragica storia d'amore dei giovani veronesi che diventa, nella creazione di Roberto Zappalà, un dispositivo di analisi e messa fuoco del rapporto amoroso e delle dinamiche relazionali che intercorrono tra gli amanti e tra essi e il mondo. Ai temi dell'esilio, del confine e dello sradicamento dalla patria, è dedicato, infine, il lavoro intitolato *Du Désir D'horizons* di Salia Sanou che, a partire dall'esperienza di danza nei campi profughi del Burundi e del Burkina Faso, traduce in coreografia suggestioni significative della migrazione africana.

A concludere l'edizione del 2018 del festival è stato lo spettacolo *Requiem puor L.* interpretazione del *Requiem* di Mozart proposta da Alain Platel che, sul riadattamento musicale di Fabrizio Cassol per un complesso di musicisti africani, affronta il tema della morte offerto in scena come una sorta di rito. La paura dell'oscuro e dell'ignoto legata alla morte è resa nella sua forza e nella sua intensità dalla proiezione di un video che, accompagnando tutta la durata della performance, ritrae gli ultimi istanti di vita di una donna.

Il ventaglio delle proposte artistiche offerto da questa edizione del festival³⁴ (in

³⁴ Completano l'offerta coreica dell'edizione 2018 del festival tre performance inserite in *VERTIGINE*, progetto di produzione internazionale che ha visto coinvolti tre artisti, la danzatrice/acrobata francese Chloé Moglia, i coreografi italiani Michele Di Stefano con la sua compagnia MK e Marco D'Agostin con i rispettivi spettacoli *La Spire*, *Parete Nord* e *First Love*. Questi spettacoli rappresentano il



Graf. 1

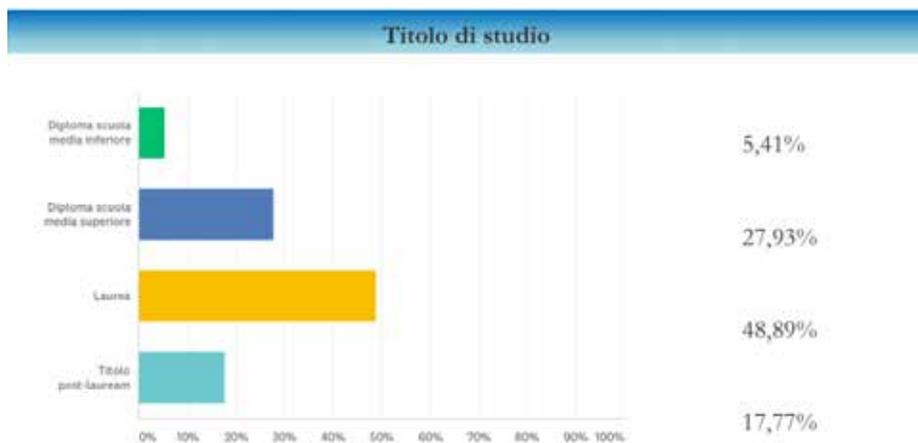
continuazione anche con quelle precedenti) rappresenta chiaramente l'estensione estetico-territoriale della danza contemporanea dei nostri tempi teorizzata da Alessandro Pontremoli.³⁵ Molti degli spettacoli proposti infatti affondano le proprie radici in quella che è stata definita una terra di mezzo caratterizzata da «l'eclettismo degli stili e delle tecniche, che non stravolge tuttavia i linguaggi e i sistemi di movimento che provengono dal primo paesaggio e dalla tradizione storica della danza».³⁶ Ne sono un esempio, da un lato l'eclettismo coreografico delle produzioni di Cherkaoui, la cui danza caratterizzata da un'intensa fisicità accoglie tecniche e stili spesso differenti, o, dall'altro, il lavoro delle compagnie Carré Curieux e Back Pocket che traducono in gesto coreografico elementi circensi e di giocoleria.

Si tratta, dunque, di un'edizione capace di sconfinare sia nella direzione del

risultato del lavoro svolto sui territori di montagna fra Torino e Chambéry nell'ambito del progetto triennale transfrontaliero sostenuto dal programma europeo ALCOTRA (Alpi Latine Cooperazione Transfrontaliera), *Corpo Links Cluster*, che ha coinvolto Espace Malraux □ scène nationale de Chambéry et de la Savoie (capofila), Torinodanza festival / Teatro Stabile di Torino □ Teatro Nazionale, Associazione Dislivelli di Torino e Université Savoie Mont Blanc. I tre coreografi sono accomunati nella pratica coreografica dal tentativo di mettere in relazione le discipline sportive con quelle artistiche, attraverso il racconto della montagna, intesa come luogo di sperimentazione, tra innovazione e tradizione, entro cui il corpo danzante mette alla prova nella pratica performativa i propri limiti. Il rilevamento sul pubblico dei tre spettacoli è stato oggetto di un'analisi dedicata esclusivamente al progetto *VERTIGINE* di cui si dà brevemente conto alla nota n. 40.

³⁵ Cfr. Alessandro Pontremoli, *La Danza 2.0* cit., pp. 102-119.

³⁶ Ivi, p. 105.



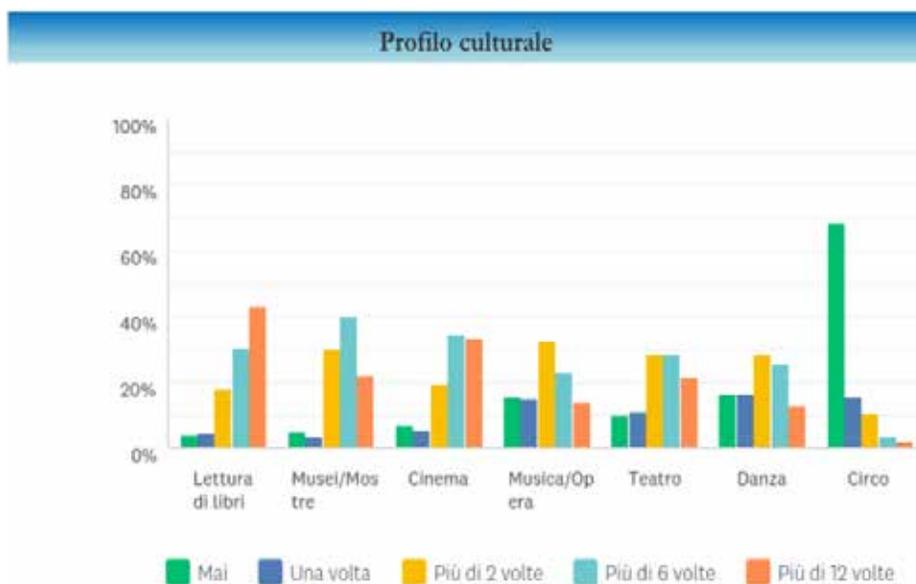
Graf. 2

primo paesaggio, mantenendo vivo lo sguardo verso la storia della danza contemporanea italiana, come nel caso degli spettacoli realizzati in collaborazione con il progetto *RIC.CI*, sia nella direzione di un meno definito terzo paesaggio dove l'arte coreica sapientemente si fonde e si amalgama in un fare performativo multiforme e multilinguistico come nel caso delle opere visionarie di Papaioannou. Tale varietà di proposte coreografiche, di visioni estetiche e di codici performativi rappresenta uno stimolo significativo per la definizione di azioni di intervento che, in virtù di una siffatta molteplicità, possono raggiungere e coinvolgere un'ampia gamma di spettatori.

I risultati dell'indagine

Gli spettatori totali al festival sono stati 10.986 e tra questi 1245 hanno partecipato volontariamente all'indagine. Tutti i rispondenti hanno avuto l'opportunità di aderire al questionario anche in modalità telematica.³⁷ Sebbene l'adesione all'indagine, pari all'11,33% dei partecipanti, appaia relativamente bassa, i dati sono in ogni caso rilevanti per una mappatura del pubblico di questa edizione del festival. Dall'indagine emerge una maggioranza di donne (878) rispetto agli uomini (342) a cui si aggiungono 11 persone che hanno indicato *Altro* come genere (Graf. 1). L'età

³⁷ Sul sito ufficiale del festival era presente un link che rimandava alla compilazione del questionario e allo stesso tempo ciascuna copia cartacea riportava un QR CODE per permettere agli spettatori di rispondere al questionario direttamente dal proprio smartphone. L'adesione è stata tuttavia decisamente bassa: i questionari compilati on-line risultano, infatti, solo 152 su 1245.

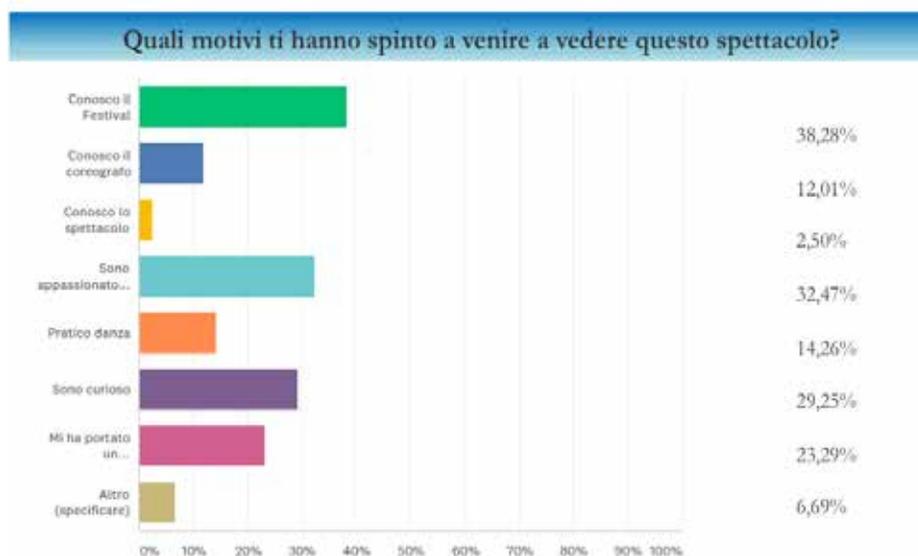


Graf. 3

media degli spettatori è di 48 anni, dato che conferma il problema del ricambio generazionale nella fruizione dello spettacolo dal vivo, nonostante la programmazione del festival sia alquanto attenta alla domanda artistico-culturale di un pubblico giovanile. Tra i rispondenti, solo 27 persone hanno affermato di avere una forma di disabilità (Graf. 1). Per quanto riguarda l'area geografica di appartenenza oltre la metà dei rispondenti (773) ha dichiarato di essere residente a Torino.

I dati sul processo di acquisto dimostrano che 501 persone hanno comprato un Biglietto Intero, mentre 205 uno Ridotto. Sono invece 82 gli spettatori che hanno dichiarato di possedere un Biglietto Under 35 e 5 un Biglietto Under 14. Sono 122 gli spettatori che rispondono di aver sottoscritto un Abbonamento a 3 spettacoli, 159, invece, uno a 6 spettacoli e 43 uno a 10 spettacoli. L'Abbonamento Under 35 risulta acquistato da 15 persone tra i rispondenti, mentre quello Teatro e danza da 38. Infine, 58 persone hanno risposto *Altro* (si tratta sostanzialmente di biglietti omaggio) e 18 hanno invece omesso la risposta a questa domanda.

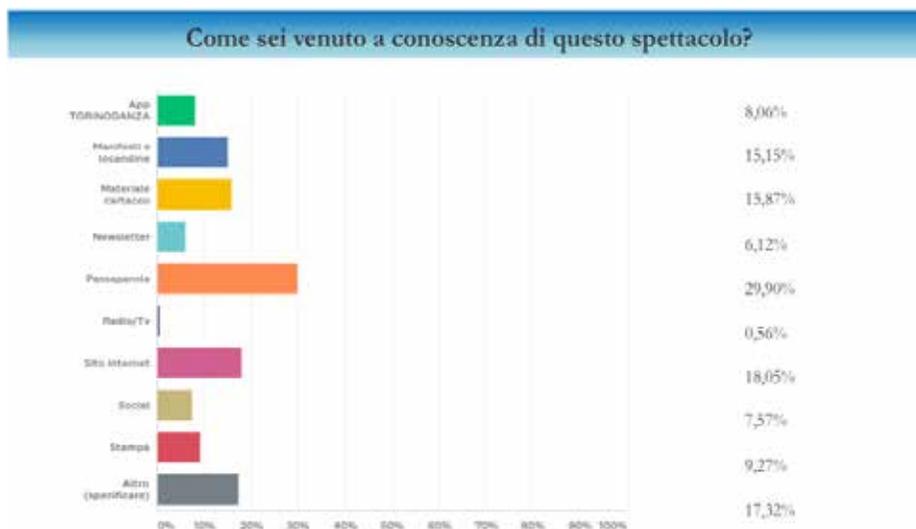
L'analisi relativa alla scolarizzazione del pubblico rileva un alto grado di istruzione tra i rispondenti: il 48,89% dichiara di avere una laurea e il 17,77% un titolo post-lauream. Tra gli spettatori restanti, 341 (27,93%) dichiarano di possedere un diploma di scuola media superiore e solamente 66 (5,41%) uno di scuola media inferiore; 23 hanno omesso la risposta (Graf. 2). Dal punto di vista occupazionale lo spettro delle professioni indicate dai rispondenti è assai variegato: si riscontra una



Graf. 4

prevalenza di dipendenti privati (17,01%), pensionati (14,89%) e liberi professionisti (13,59%). Solamente 15 persone hanno omesso la risposta a questa domanda.

Per quanto concerne il consumo culturale del campione di spettatori che ha risposto ai questionari si registra una discreta attività culturale (Graf. 3). L'affluenza ai Musei o alle Sale Cinematografiche appare maggiore rispetto a quella dello spettacolo dal vivo. Si evidenzia, infatti, una bassa frequenza del consumo dello spettacolo coreico: la maggior parte dei rispondenti (28,61%) dichiara di aver seguito più di due volte nell'ultimo anno un'attività di danza, mentre il 25,26% afferma di averlo fatto più di 6 volte. Solo il 12,96% si dichiara assiduo frequentatore dello spettacolo coreico. L'indagine, volta a tracciare la motivazione di consumo e nello specifico le ragioni di una determinata selezione all'interno dell'offerta del festival (Graf. 4), dimostra come la conoscenza del festival (38,28%) rappresenti la principale motivazione che conferma il suo radicamento culturale sul territorio. Altro motivo di consumo è la passione coltivata dagli spettatori per l'arte della danza: il 32,47% dei rispondenti si dichiara infatti appassionato di danza. Il 29,25% sostiene di avere scelto lo spettacolo perché incuriosito, mentre una discreta parte (23,29%) afferma di aver accompagnato un amico o un familiare. Decisamente più bassi i valori percentuali delle motivazioni che riguardano la conoscenza di un coreografo (12,01%) o di un determinato spettacolo (2,50%). Per quanto riguarda le modalità di reperimento delle informazioni attraverso i mezzi di comunicazione (Graf. 5), la maggior parte dei rispondenti (29,90%) afferma di essere venuta a



Graf. 5

conoscenza dello spettacolo attraverso il passaparola. Discreto appare invece il reperimento delle informazioni attraverso il sito internet (18,05%) o attraverso il materiale cartaceo (15,87%) predisposto dall'organizzazione. Un discorso analogo vale per le informazioni reperite da manifesti e locandine (15,15%). Decisamente poco efficace in termini di comunicazione risulta essere il canale radio-televisivo (0,56%).

Il cuore di questa ricerca è rappresentato, tuttavia, dalla valutazione dell'impatto – emotivo e cognitivo – che gli spettacoli hanno avuto sul pubblico. Al fine di offrirne un quadro sintetico e comparativo, si è scelto di riassumere in questa sede i principali dati raccolti e di proporli all'interno di una tabella riepilogativa (Tab. 2) che ne permetta una facile e immediata lettura.³⁸ Sono state pertanto individuate all'interno del questionario quattro domande esemplificative (*Quanto ti è piaciuto? Quanto ti ha coinvolto? Quanto l'hai compreso? Lo rivedresti?*) le cui risposte, espresse in una scala di valore che va da 1 a 10, consentono efficacemente di mettere a confronto tra loro le valutazioni dei singoli spettacoli del festival. L'indagine specifica sull'impatto emotivo viene riassunta riportando, invece, le tre emozioni,

³⁸ Tale scelta permette di poter visualizzare l'andamento generale del festival in termini di gradimento, attraverso un'immediata comparazione dei dati riferiti a ciascun spettacolo. La ricerca ha previsto, inoltre, un'indagine più approfondita sulla ricezione di quattro spettacoli, selezionati in collaborazione con la direzione del festival, i cui risultati saranno analizzati e confrontati, sia con la visione proposta dalla critica specialistica, sia con gli studi di danza relativi alle correnti estetiche di riferimento. Gli esiti di questa indagine saranno oggetto di una prossima pubblicazione.

TITOLO SPETTACOLO	Adesione al questionario	Quanto è il piacere?	Quanto ti ha entusiasmato?	Quanto l'hai compreso?	Lo ritorni?	Emozioni più ricorrenti
Noetic	5,76%	6	5	3	4	AMMIRAZIONE - INTERESSE - BENESSERE
Icon	6,07%	7	6	4	4	INTERESSE - AMMIRAZIONE - SORPRESA
Famille Choise	20,04%	7	7	4	4	DIVERTIMENTO - GIOIA - AMMIRAZIONE
SARABANDE / Bach Project	16,10%	8	8	5	5	INTERESSE - AMMIRAZIONE - ANGOSCIA
DOMUS AUREA / Bach Project	3,32%	9	9	2	5	AMMIRAZIONE - INTERESSE - SORPRESA
ERODIADI - Fatti di Venti (1993 - 2017)	14,36%	2	2	2	2	INTERESSE - AMMIRAZIONE - SORPRESA
The Great Taster	2,11%	9	7	3	4	SORPRESA - AMMIRAZIONE - INTERESSE
OCD Love	5,94%	6	6	5	4	AMMIRAZIONE - INTERESSE - SORPRESA
Love Chapter 2	7,32%	8	8	4	4	AMMIRAZIONE - INTERESSE - GIOIA
La Vraie du Chat	11,20%	9	8	4	4	AMMIRAZIONE - DIVERTIMENTO - INTERESSE
Tango Glaciale Reloaded (1982 - 2018)	18,51%	6	5	3	3	DIVERTIMENTO - INTERESSE - SORPRESA
Romeo e Giulietta 1.1	21,46%	5	5	5	5	AMMIRAZIONE - INTERESSE - TENEREZZA
De Desir D'horizons	14,23%	6	6	5	5	INTERESSE - AMMIRAZIONE - DIVERTIMENTO
Requiem pour L.	19,64%	9	8	4	4	AMMIRAZIONE - INTERESSE - TRISTEZZA

Tab 2

selezionate dall'elenco proposto, che ricorrono più frequentemente e con maggior grado di intensità.

È innanzitutto opportuno premettere che tali valutazioni sono da considerarsi in relazione alla percentuale di adesione al questionario da parte degli spettatori (indicata nella seconda colonna della tabella) che, oltre a variare per ogni singola rappresentazione, appare, come si è visto, nel complesso piuttosto esigua. Nel caso di più repliche di uno stesso spettacolo si è fatto riferimento alla valutazione complessiva dello stesso, sommando i dati raccolti nelle singole rappresentazioni.

Osservando il riepilogo delle informazioni riportate all'interno della tabella, si osserva che la maggior adesione di spettatori all'indagine riguarda, nell'ordine, i seguenti spettacoli: *Romeo e Giulietta 1.1* con il 21,46%, *Famille Choise* con il 20,04%, *Requiem Pour L.* con il 19,64% e *Tango Glaciale Reloaded (1982-2018)* con il 18,51%, mentre si riscontra una minore adesione in occasione degli spettacoli della serata inaugurale del festival, *Noetic* e *Icon*. Questo dato richiede, tuttavia, una riflessione a margine a partire innanzitutto dalla tipologia di pubblico della serata che per ragioni sociali e istituzionali non rispecchia effettivamente il profilo dello spettatore tipo del festival e, per tale motivo, qualsiasi informazione raccolta sarebbe stata effettivamente poco funzionale allo scopo della ricerca. L'evidente poca partecipazione all'indagine degli spettatori di questa serata è giustificata poi, oltre che da motivazioni di carattere logistico (gli ampi spazi del Teatro Regio hanno reso difficoltose e dispersive sia la consegna sia la raccolta dei questionari), anche da altre strettamente connesse all'informazione sull'indagine stessa: il pubblico, trattandosi infatti della prima occasione dell'indagine, non era effettivamente informato a sufficienza sulla stessa. A tal proposito la costante presenza del personale reclutato dall'università e preposto alla distribuzione dei questionari ha

permesso, nel corso dell'intero festival, di instaurare una relazione con una buona parte di spettatori, sollecitando così il loro interesse e favorendo la partecipazione alla rilevazione dei dati.³⁹

Per quanto riguarda il gradimento espresso dagli spettatori, gli spettacoli che hanno raccolto la valutazione più alta (9) sono stati *Famille Choisie*, *DOMUS AUREA / Bach Project*, *The Great Tamer*, *La Vrille du Chat* e *Requiem Pour L.* Tra questi solo *Famille Choisie* e *DOMUS AUREA / Bach Project* hanno riportato una valutazione altrettanto alta, relativa al grado di coinvolgimento del pubblico. Leggermente minore appare invece la valutazione del coinvolgimento emotivo nel caso degli altri spettacoli: 7 per *The Great Tamer*, 8 per *La Vrille du Chat* e per *Requiem pour L.* Tenendo conto, dunque, della parità di punteggio e della differenza percentuale di adesione al questionario, lo spettacolo che ha avuto la maggior percentuale di gradimento risulta essere *Famille Choisie*. Un discorso analogo può essere fatto per gli spettacoli che presentano un basso indice di gradimento: lo spettacolo *ERODIADE-Fame di Vento (1993-2017)* ha ricevuto una valutazione pari a 2 e lo spettacolo *Romeo e Giulietta 1.1* una pari a 3. Anche in questo caso si riscontra una stretta relazione tra gradimento e coinvolgimento emotivo: entrambi gli spettacoli hanno infatti ricevuto in proporzione la stessa valutazione per il coinvolgimento emotivo (2 per *ERODIADE* e 3 per *Romeo e Giulietta 1.1*). In questo caso lo spettacolo che si rivela il meno gradito è *ERODIADE-Fame di Vento (1993-2017)*, anche se la valutazione si riferisce a una percentuale più bassa di spettatori (14,28%) rispetto a quella di *Romeo e Giulietta 1.1* (21,46%) che, come si è visto, ha ottenuto una valutazione poco più alta (3).

Confrontando i dati raccolti nella tabella, appare immediatamente evidente che le valutazioni relative al gradimento e al coinvolgimento degli spettacoli sono strettamente connesse e sembrano procedere, seppure con variabili minime, di pari passo. Nello specifico la valutazione è nella maggior parte dei casi (8 volte su 14) la stessa sia per il gradimento, sia per il coinvolgimento; negli altri casi quella relativa al coinvolgimento emotivo appare proporzionalmente inferiore di un punto rispetto al gradimento.

La quarta colonna della tabella indica l'impatto cognitivo dello spettacolo, ovvero quanto lo spettatore abbia compreso o meno la rappresentazione. A differenza dell'impatto emotivo, quello cognitivo appare nell'insieme relativamente basso: le valutazioni riportate, infatti, non superano il valore 4. La comprensione in

³⁹ Sebbene non si tratti di un caso di questionario somministrato direttamente dall'intervistatore (*face to face*), la presenza di persone coinvolte nella ricerca che illustrava il tipo di indagine e invitava alla compilazione dei questionari è stata fondamentale nell'alimentare l'intensità della relazione tra intervistato e intervistatore che, come giustamente osserva Mario Cardano, favorisce una maggiore cooperazione dei rispondenti all'indagine. A tal proposito si veda Mario Cardano, Fulvia Ortalda, *Metodologia della ricerca psicosociale*, Utet Università, Torino 2017, p. 63.

termini di significato di uno spettacolo o la sua rielaborazione critica non sembrano condizioni determinati nella valutazione di una performance, come si evince anche dalle risposte riportate alla domanda n. 27 (*quali di queste affermazioni ritieni descrivano la tua relazione con lo spettacolo?*). In questo caso la risposta che ricorre con maggior frequenza è stata *ne ho apprezzato l'esecuzione*, mentre quelle meno indicate sono state *ne ho condiviso le tematiche* e *ho incrementato le mie conoscenze*. Dai dati raccolti risulta, tuttavia, che gli spettacoli maggiormente compresi sono stati: *Icon, Famille Choisie, Love Chapter 2, La Vrille du Chat e Requiem Pour L.* (4), mentre quelli compresi in misura minore sono stati *DOMUS AUREA / Bach Project* e *ERODIADE-Fame di Vento (1993-2017)* (2). In merito all'impatto cognitivo degli spettacoli, appare interessante riscontrare una relazione tra l'ultima domanda presa in esame (*lo rivedresti?*) e il grado di comprensione del relativo spettacolo. Se, infatti, la seconda e la terza colonna della tabella sembravano procedere in parallelo, mostrando quindi una relazione tra gradimento e coinvolgimento, anche in questo caso risulta esservi un rapporto tra la comprensione dello spettacolo e la volontà di rivederlo. Le valutazioni raccolte nella quinta colonna sono anch'esse basse ed equivalgono nella maggior parte dei casi (10 su 14) a quelle della quarta. La volontà di rivedere uno spettacolo, pertanto, appare correlata principalmente all'impatto cognitivo e meno a quello emotivo: maggiore sarà l'impatto cognitivo e maggiormente lo spettatore sarà intenzionato a rivedere lo spettacolo. Questo dato dimostra come l'impatto cognitivo possa determinare un radicamento maggiore del festival nel pubblico rispetto a quello emotivo.

L'ultima colonna della tabella riassume in maniera più dettagliata l'impatto emotivo di ciascun spettacolo, indicando le tre emozioni che compaiono con maggior frequenza. Anche in questo caso è opportuno premettere che, in primo luogo, le valutazioni vanno commisurate con la percentuale di adesione degli spettatori ai questionari e, in secondo luogo, che la maggior frequenza di un'emozione non necessariamente corrisponde al grado di intensità della stessa. Si tratta nella maggior parte dei casi di emozioni positive, fatta eccezione per gli spettacoli *SARABANDE / Bach Project*, dove, accanto alle emozioni *interesse* e *ammirazione*, compare anche l'*angoscia* e *Requiem Pour L.*, dove accanto alle emozioni *ammirazione* e *interesse* compare invece la *tristezza*. Tutti gli altri spettacoli sono caratterizzati da emozioni positive che implicano sia una forma di distacco/lontananza dello spettatore nei confronti dell'oggetto come nel caso dell'*ammirazione* e dell'*interesse* e sia un coinvolgimento emotivo maggiore come nel caso di emozioni come *gioia, sorpresa e divertimento*.⁴⁰

⁴⁰ Anche nel caso del rilevamento dati sul pubblico degli spettacoli inseriti nel progetto *VERTIGINE* l'adesione all'indagine appare relativamente bassa (21,63%). I risultati dimostrano una prevalenza di donne tra il pubblico (73,56%) con un alto livello di istruzione (il 45,28% dichiara, infatti, di essere in possesso del titolo di laurea) e in prevalenza impiegata come dipendente privato (22,01%). Il reperimen-

Conclusioni

Questo studio preliminare sul pubblico dell'edizione 2018 del festival Torinodanza ha permesso di definire in primo luogo il profilo dello spettatore medio: si tratta di uno spettatore di genere femminile di circa 48 anni, residente a Torino, il cui livello culturale appare medio-alto (come si evince dagli interessi culturali e dal titolo di istruzione), appassionato di danza (32,47%) e già fruitore del festival (38,26%). In secondo luogo, l'indagine ha prodotto risultati in merito al gradimento della manifestazione da parte del pubblico. La valutazione degli spettacoli risulta nel complesso più che positiva in termini di impatto emotivo, laddove le principali emozioni indicate dai rispondenti sono state *ammirazione*, *interesse* e *sorpresa*; quasi assenti risultano infatti emozioni di carattere negativo, fatta eccezione per gli stati di *angoscia* e di *tristezza*, presenti in minor parte e soprattutto in relazione a determinati spettacoli. Da un punto di vista dell'impatto cognitivo gli spettacoli risultano compresi solo in minor parte e, come si è visto, un impatto cognitivo così basso sembrerebbe aver influito sull'intenzione di rivedere un determinato spettacolo.

I dati raccolti testimoniano, dunque, la ricezione del festival da parte del pubblico e al tempo stesso forniscono strumenti utili a elaborare attraverso dei *focus group* un modello di *audience engagement* e uno di *audience development* in sinergia con i principali *stakeholder* del territorio. Nella prospettiva di meglio implementare tale modello si è reso necessario tenere conto di alcune criticità del processo di rilevazione dati e di riformulare il questionario in occasione dell'edizione 2019, con l'obiettivo di aumentare l'adesione degli spettatori all'indagine. È stato quindi ridotto il numero di domande per rendere più semplice e rapida la compilazione e contestualmente si è intensificata la comunicazione relativa all'indagine.⁴¹ I risul-

to delle informazioni sugli spettacoli è avvenuto prevalentemente attraverso il passaparola (46,54%) e tra le motivazioni di consumo si segnala oltre alla *curiosità* anche l'*interesse per la montagna*. Un dato interessante di questa indagine è che gli spettacoli sembrano avere avuto un maggior impatto emotivo, connotato principalmente da emozioni quali *ammirazione* (78,61%) *interesse* (74,84%), *sorpresa* (66,03%) e *divertimento* (54,71%), più che uno cognitivo. Si riscontra, infatti, che la rielaborazione critica dell'esperienza vissuta dagli spettatori ha evidenziato in primo luogo l'apprezzamento dell'esecuzione degli interpreti (58,49%) e solo in secondo luogo riflessioni scaturite dalle performance (42,77%). Poco influenti a tal riguardo sono stati i dati relativi all'incremento delle conoscenze degli spettatori (8,81%) e la condivisione delle tematiche connesse agli spettacoli (5,66%). Il gradimento degli spettacoli si attesta a un livello medio-alto come si evince dalle risposte alle domande conclusive del questionario che indagavano la possibilità di consigliare gli spettacoli a qualcuno e la valutazione finale sull'esperienza vissuta a teatro (*È valsa la pena di venire a teatro questa sera?*) a cui è stato attribuito, in entrambi i casi, il valore 4.

⁴¹ Eliminato il lungo elenco degli stati affettivi, la valutazione dell'impatto emotivo e di quello cognitivo è stata riformulata attraverso la presentazione delle seguenti domande: *quanto ti è piaciuto lo spettacolo? Quali di queste affermazioni (ho incrementato le mie conoscenze; ne ho apprezzato l'esecuzione; ne ho condiviso le tematiche; ha suscitato riflessioni) ritieni che descrivano la tua relazione*

tati di questa nuova indagine potranno meglio definire il profilo dello spettatore del festival e, unitamente all'analisi dettagliata di quattro titoli esemplificativi dell'edizione precedente,⁴² consentiranno di raccogliere informazioni fondamentali per sviluppare iniziative di *audience engagement* e *audience development* a partire dai bisogni concreti di un target di pubblico specifico e al tempo stesso di disseminare azioni aggiornate in relazione agli studi attuali sul fenomeno della danza contemporanea internazionale.

con lo spettacolo? Lo consiglieresti a qualcuno? Per quanto riguarda invece la comunicazione, oltre alla costante presenza di personale addetto alla distribuzione e alla raccolta dei questionari che informava gli spettatori sull'indagine in atto, è stato inserito anche sul pieghevole di sala relativo a ciascun spettacolo il QR CODE di rimando al questionario on-line.

⁴² Cfr. nota n. 38.