

Il Ferrara Buskers Festival: progettualità, emergenza e costellazione di significati *

Giovanni Masino e Luca Zan

1. Il Ferrara Buskers Festival: un evento di successo

2. Il processo di affermazione tra progettualità e emergenza

1^a fase: la nascita (1988-1993)

2^a fase: il consolidamento (1994-2000)

La fase attuale: la gestione del successo

3. Una organizzazione “virtuosa”

a) Un’organizzazione ad elevata convergenza di significati

b) Il produttore come cliente

4. Il “conducer”: l’artista come produttore-cliente

4.1 Artisti di strada o artisti in strada? Una sorprendente varietà di attori

4.2 Perché a Ferrara? Le motivazioni degli artisti

4.3 Non solo arte e suggestioni: criticità e problemi

5. Conclusioni: varietà e convergenze

Bibliografia

1. Il Ferrara Buskers Festival: un evento di successo

Tutto ci si poteva attendere da una città come Ferrara, ricca di patrimonio artistico e storico di rara bellezza, di tradizioni culturali e popolari oggetto di una intelligente attenzione negli ultimi anni. Tutto, fuorché diventasse sede del più grande festival di artisti di strada del mondo, con artisti e spettatori che per una settimana l’anno invadono la città, trasformata in una continua performance dalle sei di sera fino a mezzanotte.

Che si tratti di un evento “di successo” è opinione diffusa, basata su una serie di elementi di varia natura, qui ripresi senza un particolare ordine di importanza.

* L’articolo si basa su una serie approfondita e ripetuta di colloqui con gli organizzatori del festival, e in particolare Stefano Bottoni e Luigi Russo, che ringraziamo per il tempo dedicatoci. In realtà le riflessioni di queste pagine si collocano all’interno di un processo di ricerca di più lungo periodo, che ha avuto anche momenti di osservazione partecipante degli autori (decisamente partecipante, anche in veste di *Acoustic Travellers*). Più in specifico la parte finale dell’articolo si basa su una serie di interviste semistrutturate svolte nel mese di Agosto 2001 a 20 tra gruppi e singoli artisti presenti (oltre a un paio di giornalisti), che qui si ringraziano: Abangane; Campo Nomadi; Elton; Fabbrica Dei Clown; Ginkobilova; Groove Connection; Jochen; Kirkos; Lazzari; Malandrinos; Marvellous pig noise; No Labels; Orchestra Prosaica; Red; Reno; Riccardo Moretti; Sacerdoti del grande cappello; Said; Twins; Deborah Vezzani; Francisco Mateus di Radio TSF di Lisbona e Mauro Alvoni della “Nuova Ferrara”. Infine un ringraziamento a Catia Grandi che ha collaborato alle interviste, e alla loro trascrizione per quelle in italiano; a Allison Hoeltzel che ha trascritto quelle in inglese; a Daniele Donà del Centro Cinema del Comune di Ferrara e a Simone Ferriani per le registrazioni televisive delle interviste.

- *Le presenze*: si tratta della più grande iniziativa del genere nel mondo in termine di pubblico. Il dato è di difficile quantificazione e verifica, non essendoci biglietti di ingresso: secondo gli organizzatori e le informazioni pubblicate dai giornali e riportate sulla home page del festival (www.ferrarabuskers.com) dovrebbe aggirarsi intorno alle 800-900 mila presenze in una settimana (tabella 1). Pur con tutte le cautele si tratta di un dato impressionante, tra l'altro in un periodo abbastanza particolare, l'ultima settimana di agosto. Sulla composizione del pubblico viene effettuata da anni una analisi a cura di Furio Camillo dell'Università di Bologna: il 55% proviene da fuori regione, con rappresentanze da 65 province e da 11 nazioni estere; ma soprattutto due elementi emergono dall'indagine: "Se questi numeri mostrano l'incredibile capacità del Ferrara Buskers Festival di richiamare gente da tutta Italia e anche dall'estero, il dato veramente eclatante è il 24,7% ... di spettatori che hanno dichiarato di non essere mai stati a Ferrara prima. In altri termini, una persona su quattro delle decine di migliaia di spettatori provenienti da fuori città ha scoperto Ferrara grazie al festival. Un fenomeno questo che si ripete con piccole variazioni percentuali ogni anno, grazie anche alla capacità del Ferrara Buskers Festival di richiamare ad ogni edizione nuovi spettatori. Nel 2001 ben il 51% ... degli intervistati ha dichiarato di vedere il festival per la prima volta" (Russo, 2001).

Tabella 1

- *La comunicazione*: l'evento presenta un elevato contenuto comunicazionale, con forte impatto sui media (tabella 2). L'iniziativa viene ormai da anni presentata e raccontata nei TG nazionali e in alcuni programmi televisivi: dalla scheda di presentazione del festival (tabella 2b) vengono riportati 25 emittenti che hanno trasmesso servizi sulla manifestazione, alcuni dei quali hanno anche realizzato documentari appositi (tra cui Rai Tre, Rai Sat, Televisione della Svizzera Italiana). La stampa locale e regionale, ma anche nazionale, segue assiduamente l'evento con una eco della stampa consistente: la tabella 2a riprende dalla home page del Ferrara Buskers Festival i 215 giornali che fino ad oggi ne hanno parlato.

Tabella 2

- *La dimensione delle attività*: l'erogazione di spettacoli presenta numeri elevati. Ad esempio nel 2001 si sono esibiti 177 gruppi presenti (20 invitati, 157 accreditati) pari ad una massa di ben 660 artisti – di cui 584 italiani e 76 stranieri in rappresentanza di 21 nazioni – e con un numero davvero sterminato di esibizioni, 1.044, per un totale di 2.296 ore di spettacolo. Come recita con orgoglio la nota di presentazione del Festival sulla home page, "se i gruppi si fossero esibiti uno dopo l'altro avremmo avuto 96 giorni di spettacolo senza interruzione".
- *La reputazione*: forse più ancora importante dell'immagine rispetto al pubblico generico, il festival è conosciuto e apprezzato tra appassionati e musicisti, elemento su cui torneremo in profondità, con una ricca presenza di importanti nomi del mondo musicale nostrano, tra i quali vengono segnalati (cfr. tabella 2c): Lucio Dalla e Jimmy Villotti nel 1989; Franco Mussida nel 1993; Mino Di Martino (ex Giganti) e Edoardo Bennato nel 1994; di Freak Antoni, Bambi Fossati & Garibaldi, Tetes de Boit nel 1996; Modena City Ramblers nel 1997; Andrea Mingardi, Gianni Fantoni e Paolo Belli nel 1998. Nell'ultima edizione lo stesso sindaco si è esibito come artista di strada.
- *La promozione del busking*: oltre alle attività direttamente presentate durante la settimana di Agosto, il Festival è diventato un importante centro di aggregazione e di promozione di questo genere di iniziative in tutta Italia (con oltre 100 festival attualmente censiti dalla apposita associazione: Russo, 2001), e ora anche a livello internazionale, con la gemmazione di un'analogo iniziativa a Febbraio 2002 a Bahia, Brasile.

Se il nome dell'evento ha una certa forza espressiva e ormai si è costruito una propria identità, in realtà lo stesso termine "busker" non è totalmente rappresentativo di quanto avviene nelle strade di Ferrara in quei giorni. Busker infatti è il suonatore di strada, che solitamente suona "a cappello", cioè senza remunerazione predefinita ma raccogliendo le offerte del pubblico. In realtà oltre ai musicisti durante il festival si esibiscono una serie variegata di altri artisti (giocolieri, mangiafuoco, clown, mimi ecc.), per cui da un punto di vista tipologico sarebbe più corretto parlare di arte di strada.

2. Il processo di affermazione tra progettualità e emergenza

L'attuale situazione profondamente radicata nella città¹ è il risultato di un processo di trasformazione più che decennale, dalla prima edizione del 1988, che ha modificato in qualche misura l'iniziale formula dell'iniziativa, con una messa a fuoco progressiva dell'offerta. Rimandando ad altra sede la ricostruzione analitica (sulle prime edizioni cfr. Roda, 1989; Benati e Pasqualini, 1991), qui vale la pena di ripercorrerne molto velocemente alcuni caratteri di tre fasi che si possono individuare.

1^a fase: la nascita (1988-1993)

Già nella prima edizione si riconoscono i caratteri essenziali della manifestazione, alcuni caratteri "invarianti", che si ritrovano tuttora:

- il festival dura una settimana, con spettacoli nel pomeriggio e alla sera;
- si tratta di una manifestazione non competitiva, e con forte spirito di "comunanza";
- l'organizzazione del festival invita alcuni artisti, anche dall'estero, ai quali viene pagato il viaggio e il pernottato (certo in situazione non di lusso), ma che non percepiscono un cachet;
- il pubblico non paga alcun ingresso, ma le offerte agli artisti sono caldegiate (in sostanza si tratta di performance "a cappello");
- gli spettacoli si svolgono nel centro della città, nella parte chiusa al traffico, e i posti agli artisti vengono assegnati dall'organizzazione.

La scommessa non era di poco conto: nobilitare una forma di arte minore – profondamente legata al mito libertario di quel *movement* underground (Maffi, 1972) in cui certo nessuno oggi si riconoscerebbe ma che ha forse lasciato tracce profonde nella nostra cultura, dove resta un posto per *easy rider* in qualche angolo della nostra identità². Il tutto senza che si creassero disturbi o schiamazzi, o anche solo l'identificazione con una sottocultura di "drogati e bonghisti".

Non esisteva nulla di simile al mondo: certo spazi dove i busker possono esibirsi sì, ma non un *festival* di busker in quanto tale. Questa è la visione di Stefano Bottoni – a tutt'oggi detentore del nome e del logo del festival – che riesce a trascinare in questo esperimento un po' rischioso l'intera macchina comunale (per una veloce ricostruzione cfr. Alvoni, 2001). E' una visione in senso organizzativo: non è solo un'idea, un progetto astratto, per quanto innovativo. "Non si

¹ Si vedano in merito sia gli enti promotori (Comune di Ferrara, Assessorato alle Politiche e Istituzioni Culturali, Assessorato al Turismo oltre che la Associazione Ferrara Buskers Festival) sia le collaborazioni istituzionali in essere (Assessorato alle Attività Produttive e alla Polizia Urbana; Assessorato Lavori Pubblici; Ufficio Stampa del Comune di Ferrara; Ufficio Cinema del Comune di Ferrara; Centro Stampa del Comune di Ferrara; Corpo di Polizia Municipale; Ferrara Soccorso; Agea; Vigili del Fuoco).

² "Trattandosi di musicisti girovaghi, ed essendo lo spettacolo di piazza e di strada un'attività antica, nella sua generalità è facile trovare analogie e rimandi ed abusarne in maniera a-storica. In realtà i buskers sono un fenomeno sociale e generazionale di questi ultimi decenni la cui origine può essere ricercata negli atteggiamenti, nella mentalità e nelle idee della *beat generation*. A partire dagli anni '50 il mito del viaggio (pellegrinaggio esistenziale e trasgressione liminale) coagula atteggiamenti e speranze giovanili e si afferma attraverso un caleidoscopio di immagini letterarie, cinematografiche e musicali. Il tutto riesce a concretizzare, soprattutto negli Stati Uniti e nei paesi del Nord Europa, un movimento d'opinione e di cultura che possiamo definire *on the road*. I riferimenti culturali sono parcellizzati eppure ben riconoscibili: Kerouac innanzitutto e poi la riscoperta dell'Oriente" (Roda, 1989).

trattava di schiacciare un pulsante, piuttosto di mettere in moto tutto, convincendo l'amministrazione a fare una cosa mai fatta prima". Si attiva così una importante costellazione di ruoli, con una serie di appoggi a livello comunale che consentono di attivare questa idea sperimentale, pur tra mille incertezze e difficoltà, e inizialmente come evento "ad-hoc": "Io l'ho pensato, Dario Franceschini – allora consigliere comunale – l'ha voluto; Soffritti l'ha permesso" (interviste a Stefano Bottoni, 11 e 24 Settembre, 2001). A questo si aggiunge la squadra subito predisposta, ancor oggi al completo, e che avrà un ruolo cruciale nel processo di istituzionalizzazione dell'iniziativa³.

Il successo arriva subito, dal primo anno, facilitato da una serie di contatti con la televisione regionale che porterà ad un incisivo servizio già al primo anno: questo il dato che emerge dai ricordi degli organizzatori (pur in assenza di dati sulle presenze, informazione oggi ritenuta cruciale ma allora non misurata)⁴.

Si ripete così l'evento il secondo anno, dove il successo è suggellato dalla partecipazione entusiastica e "supportiva" di Lucio Dalla. Da allora il gruppo di organizzatori comincia a percepire questa iniziativa come ipotesi permanente, anche in termini di propri progetti professionali individuali.

Il processo si consolida, e la formula si affina, negli anni successivi, pur in presenza di una continua incertezza circa i finanziamenti (nel 1993 si affaccia l'ipotesi di trasformare il festival in iniziativa biennale a causa di problemi di finanziamento). Ad esempio, in termini di fruizione, dalla iniziale situazione di totale spontaneità si passa a forme sempre più organizzate di fruizione (con indicazioni di postazioni musicali, artisti, rotazioni).

Ma è soprattutto un altro elemento che si inserisce in via "spontanea", non prevista, e che via via avrà un ruolo importante nell'evento: la presenza di musicisti non invitati, che si aggregano all'iniziativa e propongono la loro performance sulla strada, autonomamente (con uno slogan d'altri tempi è veramente il concetto di "riprendiamoci la città"). I cosiddetti "aggregati" cresceranno fino al punto da costringere l'organizzazione a stabilire che verranno accettati "fino ad esaurimento dei punti musica disponibili"; nel tempo costituiranno certamente un problema ma anche una enorme opportunità – non prevista – di questo evento, se è vero che sui 177 gruppi presenti nel 2001 gli invitati restano sempre in numero di 20.

Nel frattempo già in questa fase si sono attivate alcune formule di collaborazione con sponsor privati (per un elenco aggiornato cfr. tabella 2e).

2^a fase: il consolidamento (1994-2000)

La fine della fase pionieristica coincide con il 1994, quando il nuovo assessore alla cultura Franceschini – già sponsor politico dell'iniziativa nelle prime edizioni – manifesta una precisa volontà di appoggio sistematico all'iniziativa: l'introduzione di un apposito capitolo di spesa per il Ferrara Buskers Festival nel bilancio comunale decreta la natura permanente del festival; peraltro gli spazi concessi aumentano, con la chiusura dell'asse Cavour-Giovecca.

³ Questi gli attuali ruoli principali: direttore artistico Stefano Bottoni; direttore organizzativo Luigi Russo; responsabile interpretariato e rapporti coi musicisti Roberta Galeotti; responsabile ufficio di segreteria e amministrazione Enrichetta Ticchianti; addetto stampa: Monica Forti.

⁴ E' interessante che questa percezione di successo fosse decisamente diffusa tra gli attori chiave nostri interlocutori, che non riuscivano però a fornirci un "dato" in merito. Rileggendo poi la presentazione del libro *Musicisti di strada* da parte dell'allora Sindaco di Ferrara si trova una verifica documentale diretta: "Non credo vi siano dubbi sul fatto che la prima rassegna internazionale dei musicisti di strada 'Ferrara Buskers Festival' sia stata coronata da un notevole successo. I primi lusinghieri giudizi espressi già nel corso della settimana dal 22 al 28 agosto, hanno poi trovato riscontro anche a fine manifestazione, in occasione di un bilancio conclusivo. Un bilancio che ha presentato tutte voci positive: dalla qualità e 'spettacolarità' dei partecipanti, alla risposta dei cittadini, dall'impegno degli organizzatori, alla disponibilità della città" (Soffritti, 1989). Del resto, la stessa iniziativa di pubblicare un libro di foto e commenti sulla prima edizione subito dopo è segno di un successo dell'iniziativa anche rispetto alla determinazione al fare.

Nel frattempo la formula del festival viene affinata con una serie di importanti innovazioni che vale la pena ripercorrere.

- La manifestazione di Ferrara viene arricchita da una anteprima a Comacchio (dal 1994) e da una “coda” il lunedì successivo alla settimana del festival a S. Giovanni in Persiceto (dal 1997) cui sono invitati alcuni degli artisti: due iniziative che avranno un ruolo importante nel promuovere il festival, aumentandone la risonanza nella stampa e le opportunità di nuovi contatti.
- Sotto il profilo erogativo c'è da segnalare qualche lieve modifica rispetto al nocciolo “duro”, vale a dire dei musicisti invitati: se inizialmente si esibivano con alternanza di 10 al pomeriggio e 10 alla sera, dal 1995 tutti sono tenuti a esibirsi la sera, alternandosi nei pomeriggi.
- Ben più importante, sempre in tema di erogazione di performance degli artisti, sotto la spinta crescente delle partecipazioni spontanee nel 1996 viene introdotta la figura degli artisti “accreditati” al posto degli “aggregati”. Si prende così definitivamente atto dell'importanza di questa porzione di spettacoli non organizzati, che si vuole tuttavia disciplinare in qualche modo per garantire la migliore riuscita dell'evento e lo svolgimento degli spettacoli (i musicisti che vogliono esibirsi devono fare preventivamente domanda, mandare una demo, e se accettati poi viene loro assegnata la postazione e l'orario di spettacolo per i diversi giorni della settimana in cui chiedono di esibirsi).
- Si dedica più attenzione alla gestione logistica e alla socializzazione degli artisti: nel 1998 viene istituita la Buskerhouse, punto di ristoro dotato di cucina, bar e 300 posti a sedere, che oltre a sfamare gli artisti può ospitare le *jam session* notturne che si protraggono spesso fino alle 4.00 di mattina; inoltre viene istituita la Buskercard, tessera che da diritto a sconti in vari esercizi aderenti (oltre che agli artisti viene offerta anche ai visitatori che hanno utilizzato il treno).
- Si provvede a organizzare e coordinare i servizi di ristorazione al pubblico, coordinando l'apertura di gazebo e punti di ristoro, in accordo con ristoratori e commercianti, mentre vengono costituiti anche i Buskers bar.
- Nel frattempo si tengono iniziative parallele, tra le quali: “Buskers in progress”, personale di Joe Oppedisano su Polaroid 50x60 cm; “La strada canta”, viaggio attraverso l'immaginario della strada, ricerca tramite questionari, a cura di Alltag e C.E.R.P.; “Buskerstage”, incontri con i protagonisti del Ferrara Buskers Festival; concorsi e mostre fotografiche, concorsi letterari, personali di fotografi professionisti, “Musica in Vetrina”, esposizione delle chitarre Gibson; personale delle opere grafiche e pittoriche di Augusto Daolio.
- Le diverse modifiche introdotte rappresentano certamente una complicazione del processo organizzativo del festival, ma si traducono in fonti di finanziamento di una certa importanza, e di nuove occasioni di rapporti con sponsor (il cui contributo oggi copre il 41% dei costi totali, dell'ordine di 280mila €)

La fase attuale: la gestione del successo

Oggi ci si ritrova nella situazione di grandi numeri di cui si diceva all'inizio, con grossi – ma in fondo i più facili da risolvere – problemi logistici (solo per esempio si pensi a servizi igienici per 200.000 spettatori nei momenti di punta).

Più sottili problemi di identità della manifestazione – che è ormai fenomeno di massa, con ingorghi di capannelli di gente che rendono difficile la fruizione degli spettacoli, e comunque modificano qualcosa dell'atmosfera iniziale.

La formula oramai consolidata si arricchisce di nuove sfaccettature: oltre a iniziative di solidarietà “Il grande cappello” (nel 2000 a favore dei bambini di strada di Bucarest, e nel 2001 a favore di una associazione del Burkina Faso), e alla registrazione di un CD con un brano per ciascuno degli invitati nel 2001, l'innovazione più importante è l'apertura del Buskergarden nel 2000, spazio verde sottomura, dove si svolgono spettacoli fino a notte inoltrata, in un luogo dove si riduce al minimo il disturbo alla quiete pubblica. In effetti è impressionante trovare un luogo di attrazione così frequentato, con 2-3000 giovani alle 2 di notte, intenti semplicemente a stare insieme e divertirsi. Tanto che dal 2001 l'area è stata aperta tutto il mese di Agosto, con un proprio

palinsesto, due palchi con platee, bar, punti ristoro e struttura per saccoplelisti nella settimana del festival.

La cosa divertente in questo processo di trasformazione, è che uno degli elementi centrali della lenta ma costante innovazione deriva dalla gestione dei problemi, e in particolare dei problemi di ordine pubblico, vera e propria ossessione degli organizzatori, non solo per qualche balordo che ogni tanto disturba in preda ai fumi dell'alcool e dei bongos, ma per la presenza crescente di numeri, eventi, suoni e rumori, pubblico e connesse tensioni da risolvere: l'assegnazione dei posti agli aggregati, la loro trasformazione in accreditati, la gestione degli spazi degli invitati, la Buskerhouse, il Buskergarden⁵. La necessità di regolazione sociale di questo evento e in particolare la gestione dei problemi di ordine pubblico si rivela dunque uno dei "drivers" del processo di innovazione e affinamento della formula del festival (della business idea *à la* Normann), unitamente alla pressioni emergenti degli artisti (aggregati prima e accreditati poi) che irrompono autonomamente sulla scena, inizialmente non previsti: oltre al "nocciolo duro" dell'intuizione iniziale, è nella capacità degli attori chiave del Festival a dialogare con queste due minacce/opportunità che si può rintracciare una delle condizioni di sviluppo e di successo dell'iniziativa.

3. Una organizzazione "virtuosa"

Oltre che evento (temporaneo), il festival è organizzazione permanente per molti aspetti, vuoi per il carattere continuativo della manifestazione, vuoi per la continuità del lavoro di organizzazione: in effetti il gruppo di attori chiave lavora a questa attività quasi a tempo pieno, e nonostante la forte accentuazione di attività "stagionale" tra maggio e agosto (cui si fa fronte con ricorso a volontari e a giovani). E' comunque organizzazione, e come tale può essere studiato.

In questa prospettiva sono diversi gli elementi di interesse: non solo e non tanto perché il festival è evento di successo, quanto piuttosto per le peculiarità del tipo di organizzazione che c'è dietro, caratterizzata da due aspetti in particolare:

- a) una forte convergenza di interessi diversi di attori e stakeholders diversi. Questo aspetto è vero per tutte le organizzazioni, in fondo, ma per questa assume dei significati più precisi e pregnanti;
- b) se poi in generale nelle società di servizi esistono fenomeni di commistione di ruolo, con il cliente che spesso partecipa al processo di erogazione del servizio assumendo alcuni connotati del produttore (si veda il neologismo "prosumer" di Toffer, 1980), qui lo stesso fenomeno di partecipazione si verifica in senso speciale: è lo stesso produttore (l'artista) che è anche al tempo stesso cliente (forse il cliente più importante), utente del servizio offerto, in una sorta di auto-produzione (per chi ama i giochi di parole, più che prosumer si può parlare in questo caso il "conducer", che in effetti suona meglio per un musicista).

Sul primo aspetto ci soffermiamo qui brevemente, cercando di ricostruire una veloce mappa di questa varietà di interessi diversi che "per grazia ricevuta" riescono a convivere in modo felice. Piuttosto il resto dell'articolo si focalizzerà su una analisi dei bisogni e degli "usi" di questa organizzazione da parte dei produttori-artisti, e delle varietà già interne a questa categoria, sulla base di una serie di interviste effettuate durante l'edizione 2001 del festival.

⁵ La stessa decisione di aprire la Buskerhouse è commentata da Gigi Russo come "necessità di trovare un luogo 'protetto' che permetta di accogliere l'esuberante voglia di far festa di artisti e spettatori (togliendoli così dalla strada e riducendo i rischi di disturbo alla quiete pubblica) anche al termine della normale programmazione. Luogo che permetta allo stesso tempo un più alto livello di integrazione tra musicisti invitati e artisti accreditati e che consenta di offrire a questi ultimi pasti a prezzi convenzionati". Tuttavia l'anno successivo "la Buskerhouse si dimostra già troppo piccola: all'ingresso si formano assembramenti difficili da gestire".....Emerge così la "necessità di uno spazio più ampio: l'anno successivo nascerà il Buskergarden".

a) *Un'organizzazione ad elevata convergenza di significati*

Da questo punto di vista il festival è analizzabile in chiave di costruzione di senso da parte di una costellazione di attori coinvolti, per i quali rappresenta un qualcosa con un significato diverso di volta in volta⁶. E in tal senso si può individuare una felice interazione tra percezioni e interessi di singoli diversi (il pubblico, e i diversi segmenti in questo identificabili; la comunità locale, dagli amministratori ai commercianti e ristoratori; i fondatori e gli organizzatori e i volontari che ruotano attorno all'iniziativa; infine gli artisti stessi, con diverse motivazioni a secondo del diverso livello).

In altri termini elemento di interesse è lo strano tipo di organizzazione, quasi “democratica” in un senso particolare (qualcosa di simile a quanto ricorda l'Accademia Pianistica di Imola: Zan, 1997):

- dà risposta a tante attese, quasi una sorta di costellazione di utilità: tanti interessi diversi, e quasi magicamente convergenti (sembra qui emergere una nozione di “bene comune” che solitamente è sospetta in termini organizzativi);
- lo stesso *outcome* è articolato, e verosimilmente all'interno di ciascuna classe in modo segmentato: è spettacolo per il visitatore (in realtà si possono tratteggiare diverse fruizioni da parte di diversi clienti, come evidenziato dalle ricerche sui consumatori di Camillo e Cestari); è business per il ristoratore e per diversi attori economici coinvolti; è consenso per il politico (per vari soggetti politici coinvolti); è opportunità per l'artista/gli artisti (i musicista/i invitati e accreditati; performer diversi)⁷.

Rispetto al consumatore del Ferrara Buskers Festival qualcosa è stato analizzato anche in prospettiva più qualitativa (Roda, 1989; Benati e Pasqualini, 1991). In realtà il successo di pubblico – di massa – evidenzia una generale forma di inefficienza del mercato, che non coglie la domanda latente di un diverso consumo di musica. Il successo stesso di queste proporzioni dovrebbe fare riflettere sulla disponibilità/volontà del consumatore di collocarsi in un contesto di fruizione musicale meno passivo, meno strutturato, meno “televisivo”. L'impressione è che certamente per qualcuno (probabilmente una élite di specialisti e appassionati) la motivazione a partecipare vada ricercata nel tipo di musica e di spettacoli che ci si può aspettare; tuttavia la gran parte del pubblico sembra piuttosto in cerca di novità in termini di *forme di consumo musicale* diverse più che di *forme musicali* in sé diverse: ciò che è in gioco – e che meriterebbe un approfondimento dell'analisi in prospettiva di sociologia del consumo musicale – sarebbe allora la necessità di superare un modo percepito come passivo e troppo standardizzato di consumare musica, seduti e fissi in un contesto/concerto: qui ci si muove, si gira, si ha una enorme varietà, si ascolta ciò che si vuole, si ascoltano infinite offerte possibili, e le si sceglie continuamente⁸.

⁶ Ad esempio Cestari (1998) sulla base dell'analisi di un questionario distribuito a un campione casuale, individua quattro tipi di spettatore, sottolineandone poi la diversità di uso e consumo del festival: l'attento studente, l'intellettuale intenditrice, il normale conviviale, il viaggiatore solitario.

⁷ Ritornano qui in mente le parole di von Hayek (1994, p. 316), se pur riferite ad un livello diverso e più “macro”, circa la “scoperta che gli uomini potevano vivere insieme pacificamente e arrecarsi mutualmente benefici senza doversi accordare sugli scopi specifici che individualmente perseguono....poiché si permetteva ad ogni individuo di trarre vantaggi dalla capacità e dalle conoscenze di altri che egli non aveva neppure bisogno di conoscere, e i cui scopi potevano essere completamente diversi”.

⁸ In merito basti qui riprendere alcune interessanti osservazioni di Walker (1989, p. 19): “L'idea di promuovere un ‘Buskers Festival’ ci porta sull'orlo di una contraddizione di termini. Sono gli stessi musicisti – quasi per definizione della loro condizione – a scegliere dove, quando e in che modo esercitare la loro arte. Convocarli è come condurre un teatro di strada fra le strette pareti di una rassegna drammatica. Almeno così mi sembrava la prima volta che sentii parlare del progetto. Veniva in mente la distinzione che Eugenio Barba dà per fondamentale fra teatro di strada e spettacolo ‘borghese’: quello deve catturare, accattivare un pubblico che non ha pagato il biglietto, che insomma non ha accettato a priori di ‘subire’ lo show. L'idea dei promotori di lasciare intatto il tradizionale rapporto fra artista e pubblico può sembrare ovvia, ma è un'ovvietà da uovo di Colombo, che ha reso possibile il clamoroso successo che (penso al parere di tutti) il Festival ha conseguito”.

Ma allora c'è da chiedersi se non esistano poi altre domande latenti, da parte dei volontari disponibili e entusiasti nel partecipare; da parte di amministratori e politici “a esserci”, così come di altri attori economici, ristoratori, commercianti ecc. In tal senso il festival potrebbe apparire come una sorta di catalizzatore di alcune domande e alcune offerte latenti: i vari soggetti apportano un contributo e ottengono un riconoscimento da questa interazione “cooperativa”.

La cosa strana è che in questo “gioco cooperativo” sembra che non perda nessuno, che si tratti di un gioco a somma maggiore di zero sul serio (cioè al di là di una certa modellistica che a volte usa e abusa di questi termini). Salvo qualche (poche) lamentele di singoli cittadino e di qualche commerciante che protestano isolatamente per il disturbo (peraltro, ci dicono, contestati dalle stesse associazioni), non sembrano esserci ritorni negativi a livello locale: questa interazione appaga tutti, se pure in modo e forse in misura diversa. E a livello più macro è comunque difficile identificare chi può perdere da questo gioco (forse qualche programma televisivo?), difficile anche solo pensare chi potrebbero essere i competitors. In realtà si ha a che fare con un processo di produzione di valore sociale, di socialità, di interazione sociale e di attività di produzione e consumo musicale e di arti varie al tempo stesso.

b) Il produttore come cliente

E' nostra impressione che tra i consumatori più importanti di questo evento vadano considerati gli stessi artisti, con strategie individuali di uso e appropriazione del festival quanto mai eterogenee, forse accomunate da un bisogno comune nella sua genericità: il bisogno di esserci. La “forza” di questa categoria di attori organizzativi è stata determinante del ridisegnare o comunque nel contribuire a modellare questo evento, come si è visto sopra. E allora vale la pena – come dicono i sacri testi – di ascoltare questo consumatore, per quanto anomalo possa sembrare (il “conducer”).

4. Il “conducer”: l'artista come produttore-cliente

Le interviste svolte nell'Agosto del 2001 costituiscono una fonte di dati notevole (un file di circa 33.000 parole e 180.000 caratteri), per quanto ovviamente di tipo “qualitativo” e senza alcun prurito di significatività statistica. Per motivi di spazio ci limitiamo qui a una lettura estremamente sintetica, rimandando ad altra sede per una trattazione sistematica di questa base-dati.

4.1 Artisti di strada o artisti in strada? Una sorprendente varietà di attori

Da un evento chiamato Ferrara Busker Festival ci si aspetterebbe, per l'appunto, un festival di buskers. La definizione di busker, tuttavia, non è priva di sfumature e controversie. Ciò che il pubblico vede, passeggiando nelle strade del centro ferrarese durante i giorni del festival, apparirebbe invece abbastanza chiaro ed omogeneo, a prima vista. Sulla strada, di fronte a una chiesa, nell'angolo di una piazza, in mezzo ad un cerchio più o meno numeroso di persone, uno o più personaggi esibiscono la loro arte. Suonano, cantano, ballano, mimano, fanno esercizi di giocoleria. O tutte queste cose insieme, e altre ancora. Davanti, immancabile, il “cappello”, ossia il contenitore per raccogliere le offerte del cerchio di pubblico: la custodia di una chitarra, o una scatola, o un cappello vero e proprio. Ecco quello che vede il pubblico: buskers, artisti di strada. E' davvero così? Non occorre molto per accorgersi che non è proprio così. Chiediamo a un musicista tedesco che si definisce “busker professionista”.

“Ogni anno vedo sempre meno buskers professionisti e vedo sempre più gente che per quell'occasione va a suonare in strada...Una volta si andava ai festival anche solo per incontrare vecchi amici di strada che non vedi durante l'anno...Adesso anche qui i buskers cominciano a scarseggiare” (RE).

Lo stesso busker, alla precisa domanda su cosa lo renda un busker professionista, risponde:

“Lavoro a cappello, altrimenti non sarei un buskers! Le manifestazioni organizzate sono un'altra cosa e fanno parte anche queste di un percorso. Tredici anni fa quando sono partito mi sono fatto 4 anni di strada pulita, nel senso che ho evitato tutte le manifestazioni organizzate, perché volevo conoscermi, un po' perché volevo conoscere le varie persone che si fermavano a vedere il mio spettacolo e un po' perché dovevo imparare a conoscere la strada, dopo di che ho capito che forse era l'occasione per andare a qualche festival in qualche situazione diversa” (RE).

La stessa provenienza, il background del busker professionista a volta sorprende, come nei due gruppi seguenti:

“Mi sono laureato a Firenze, però non ho mai fatto l'architetto. Ho aiutato degli architetti come hobby: studiavo architettura e come hobby facevo il mimo, e ora faccio il mimo come lavoro e l'architetto come hobby!...È da tanti anni che lo faccio, una ventina, e posso dire che sono uno dei più vecchi artisti di strada...Ho campato sempre di questo e mi sento molto fortunato di poter fare questo e se dovessi rinascere rifarò questa vita perché mi ha dato una garanzia: dove vado posso guadagnare e sono sempre stato apprezzato e la gente mi da calore, mi da energia, è una cosa bellissima, giri il mondo e non sei dipendente da nessuno...” (SA).

“Abbiamo cominciato a fare questa vita da almeno 15 anni...era il lontano 1989, durante il primo on the road festival di Pelago...Io prima lavoravo in banca, lui invece faceva l'assistente universitario...E' una scelta che è frutto di una serie di passaggi e di sogni che sono sempre stati nel cassetto e che quando li puoi realizzare poi prendi e vai...Non è che io nella mia vita pensassi di fare l'artista di strada, ma il musicista sì, quindi questa è una situazione in cui anche molti miei nostri colleghi musicisti si sono trovati ed hanno fatto delle scelte...” (GC).

Dunque, un busker “vero” sarebbe in sostanza un artista di strada e solo di strada, il quale dunque trarrebbe la sua remunerazione solo ed esclusivamente a cappello: la partecipazione a contratto a manifestazioni organizzate, come festival, fiere, fino a feste private come matrimoni e altro, non rientrerebbe nel suo ambito specifico di attività.

D'altra parte, il primo busker sopra citato ammette che, dopo un periodo di completo rifiuto di altri contesti che non fossero la strada, il suo percorso professionale e, oseremmo dire, di vita, lo ha portato ad accettare la partecipazione in “qualche” festival, in “qualche” situazione diversa. Lo stesso artista aggiunge:

“Partiamo dal presupposto che la strada è un posto dove tutti dovrebbero poter lavorare, non dico che solo i buskers professionisti dovrebbero potervi lavorare, però come in tutti i mestieri ci deve essere una etica professionale! Nei festival a volte non è così, perché alcuni pensano di venire a fare un concerto in strada, usano amplificazioni altissime e il rispetto per lo spettacolo che ti sta accanto è molto limitato...Io lavoro in acustico perché non uso amplificazioni, il mio rispetto per lo spettacolo che mi sta accanto è molto profondo ed anche molto spirituale...Ai festival i busker come me sono sempre meno, e se io vado è anche per far sì che la gente non dimentichi che i buskers che vivono sulla strada esistono ancora...vado ai festival anche per questo” (RE).

Quindi: non solo il busker come artista che lavora in un certo contesto – la strada – e secondo una certa forma contrattuale (quella sorta di contratto implicito tra l'artista che si esibisce liberamente, e la gente che liberamente offre un compenso), ma anche il busking come “modo” specifico e ben codificato di interpretare la performance artistica: non è un concerto in strada, non c'è amplificazione, non c'è quindi una performance “invasiva” rispetto ad altri artisti e, più in generale, rispetto al contesto nel quale si colloca, ma una performance che “naturalmente” si dovrebbe inserire in armonia nella situazione che l'artista stesso sceglie, proprio in relazione alla possibilità di farsi ascoltare da chi lo desidera senza diventare un “corpo estraneo”. Non è un sentire isolato: i busker che si definiscono tali in senso professionale sono pronti a difendere la propria identità di categoria:

“Se non ho la possibilità di lavorare in acustico sono pronto a piantare dei casini...Una volta qui a Ferrara ho fatto uno sciopero insieme ad altri musicisti, avevamo dei cappelli addosso e cose così, perché si stava perdendo proprio l’attività del buskers!...E’ stato quattro anni fa circa...è brutto che si arrivi a certe situazioni e non era colpa dell’organizzazione, probabilmente era colpa dell’amministrazione locale o per lo meno quella che c’era in quel periodo lì...Qualcuno che era stato aggregato non era musicista, allora ce ne era uno che si era inventato uno spettacolo musicale con la macchina da scrivere, e io ero diventato molto amico di questa persona perché il suo spettacolo era proprio un’evento: lui scriveva le poesie a tempo di blues con una piccola base musicale silenziosissima, suonava la macchina da scrivere a tempo di blues mentre scriveva le poesie, e un altro era un contastorie, non un cantastorie ma un contastorie, non aveva strumenti, e quindi alla fine è successo che loro non erano considerati musicisti e che quindi non potevano lavorare, però poco prima era stato dato loro il permesso, per cui questo non ci sembrava giusto!” (RE).

Testimonianze come queste, tuttavia, al Ferrara Buskers Festival non sembrano costituire la maggioranza. E’ più frequente invece incontrare storie abbastanza diverse, in cui l’essere “busker” acquista connotati più variegati e, di fatto, meno fortemente caratterizzati. Ad esempio, ecco come tre diverse formazioni raccontano la loro attività:

“Io da tre anni non lavoro più a cappello; adesso lavoro a contratto, e faccio da 50 a 70 spettacoli all’anno, dipende dagli anni; lavorare a contratto significa che qualcuno mi contatta prima: un comune, o le agenzie, o un privato, o una rete televisiva e così via, mi fissa una data con l’orario si fa un contratto ed io vado in quella data a fare uno spettacolo o una festa in piazza, o in televisione, o in un teatro, o in una convention o in una festa di una ditta, queste cose qua” (JO).

“Ci consideriamo anche buskers; diciamo che quello che noi guadagnamo durante l’anno per l’80% viene dall’arte di strada, ma non tanto a cappello, no, noi lavoriamo in spettacoli di strada con amministrazioni locali e con tutta una serie di manifestazioni che ci sono in tutta Italia, ci consideriamo professionalmente validi per fare degli spettacoli di strada, mentre il restante 20% viene da teatri, locali, altri tipi di situazioni: matrimoni, funerali. Quando c’è da festeggiare qualcosa...Anche per questo l’arte di strada è cresciuta, perché ha avuto un’immissione di professionisti essendosi creata un’economia nell’arte di strada, per cui ci sono amministrazioni che organizzano, si va anche a caché, quindi professionalmente offri il tuo lavoro e questo ha fatto sì si è trovato un punto di sbocco anche per gli artisti...Comunque tutti i musicisti dovrebbero suonare per strada è un’esperienza irrinunciabile, è fondamentale perché il rapporto col pubblico è diverso, tu ti confronti in maniera diversa con la gente, si cambia e si cresce moltissimo” (GC).

“Io sono un busker a metà, cioè sono un busker ma non lo faccio di mestiere dodici mesi all’anno...suono anche in una band in concerti organizzati. D’estate invece tendo a fare il busker, a muovermi in piazza e dove ci sono manifestazioni, e suonare il didjeridoo come artista. Se mi chiamano in manifestazioni e sono pagato lo faccio, oppure come busker, che mi dà’ anche una certa immagine, vado anche a cappello e spesso da’ buoni guadagni. Faccio circa 10 o 15 manifestazioni però quest’anno ne ho fatte meno, dipende...quest’estate sono stato in Europa con una band e non ho avuto tempo da dedicare allo strumento” (RM).

Testimonianze di questo tipo sono veramente numerose. Sembrerebbe che, senza una vera e propria soluzione di continuità, la grande maggioranza degli artisti combinano il busking “puro” con le performance a contratto: feste, manifestazioni, fiere, matrimoni e quant’altro. Non disdegnano il vincolo contrattuale e, anzi, spesso vedono la performance su strada o come veicolo promozionale, per procurarsi nuovi contratti, o come un qualcosa che giova alla loro immagine di intrattenitori. Senza soluzione di continuità: a fronte di artisti che fanno quasi esclusivamente busking e che accettano contratti solo in occasioni particolari, ve ne sono altri per i quali è invece il busking a costituire attività residuale, e altri ancora che invece sono impegnati con pari intensità nei due tipi di attività, dedicandosi maggiormente al busking in estate e ai contratti in inverno. E’

interessante anche il fatto che mentre alcuni di essi riconoscono apertamente di essere “busker a metà”, ammettendo implicitamente che il busking è cosa sostanzialmente diversa dalla performance a contratto, come diceva l’ultimo artista citato, altri invece definiscono se stessi proprio come busker, pur in casi in cui l’attività a contratto risulta preponderante rispetto all’attività “a cappello”.

Se quest’ultima, quella che potremmo chiamare dei “contrattisti”, è la “categoria” di artisti partecipanti al FBF che appare più numerosa (e anche più variegata) rispetto ai busker “puri”, nondimeno vi sono alcune testimonianze che inducono a pensare ad un profilo ancora diverso dai due precedenti. Vediamo, ad esempio, cosa raccontano di sé i musicisti di un duo, uno inglese e uno americano, che si uniscono per l’occorrenza a Ferrara:

“When we play in our own groups, we don’t do busker... With the agency I do 180 concerts a year... We do buskers only here, in Ferrara... This week is my holiday, and my band mates are also on holiday... It is nice to abandon all the other things - the drums, other things - and play a concert only with guitar and voice... it is nice to leave the electricity behind for a week... we haven’t said even one time to the people to leave money... we never said anything. On the contrary, we said ‘If you want, you can... but we don’t have a product, we are not selling anything, we are just here for the music. So you don’t have to feel agitated to stay here and listen because we are here and listen, but you don’t have to pay... It is not for the money, absolutely not for the money this week...” (TW).

Un’altra testimonianza sullo stesso tenore della precedente, da parte di un gruppo sudafricano (anche in questo caso si tratta di una formazione “temporanea”), cui è stato chiesto se normalmente fanno i buskers:

“No, I am not a busker, I’ve come to have a cultural experience. I am a musician. I perform a lot of concerts in South Africa ... you know, South Africa really doesn’t have a culture of busking. We come from a recent history of much struggle and I think in any situation like that, things like busking don’t really exist. Even in our past, things like street traders weren’t allowed. It was very restrictive. Our country was restricted across the board and all those things were looked down on by authorities” (AB).

Si tratta in questi casi, non frequentissimi ma comunque significativi, di musicisti professionisti non busker. Alcuni vengono da una esperienza come buskers, altri invece non l’hanno mai avuta, e in Ferrara trovano comunque la situazione ideale per qualcosa di sostanzialmente diverso, seppur limitato nel tempo, dalla routine del palco o dello studio di registrazione. Il fatto che gli organizzatori invitino sistematicamente anche questi musicisti, palesemente “non buskers” nemmeno nella accezione più allargata del termine, evidenzia l’importanza di questi personaggi per la manifestazione.⁹ E’ una importanza che si manifesta non solo nei termini, più ovvi, di prestigio e di qualità dell’offerta per il festival in sé, ma anche in termini di una affermazione di dignità e di identità e, al tempo stesso, di collegamento stretto e di possibile arricchimento reciproco tra l’arte di strada e l’arte “mainstream”, anche se verosimilmente quella meno “commerciale”. L’esempio più eclatante di questo è certamente la partecipazione di Lucio Dalla, busker per un giorno alla seconda edizione del festival nel 1989.

Non finisce qui: oltre a busker veri e propri, “contrattisti” e musicisti non busker, al FBF partecipano, e a pieno diritto, una serie di altri personaggi che possiamo raggruppare un po’ superficialmente sotto l’etichetta dei “musicisti amatori”, ovvero musicisti non professionisti. Studenti di conservatorio o meno, giovani o meno, amatori “veri” o invece amatori con qualche esperienza occasionale di pianobar o altro, comunque tutti accomunati dal fatto di svolgere normalmente anche altra professione, e di trovare nel FBF una sorta di “palco virtuale”, un “tetto” istituzionale di prestigio sotto al quale poter riparare e coltivare la propria voglia di esibirsi e mettersi in gioco, ma solo, appunto, per gioco, senza il pericolo di pregiudizi o altre “sanzioni

⁹ Pur se ogni definizione in merito è ricca di sfumature, ambiguità e difficoltà di operazionalizzazione, tra i venti gruppi invitati nel 2001 solo cinque si caratterizzano – secondo l’opinione degli organizzatori – come “buskers a tempo pieno”.

sociali”. E, ovviamente, “for free”, riprendendo il titolo della canzone di Joni Mitchell dedicata ai buskers.

In sintesi, si possono individuare almeno quattro tipi di artista (tra parentesi il numero di quelli presenti nelle nostre interviste, senza alcuna ambizione di significatività statistica):

- buskers che si esibiscono solo a cappello (2)
- buskers che si esibiscono anche a contratto (8)
- musicisti professionisti che sporadicamente fanno busking (4)
- amatori (6)

Da questa panoramica emerge chiaramente un primo punto importante della nostra indagine: la notevole varietà di profili artistici e professionali che compongono il FBF. L’idea tutto sommato indifferenziata di busker che il pubblico può farsi del FBF, nel girovagare tra viuzze, artisti e capannelli di persone festanti o silenziosamente in ascolto, può infatti essere ingannevole. O meglio: è corretta perché “il cliente ha sempre ragione”, e il fatto che non percepisca queste differenze è di per sé elemento di interesse, che evidenzia che da una parte il rapporto artista-pubblico tende ad ignorare i diversi profili e provenienze degli artisti. Ma d’altra parte ciò suggerisce come la varietà intrinseca del festival sia più una questione di interesse dei “produttori” che non degli auditori, e in questo senso si potrebbe dire che il festival è molto più interessante – e divertente – da artista che da spettatore.

Dunque il FBF è sì un festival di buskers, ma in un senso diverso da quello più immediato. E’ un festival di artisti di diversa estrazione e origine, che si riuniscono e fanno i busker per una settimana e condividere l’esperienza della strada. E’ una miscela di esperienze, professionalità, capacità anche molto diverse le une dalle altre. Volendo sintetizzare, è soprattutto l’incontrarsi di due sensibilità. L’una, è la sensibilità dell’artista (e dell’arte) *di strada*, ossia della performance artistica che nasce e sviluppa sulla strada, che quindi viene creata e codificata secondo un linguaggio che è specifico di questa situazione e che è particolarmente funzionale a quel tipo di comunicazione con il pubblico. Linguaggio che se fosse portato il altro contesto (palco, studio di registrazione) certamente avrebbe una capacità comunicativa molto meno forte. L’altra, è la sensibilità del musicista (o dell’artista) non di strada (professionisti o meno), che porta la sua arte *sulla strada*. E’ arte nata e cresciuta in altri ambienti, e che viene proposta in questo contesto non solo per metterla alla prova, per confrontarla col pubblico (e, nel caso del FBF, con gli altri artisti) in un contesto molto più libero, quindi sincero e privo di condizionamenti e pregiudizi, ma anche per arricchirla delle suggestioni di questo linguaggio diverso da quello abituale. Un vero e proprio processo di apprendimento, in cui l’artista si serve non solo di questo particolare rapporto con pubblico, ma anche (e, come vedremo, questo è un aspetto cruciale) del confronto con gli altri artisti, per sviluppare nuove sensibilità e trasferirle nella propria espressione e esperienza artistica.

4.2 Perché a Ferrara? Le motivazioni degli artisti

C’è un tratto di fondo che caratterizza e accomuna gli artisti nella loro motivazione a esserci: quella particolare sfida, e quel particolare rapporto che si instaura tra artista e pubblico, momento della verità il cui riferimento è presente immancabilmente in tutte le nostre interviste, ben rappresentato nel seguente commento:

“If you are a busker you stand on the street, and if you are good, people stop. You get the most honest opinion of your music. If I go to a bar and someone wants to have a beer, they have to listen to me whether they want to or not. Especially if he has already ordered his beer. But on the street, you just stand there and play. And if people stop, that means that they like what you do. It is the most honest opinion you can get from someone” (GR).

Ciò detto, ad un livello più articolato non è sorprendente che a una varietà di attori corrisponda una varietà di motivazioni. Forse la cosa più interessante è cercare di capire, dal punto

di vista degli artisti, che cosa il FBF abbia di speciale, di sostanzialmente distintivo rispetto a manifestazioni simili, sempre che qualcosa del genere vi sia.

Per fare ciò, occorre indagare le motivazioni che portano e poi riportano, spesso per molti anni di seguito, gli artisti a Ferrara. Ed è quindi interessante cercare di distinguere da un lato, le motivazioni che non riguardano specificamente ed esclusivamente il FBF, ma sono in qualche modo riconducibili (almeno in parte) a qualsiasi manifestazione che abbia caratteristiche generali simili; d'altro lato le motivazioni che sono in buona parte specifiche del FBF, quindi difficilmente riproducibili in altri contesti. Sono soprattutto fra queste ultime, evidentemente, da ricercarsi il valore e l'unicità del FBF dal punto di vista degli artisti.

Forse la motivazione più forte, perché segnalata da praticamente tutti gli artisti che abbiamo intervistato e perché tutti ne hanno enfatizzato la rilevanza, è certamente la possibilità di incontro con altri artisti. Vale per tutti: per i busker, i professionisti, gli amatori, per i musicisti e i non musicisti. Vediamo ad esempio cosa raccontano un musicista professionista da New York e altro artista, dal Sudafrica:

“Being from NY, I am not exposed to any of this because there doesn't exist something like this, where musicians can come here from around the world and play together and share ideas and learn things from each other...and teach each other ... whatever you need to know to do what you do and you can always pick up some experience from another band when they do what they do. I think that is what I like the most about it...our band is a good example of what happens in Ferrara, where you get a band of people where, if it wasn't for Ferrara, they would never meet. It is impossible to get a Spanish guitarist with a Hungarian ... we had a great band the other day that had a Spanish rhythm section, an Irish, a South African, an American, and a British, and we were all able to speak the same language of music and we were able to play together” (TW).

“What I most enjoy is the sense of camaraderie. It is a very cosmopolitan group of people, a really diverse group of people. But the friendliness, the communication ... it is really great. I have the feeling that it is more a question of relationships with colleagues, than the audience. I feel that in a sense it is more important and more specific...” (AB).

Queste testimonianze riassumono davvero molto bene i due aspetti, fra loro collegati, che la grande maggioranza degli artisti sottolineano. Da un lato, il festival come momento di apprendimento. Dall'altro, il festival come opportunità di incontro. Il primo aspetto evidenzia la “cross-fertilization” tra artisti che si incontrano, l'arricchimento reciproco, l'esposizione a diverse tecniche, diversi strumenti, diverse sensibilità e modi di fare musica. Come ha detto suggestivamente uno degli artisti, una sorta di “cross-pollination”, ossia di “impollinazione reciproca”. Il secondo aspetto va ancora oltre: la possibilità, tramite l'incontro, non solo di apprendere e insegnare reciprocamente, ma di creare nuove identità artistiche, in termini di gruppi di artisti o di nuove performance. La testimonianza seguente è ancora più esplicita su questo aspetto:

“Gli artisti di strada spesso amano lavorare insieme, questo è bello. In questi anni ci siamo incrociati con le esperienze più diverse, con la banda adesso abbiamo suonato con un gruppo mongolo con altri jazzisti brookband, questo è molto interessante...Tutte le notti alla Buskers House succedono cose di questo genere ... ieri sera siamo andati avanti fino alle 3 e musicisti di vario genere che suonavano insieme anche mischiando i gruppi facendo di queste cose e poi non solo con i musicisti! Noi per esempio lavoriamo, quando c'è, con Cris che fa il quadro vivente, lui fa la Monnalisa e noi interveniamo, ed ad un certo punto lui esce dal quadro e canta “when your smile”...sono tutte performances che negli anni abbiamo affinato con una serie di amici, e quando siamo insieme in un dato posto la mettiamo in scena” (GC).

Gli artisti professionisti, in particolare, traggono esperienza ed ispirazione utile anche in termini di innovazione musicale. La libertà espressiva garantita dal clima e dal contesto del festival

certamente favorisce la possibilità di sperimentare. Ecco in proposito una testimonianza significativa da parte di un musicista professionista non busker:

“I think that there really is some wonderful music. And some of it is just novelty... that is what busking is in itself. It is just entertainment, and that's great. But there is also great music” (AB).

Non è facile capire fino a che punto le motivazioni appena viste (l'occasione di apprendimento, di incontro, di sperimentazione) siano specificamente legati al FBF, oppure siano un qualcosa che accomuna Ferrara con altre manifestazioni simili. Certamente ogni festival può offrire opportunità simili, ma altrettanto certamente elementi come il forte carattere di internazionalità, il clima di libertà e apertura, e anche la presenza di strutture come la Busker House sono un qualcosa che caratterizza specificamente Ferrara e che non è facilmente riscontrabile, per lo meno allo stesso livello, in altre manifestazioni.

Un altro aspetto che caratterizza tutti i festival ma che a Ferrara acquisisce una dimensione davvero particolare è la tradizione e la esposizione sui media. Da questo punto di vista, per gli artisti Ferrara rappresenta una “vetrina” come poche altre. La rilevanza della visibilità che Ferrara offre ai singoli è tuttavia assai differenziata a seconda dell'artista e della relativa storia personale. Vale molto, evidentemente, per quegli artisti che fanno della performance a contratto il principale tipo di attività svolta: da un lato, la partecipazione al FBF diventa una sorta di imprimatur, una garanzia di qualità da poter esibire ai futuri committenti, referenza, in una parola reputazione; dall'altro, il festival è un momento importante di incontro con operatori del settore dell'intrattenimento e con privati per acquisire nuovi contratti. Inoltre, questo aspetto è probabilmente più importante per i più giovani e i nuovi arrivati, rispetto a quanto possa esserlo per artisti già noti ed affermati. Anche su queste motivazioni, le testimonianze raccolte sono numerose, e la seguente bene costituisce un esempio rappresentativo:

“La partecipazione al FBF nel curriculum è una cosa molto importante...se uno poi vuole accedere ad altri festival l'aver partecipato per 3 anni consecutivi ed essere stato accettato al festival di Ferrara è fondamentale...Sì, alcuni mi chiamano per andare a suonare in un certo locale perché mi hanno visto anche qui. Diciamo che come aspetto promozionale della mia attività è molto utile, e poi adesso produco il mio cd, che adesso verrà distribuito da una casa di Milano, insomma lavoro su questo strumento anche con altre cose, organizzo lezioni, quindi Ferrara è una pubblicità ad ampio raggio per le cose che faccio” (RM).

A fianco delle motivazioni sopra citate, in cui non è semplice distinguere la componente specificamente e unicamente riferibile al FBF rispetto a manifestazioni analoghe, vi sono certamente altre motivazioni enfatizzate e citate di frequente dagli artisti che sono senza dubbio uniche e specifiche di Ferrara. Fra queste, la più ovvia ma certamente assai importante è la bellezza della città, e quindi il fascino, quasi misterioso, dell'atmosfera che viene a crearsi nell'incontro tra arte di strada e paesaggio architettonico. In realtà, gli artisti sottolineano che la magia di questo incontro abbia a che fare non solo con l'aspetto estetico, pur decisivo, degli spazi ferraresi. E' anche un fatto di varietà di contesti disponibili: vi sono artisti che hanno bisogno di spazi ampi per poter esprimere al meglio il proprio spettacolo, altri che preferiscono luoghi più intimi e raccolti; altri cercano un contesto vivo e luminoso, altri preferiscono luci meno invadenti e penombre; altri necessitano di una buona acustica che supporti con forza esibizioni non amplificate che quindi si giovano di buoni riverberi, altri invece necessitano una acustica diversa, con minori riverberi e risonanze. L'unicità di Ferrara è proprio la capacità di offrire in uno spazio complessivo relativamente raccolto luoghi adatti ad ogni esigenza, senza perdere, in nessun caso, quel fascino e quella atmosfera che tanto caratterizza la città.

Un altro elemento che spinge gli artisti a scegliere e tornare a Ferrara si trova nel rapporto che l'organizzazione è capace di creare e mantenere con gli artisti stessi. Si può certamente dire che gli artisti apprezzano particolarmente l'attitudine del management di mantenere un non facile

equilibrio tra l'informalità e la cordialità delle relazioni, e la capacità di capire le esigenze e di risolvere i problemi in modo efficace e tempestivo. In taluni casi, il buon rapporto diventa vera e propria amicizia tra gli artisti e i principali attori organizzativi, tanto che alcuni di essi sono stati cooptati in attività organizzative vere e proprie. Si crea una sorta di complicità tra alcuni artisti e il management, dove il festival diventa l'occasione, il patrimonio comune dove tale complicità si esplicita e si realizza:

“La cosa bella di Ferrara è che anche lo staff è molto molto aperto...Noi abbiamo creato un certo rapporto con lo staff, di amicizia, tranquillità...non bisogna cercare mai di ostacolare il loro lavoro perché comunque è molto difficile, poi questo ti porta anche a essere rilassato...L'atmosfera che si viene a creare qua non so proprio a che cosa sia dovuta, io penso anche allo staff che si occupa di risolvere il problema principale degli artisti di strada che è quello di stare bene e non solo gli artisti di strada, anche gli spettatori...L'accoglienza che trovi da parte dell'organizzazione ti mette a tuo agio” (GC).

Il forte connotato di “internazionalità” che il FBF ha sempre avuto, occorre dire per esplicita scelta del management, è un ulteriore aspetto che molti artisti amano citare per spiegare i motivi che li spingono verso Ferrara. Oltre alle implicazioni più ovvie di questo elemento (più varietà nelle possibilità di incontro e scambio con altri artisti), c'è un aspetto più sottile che un artista ci ha segnalato, e che riguarda proprio il rapporto tra la internazionalità del contesto e il modo di fare arte in strada:

“There is one point that is really important. It is the fact that we have to speak in different languages. So I speak French, English, Spanish, un po' di Italiano. So it is like a 'busker' language. You are different when you are here because you don't have your own words. You are not like you are everyday. Maybe you are closer to yourself. I don't know how to explain it. And it is the same with the public because for me it is the communication which is different. In France it is really easy. I just say something and everyone understands. But here, I have to give more for people to understand. Here it is like, we have to give more. You are in the street, if you want to win people, you have to give more and more” (GK).

Questa mescolanza di culture e provenienze disparate crea la necessità di un linguaggio comune, di un “busker language” come ha detto giustamente l'artista sopra citato, che non solo rappresenta un mezzo originale per comunicare fra artisti, ma anche fra artisti e pubblico (Mauro Alvoni parla nella sua intervista di “buskerese”). Ed è diverso il modo in cui l'artista straniero deve esprimersi per entrare in armonia con il pubblico: per farsi capire, per far capire la propria arte, l'artista deve “dare di più” di quanto non faccia normalmente con un pubblico della sua stessa nazionalità. “You are different”, diceva questo artista. Egli deve trovare nuovi modi per comunicare, e questo innesca un processo di crescita e di apprendimento sul proprio modo di essere e di esprimersi artisticamente. Lo sforzo del FBF di mantenere la propria internazionalità produce, sugli artisti, anche questo interessante effetto.

4.3 Non solo arte e suggestioni: criticità e problemi

Il rapporto tra artisti e FBF non è, inevitabilmente, privo di punti critici. Una buona parte di tali punti sono relativi al cambiamento che negli ultimi anni ha caratterizzato il festival, soprattutto in termini di numero di presenze di pubblico e, più in generale, di dimensione dell'evento. Vi sono sfumature molto diverse e interessanti.

Il punto a maggiore criticità è certamente il modo in cui gli artisti percepiscono il rapporto con il pubblico. Secondo molti artisti, una parte consistente del pubblico del FBF viene oramai più perché attirato dalla “festa” in sé che per la fruizione artistica vera e propria. In altre parole, l'evento starebbe perdendo in parte il suo significato originale, diventando sempre più un happening di divertimento generico, di cui gli artisti non sono che la colonna sonora o comunque non più il principale centro di gravità dell'evento, che un happening artistico vero e proprio.

E' il sentire di molti artisti, ma non di tutti. Alcuni di essi, infatti, riconoscono tra gli elementi di forte attrattiva del FBF la competenza del pubblico ferrarese, quindi la sua capacità di apprezzare, come altrove non succede, l'arte di strada come espressione artistica di pari dignità rispetto a forme d'arte più tradizionalmente e diffusamente riconosciute. Afferma in merito un giocoliere:

“Qua è quasi una situazione come in un teatro, dove la gente viene anche da lontano a vedere proprio quello che facciamo noi...è un pubblico molto bello, ormai molto esperto, perché molti vengono da anni ...siccome noi lavoriamo con il coinvolgimento, a contatto con il pubblico, non facciamo televisione, è molto bello avere un pubblico esperto che già conosce (quello che fai)...per esempio, anni fa era più difficile fare 5 palline o 7, se non le contavi non le vedeva nessuno!” (JO).

Si tratta quindi di un tema parzialmente controverso, ed è ragionevole supporre che entrambi i punti di vista contengano elementi di verità. Non c'è dubbio che il FBF abbia, negli anni, avuto un ruolo importante nel diffondere nel pubblico una maggiore consapevolezza del valore artistico del busking, e un interesse più maturo almeno in una parte, quella più affezionata e attenta, dei visitatori. D'altra parte, è altrettanto chiaro che un'altra parte di pubblico, anch'essa numericamente significativa, abbia ancora una modesta consapevolezza di ciò, e veda appunto il FBF come una opportunità di svago in buona parte o completamente slegata dal valore della proposta artistica.

Una interessante ed esplicita manifestazione del problema sopra citato sta nel modo in cui i visitatori fruiscono degli spettacoli offerti dai busker del FBF:

“Il pubblico è cambiato molto...io mi ricordo 20 anni fa facevo uno spettacolo tranquillo senza musica e la gente stava 20 minuti o mezzora a guardare i piccoli particolari... ora no, bisogna fare spettacoli fortissimi, altrimenti la gente non ha più pazienza come una volta ...” (SA).

“Adesso il pubblico viene a fare una festa, non viene più a vedere gli spettacoli ...nella grande confusione si fanno una bella vasca e non c'è più neanche il rispetto per uno spettacolo che vale, nel senso che durante uno spettacolo ti capita che c'è dietro uno che ti parla al cellulare che dice : ‘sì mamma sono qua dietro allo spettacolo dove sono i pagliacci’...dopo un po' riesci a sopportare questo, ma poi cominci anche a dire perché faccio questo spettacolo per 10 persone che sono interessate mentre per tutte le altre è uguale, ci sia o non ci sia lo spettacolo...allora qual è il valore del FBF? La gente viene per vedere gli spettacoli o solo per divertirsi?” (RD).

Talora è una sorta di fruizione “televisiva” degli artisti, una specie di “zapping” distratto e impaziente tra proposte diverse, senza soffermarsi davvero su alcuna, perché il vero centro dell'attenzione del pubblico non è più l'artista ma il contesto di festa in sé. Questo per gli artisti è chiaramente frustrante. Per due ragioni: primo, gli “spiccioli” di spettacolo distrattamente fruiti non consentono di apprezzare appieno il valore artistico dello spettacolo stesso e dell'artista; secondo, un pubblico che scorre velocemente tra una proposta e l'altra senza fermarsi mai davvero è un pubblico che non interagisce, si perde quel *mood*, quel processo tipico del busking di “creazione collettiva” dello spettacolo in cui il pubblico ha una parte attiva importante, seppure guidata e sollecitata dall'artista, e si genera quindi una sorta di “separazione” tra artista e pubblico che nega, di fatto, uno dei connotati essenziali del busking.

Un certo numero di artisti, invece, cita un certo disagio nel proprio rapporto con il FBF dal punto di vista della propria identità rispetto alla identità del festival stesso. Si tratta di elementi di disagio tutto sommato prevedibili e in parte anche inevitabili, data la varietà dei profili professionali e artistici che il FBF raggruppa e propone, ma che comunque forse segnalano qualche effettivo potenziale criticità:

“So che è un festival di musicisti di strada, però è molto strano...il fatto di non poter essere invitato se non sei un musicista!” (RD).

“E’ un festival di musicisti di strada, io sono un giocoliere e non posso essere invitato...questo non per fare polemica, è una cosa ben specifica, ma a me mi limita...per esempio io qua non posso usare la mia amplificazione, non posso lavorare come lavoro di solito, non lavoro nei posti migliori, anche se il mio spettacolo richiede molto spazio in effetti negli ultimi tre anni io ho lavorato nella piazza davanti al Duomo nella pausa degli invitati, facevo uno spettacolo grosso, enorme davanti a 700 qualche volta anche mille persone, però preferivo questo anziché starmene nella mischia” (JO).

“Per esempio sui giornali, li leggo tutti gli anni, sembra che non ci sono giocolieri, che non ci sono clown...invece siamo più di 150 gruppi qualcuno che fa anche musica ma tanti no!” (JO).

Ecco dunque che i non musicisti (mimi, clown, eccetera) talvolta faticano a riconoscersi appieno in un contesto nel quale si sentono parzialmente penalizzati – perché, come visto nelle citazioni precedenti, i media dedicano tutta l’attenzione ai musicisti, o perché i non musicisti non possono essere invitati ma solo accreditati, o per la scelta dei luoghi per le esibizioni che, ancora secondo alcuni di essi, tenderebbero a privilegiare i musicisti. D’altro lato, i busker “puri” faticano ad accettare il fatto di ritrovarsi minoranza rispetto a profili di artisti in parte o del tutto diversi dall’artista di strada in senso stretto.

Si tratta comunque di espressioni di disagio sostanzialmente marginali, che se da un lato vanno interpretate nel quadro di una situazione che esprime una varietà che è forse la ricchezza principale della tradizione del FBF, e che quindi non può che generare parallelamente qualche divergenza tra sensibilità diverse, d’altra parte vanno comunque considerate se non altro come opportunità di riflessione su potenziali criticità o possibili punti di debolezza per il futuro della manifestazione.

5. Conclusioni: varietà e convergenze

In questo inusuale processo che è la creazione, lo sviluppo e la gestione di un evento come il Ferrara Buskers Festival, gli artisti hanno avuto ed hanno un ruolo complesso ed importante, la cui caratteristica peculiare è l’essere produttori e clienti al tempo stesso. Produttori di un servizio per il pubblico, e clienti di se stessi. Il successo della manifestazione è certamente dovuto anche, e forse soprattutto, alla sua capacità di far convergere interessi assai articolati e diversi in uno stesso momento di interazione e di scambio. Non è solo lo scambio, più ovvio, tra artisti e pubblico, ma è anche lo scambio tra artisti stessi, è dunque il festival come risposta ad una domanda di apprendimento e di crescita artistica e professionale attraverso l’incontro e il confronto.

In questo senso, appare essenziale la caratteristica forse più evidente di questa manifestazione: la capacità di riunire una varietà di attori, e in particolare una varietà di artisti, con profili professionali, artistici e culturali davvero variegati. Per quanto possa apparire paradossale, è proprio questa varietà che genera convergenza: gli artisti trovano al FBF possibilità di scambio che altrove non trovano nella stessa ampiezza e diversità.

Le scelte di gestione e organizzazione non sono state irrilevanti, ma hanno invece avuto un ruolo decisivo nell’innescare e sviluppare queste convergenze, anche tenendo presente “l’irruzione” rispetto all’idea originaria di artisti diversi da quelli invitati, che così forte ruolo ha avuto e ha nel caratterizzare il festival: la gestione informale e flessibile, il carattere di internazionalità voluto e incrementato nel tempo, le iniziative collaterali importantissime per supportare i naturali processi di creazione di quel clima unico di creatività e apertura che caratterizza il festival, sono tutti aspetti che segnalano con forza il ruolo decisivo del management per il successo della manifestazione, pur in una situazione unica e apparentemente auto-propulsiva come questa.

Questo meccanismo, quasi misterioso per la velocità e la dimensione del successo ottenuto, non è privo di potenziali problemi.

Da un lato, si può rilevare una questione relativa all’identità della manifestazione stessa. Il Ferrara Buskers Festival non è, e forse non è mai stato davvero, un festival di buskers, ma piuttosto un festival del busking. Oppure, volendo usare altri termini, non un festival dell’arte di strada ma un

festival dell'arte *in strada*. Quindi, un festival in cui artisti diversi – tra cui anche, ma non solo, i buskers in senso stretto – si esibiscono in un contesto che è quello della strada, cioè quello del busking, portando la loro musica o la loro arte, magari concepita non per la strada ma per altri contesti, alla prova di una diversa e assai specifica situazione artistica. Non è detto, tuttavia, che questo fatto rappresenti davvero un potenziale pericolo, cioè che il divenire sempre più festival del busking e sempre meno festival dei buskers rischi di snaturare l'evento, e quindi di rompere quel perfetto giocattolo che è la convergenza di cui dicevamo. Sembra invece più probabile che esso possa avere rappresentato, e continui a rappresentare, proprio la chiave, o una delle chiavi, dell'enorme successo della manifestazione (e forse anche un continuo reinventare la figura del "buskers" al di là di idealizzazioni romantiche).

D'altra parte, il successo può portare criticità nuove e non volute. Il successo di pubblico iniziale nasce certamente dalla soddisfazione di una domanda latente, ma assai forte, di fruizione di musica e arte in contesti diversi da quelli rigidi e vincolati di carattere istituzionale. Il successo stesso tende poi, in un momento successivo, a far ampliare il raggio d'attrazione dell'evento verso altre domande, più o meno latenti, ma di natura sostanzialmente diversa: per esempio, la domanda di forme di divertimento alternative a quelle tradizionali. Questo tende non solo a far da moltiplicatore delle presenze di pubblico, ma cambia il profilo delle aspettative e quindi dei comportamenti del pubblico stesso. Gli artisti, specialmente quelli che hanno una esperienza decennale al FBF, hanno segnalato con chiarezza questo cambiamento e i problemi che esso comporta: un festival che tende a diventare meno un evento artistico e più un evento ludico, dove gli artisti hanno un ruolo sì ancora importante ma non più centrale.

Di certo, negli anni il FBF ha sviluppato risorse di enorme valore, quali la tradizione e la reputazione. E' certamente su queste, nonché sulle evidenti e consistenti esternalità positive, sul grande valore culturale e sociale dell'evento, e sul proprio patrimonio di esperienza e capacità organizzativa, che il management dovrà basare le scelte sulla direzione da percorrere per il futuro della manifestazione.

Bibliografia

- Alvoni M., 2001, "Piacere, sono mister Busker Festival. Stefano Bottoni, l'inventore racconta la vera storia", *La Nuova Ferrara*, 1 luglio
- Benati G. e Pasqualini L., 1991, *La città per suonare*, Spazio Libro
- Camillo F. (2001), "Gusti, comportamenti e opinioni dei visitatori del Ferrara Buskers Festival 2000", Depliant di presentazione della 14^a edizione del FBF
- Cestari F., 1998, *Il Buskers Festival di Ferrara: "La gestione di manifestazioni di piazza e la soddisfazione dei cittadini"*, Tesi di laurea, Università di Bologna
- Hayeck F. A., 1994, *Legge, legislazione e libertà*, Il Saggiatore, Milano (ed. italiana)
- Maffi M., 1972, *La Cultura Underground*, Laterza, Bari
- Normann R., 1985, *La gestione strategica dei servizi*, Etas, Milano
- Roda R., 1989, "On the road to freedom", in Roda R.(a cura di), *I musicisti di strada*, Interbooks
- Roda R.(a cura di), 1989, *I musicisti di strada*, Interbooks
- Russo L., 2001, "Il Ferrara Buskers Festival: una grande festa della musica, un'importante risorsa per la città", *Annuario Socio-economico Ferrarese*, Cds edizioni, Ferrara
- Soffritti R., 1989, "Presentazione", in Roda R.(a cura di), *I musicisti di strada*, Interbooks
- Toffler A., 1980, *The Third Wave*, Collins, New York
- Walkert T., 1989, "La tradizione del musicista di strada", in Roda R.(a cura di), *I musicisti di strada*, Interbooks
- Zan L. , 1997, "Piano, con armonia. Lo sviluppo dell'Accademia Pianistica di Imola in prospettiva economico-aziendale", *Economia e Management*, n. 5

**Tabella 1 - I numeri del più grande Buskers Festival del Mondo
(autopresentazione della home page del Festival)**

800.000	presenze (65 province rappresentate; 11 nazioni estere)
190.000	metri quadrati di area degli spettacoli (solo parte calpestabile)
177	gruppi presenti (20 invitati, 157 accreditati)
660	artisti di cui 584 italiani e 76 stranieri in rappresentanza di 21 nazioni
1044	esibizioni
2296	ore di spettacolo (96 giorni equivalenti di spettacolo senza interruzione)

Tabella 2 - Stampa e TV sul FBF come da autopresentazione della home page del Festival

2a - Stampa

Hanno scritto sulle precedenti edizioni del festival le seguenti testate giornalistiche:

L'adige; Ansa; Agi; Adnkronos Turismo; L'agenzia di Viaggi; L'alto Adige; Amadeus; Amica; Amici della Musica; L'aquila Bianca; L'arena; Autocaravan; Autocapital; L'avanti; Avvenire; Basler Zeitung (Svizzera); Bell'italia; Il Blues; Boss; Brescia Oggi; Calendario; Caminhando (Brasile); Carnet; Caravan & Camper; Celtica; Il Centro; La Cittadella; Il Cittadino; Cocktail; Come; CIL Commercio Padano; Consigli Pratici; Consumatori; Convegni, Incentive & Comunicazione; Il Corriere Adriatico; Il Corriere della Sera; Il Corriere di Arezzo; Il Corriere dell'Umbria; Il Corriere di Firenze; Il Corriere di Pordenone; Il Corriere Mercantile; Corriere Romagna; Il Corriere di Ravenna; Il Corriere di Rimini; Cosmopolitan; La Cronaca di Verona; Darling; Dipende; Dire Fare Baciare - Smemoranda; Doc; Dolce Vita; La Domenica del Corriere; Donna E Bambini Junior; Donna Moderna; L'eco del Lunedì; L'eco di Bergamo; L'Eco della Stampa; Extra; Epoca; Erasmo; Euro Travel News; Famiglia Cristiana; Fare Musica; Il Fiorino (Ungheria); Folk Bulletin; Fred; Games & Parks; La Gazzetta del Mezzogiorno; La Gazzetta del Piemonte; La Gazzetta del Sud; La Gazzetta di Ancona; La Gazzetta di Arezzo; La Gazzetta di Ferrara; La Gazzetta di Mantova; La Gazzetta di Modena; La Gazzetta di Parma; La Gazzetta di Reggio Emilia; Il Gazzettino; Gente Viaggi; Gioia; Il Giornale; Il Giornale della Musica; Il Giornale di Brescia; Il Giornale di S. Patignano; Il Giornale di Sicilia; Il Giornale di Vicenza; Il Giorno; Glamour; Grand Hotel; Ibc; Immagine; L'informazione; Informer; Intimità; Italia; Italia (Ungheria); Italia Oggi; L'italia Settimanale; Itinerari e Luoghi; Happy Web; Helsingin Sanomat (Finlandia); Jazz Time; Il Lavoro; Leggere Donna; Liberazione; La Libertà; La Lucania; Luci della Città; Il Manifesto; Il Mattino dell'alto Adige; Il Mattino di Napoli; Il Mattino di Padova; Max; Master Viaggi; Media Duemila; Meditime; Il Messaggero; Il Messaggero Veneto; Meridiani; Millecanali; Momento Sera; Il Mondo del Golf; Moto Sprint; Movimenti dell'altra Irpinia; Musica; Musicando; La Nacion (Costa Rica); La Nazione; Nick; Noi; Noi Donne; Il Nord; Nuova Cronaca; La Nuova Ferrara; La Nuova Gazzetta di Modena; La Nuova Sardegna; La Nuova Venezia; La Nuova Ferrara; La Nuova Piazza; Onda Tv Magazine; La Padania; Il Paese; Paese Sera; Palco; Panorama Travel; Il Paniere; La Piazza; Il Piccolo; Il Piccolo del Lunedì; Popotus; Più; Plein Air; Pratica; La Prealpina; La Provincia; La Provincia di Cremona; La Provincia Pavese; La Puglia; Il Progresso Fotografico; Qui; Qui Touring; Il Quotidiano di Foggia; Reporter; La Repubblica; La Repubblica delle Donne; Il Resto del Carlino; Il Roma; Sabato Sera; S.Anna Informa; Il Salvagente; Scarp De' Tennis; La Sicilia; Il Secolo XIX; Il Secolo D'italia; La Settimana Enigmistica; Il Sole 24 Ore; Sole delle Alpi; Soprattutto; La Stampa; Stampa Sera; Suite; Silhouette Donna; Stop; A Tarde (Brasile); Il Tempo; Terza Pagina; Techno Photo New; Tic; Il Tirreno; Toga Lecchese; Topolino; Travel; Trend Discotec; Trendwave; La Tribuna di Treviso; La Tua Ferrara; Tutto; Tuttosport; Tv Sorrisi E Canzoni; Tutto Turismo; L'unità; Unità Mattina - Romagna; L'unione Sarda; Il Venerdì; Ventiquattro; Viaggia L'italia; Viaggiare; I Viaggi di Repubblica; Visto; La Voce; La Voce di Ferrara e Comacchio; La Voce del Popolo; La Voce di Mantova; La Voce di Rimini; Weekend Viaggi.

2b . Televisione e radio

Hanno trasmesso servizi sulla manifestazione:

Tg 1, Tg 2, Tg 3, Tg 4 News, Studio Aperto, Rete Sette, Atr Rovigo, Tele Estense, Dk Danmark Radio, Rai Stereo Due, Rtl, Montecarlo Night, Radio Capital, Circuito Marconi, Radio Popolare, "Bell'estate" (Rai 1), "Sereni Variabile" (Rai 2), "Chiamate Roma 3131" (Radio2), "Pomeriggio Insieme" (Radio 2), "In Viaggio Con Di Maggio" (Radio Montecarlo); "Poco Mossi Gli Altri Mari" (Radio Rai), "Ognidove" (Radio Rai), "Inviato Speciale" (Radio Rai); "Porto Matto" (Rai 1), Uno Mattina (Rai 1), Televisione Di S.Pietroburgo, Tsf - Radio Journal Lisboa (Portogallo)

Hanno realizzato documentari per la TV:

Rai Tre, Rai Sat, Televisione Della Svizzera Italiana, Troupe Di S.Pietroburgo (Russia), Università Di Oslo (Norvegia), Albedo Cinematografica.

2.c Ospiti speciali

Interventi come busker di: Lucio Dalla e Jimmy Villotti nel 1989, di Franco Mussida nel 1993, di Mino Di Martino (ex Giganti), di Edoardo Bennato nel 1994, di Freak Antoni, Bambi Fossati & Garibaldi, Tetes de Boit nel 1996, Modena City Ramblers nel 1997, Andrea Mingardi, Gianni Fantoni e Paolo Belli nel 1998.

2.d Pubblicazioni

"I musicisti di strada" a cura di Roberto Roda, Bolzonella 1989; "La città per suonare" fotografie di Giuseppe Benati e Luca Pasqualini, Spazio Libri 1991.

2.e Sponsor delle precedenti edizioni

4Net Communications, Acqua minerale Alisea, Agip Petroli, Agip Servizi, Ascom, Birra Vikingen, Cassa di Risparmio di Ferrara, Cit Viaggi, CoopSer, Executive, Ferrara Tua, Finnair, FS, Giulio Barbieri, Granarolo, Il Resto del Carlino, La Rotonda, Latte Miele - Tam Tam, Lora Recoaro, Lufthansa, Maes, Monteco, Peroni Nastro Azzurro, Smart, Snam.