

Immigrati e Patrimonio Culturale

Un'indagine empirica: metodologia e risultati

A cura di **Sandra Aloia** e **Elisa Sorba**

Nell'ambito del progetto "Un patrimonio di tutti", nella primavera del 2005, è stata realizzata un'indagine per conoscere i consumi culturali, in particolare quelli museali, degli allievi dei Centri Territoriali cittadini¹, sia nei Paesi d'origine sia nel contesto torinese, per individuare le barriere che li separano dalla fruizione del patrimonio.

Nota metodologica

La somministrazione di un questionario ha permesso di consultare molte persone contemporaneamente. In una prima fase del progetto è stato ritenuto importante raccogliere informazioni non troppo specifiche, ma tali da permettere di delineare un quadro di riferimento generale sul rapporto tra immigrati residenti e patrimonio culturale.

I questionari sono solitamente caratterizzati da domande a risposta chiusa. Per la formulazione del ventaglio di possibili risposte, il ricercatore deve basarsi sulle idee/opinioni di chi lavora nel settore, rischiando di cadere in facili preconcetti piuttosto che in comprovate categorizzazioni scientifiche. Si è così deciso di lasciare molte domande a risposta aperta, laddove la risposta non prevedesse un'indicazione quantitativa (ad esempio le classiche alternative "molto, abbastanza, poco, per nulla"). Nonostante questo abbia comportato un maggior lavoro di codifica/decodifica dei dati nella fase di lettura/analisi, ha però garantito un alto grado di libertà nelle risposte. Inoltre, sia l'approccio sia il linguaggio utilizzato sono stati mediati da operatori del settore perché fossero il più possibile semplici e adeguati.

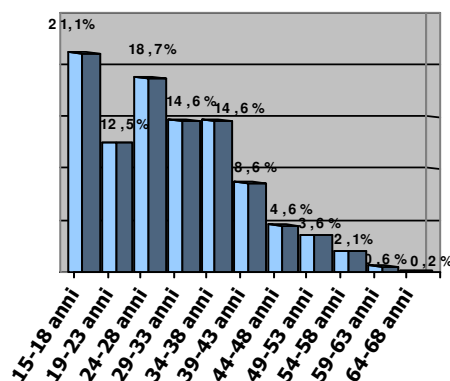
Il questionario è stato somministrato alle classi negli orari di lezione, dopo una breve presentazione di carattere introduttivo e motivazionale.² Le classi coinvolte erano di vario livello d'istruzione e conoscenza della lingua italiana, con la sola esclusione degli analfabeti. È stato guidato dalle insegnanti stesse che hanno partecipato al progetto o da colleghe istruite sui contenuti e sulla metodologia di somministrazione (decisa collegialmente, perché la figura del mediatore e le indicazioni di questi ultimi fossero le più omogenee possibili non solo tra classi, ma anche tra Ctp diversi).

Il campione del questionario è formato da 418 persone, di cui 379 stranieri.

Profilo socio-demografico

L'età degli intervistati è compresa tra i 15 e i 68 anni; il 60% è di sesso femminile e quasi tutti sono residenti a Torino, dove vivono per lo più da oltre un anno. Il grado d'istruzione è elevato: il 36,8% è diplomato e quasi il 30% è almeno laureato. I lavori svolti sono molteplici, ma c'è da rilevare un diffuso sottoutilizzo delle competenze personali nelle occupazioni svolte in Italia. Provengono principalmente da tre continenti:

Europa (esclusi gli italiani, le nazionalità più presenti sono la rumena e la moldava), Africa (nazione più rappresentata il Marocco, 19,3% sul totale del campione), e l'America Latina (in particolare il Perù). In totale sono 49 gli stati rappresentati da almeno un intervistato. Arrivano per la quasi totalità dalle capitali o dai principali centri abitati.



Conoscenza di Torino

Quasi il 40% conosce il nome del quartiere in cui abita. I restanti hanno indicato il punto di riferimento più visibile (ad esempio, il Palagiustizia o un museo) oppure luoghi che hanno risposto almeno una volta ai loro

¹ I Centri Territoriali Permanenti (CTP) si qualificano come strutture di servizio che promuovono, organizzano e realizzano attività d'istruzione e di formazione rivolte agli adulti. Le loro iniziative favoriscono la rimotivazione e il riorientamento, l'alfabetizzazione culturale e funzionale, lo sviluppo e il consolidamento di competenze di base e di saperi specifici, l'acquisizione e lo sviluppo di conoscenze e di competenze necessarie per il rientro scolastico, formativo, lavorativo. Per saperne di più consultare il sito http://www.cepea.it/nuova_pa1.htm.

² Il questionario è stato somministrato presso le classi dei ctp Braccini, Drovetti, Giulio e Parini.

bisogni: le stazioni, gli ospedali e i parchi. I posti della città più conosciuti in generale sono proprio questi: i parchi e le piazze e poi le chiese e la collina.

Consumi mediatici e culturali

Il 90% dichiara di avere tempo libero che usa per: attività ludiche, utilizzo dei media, studio-lavoro (in ordine di percentuale) poi, in minima parte, attività culturali, tempo dedicato alla famiglia, occupazioni multimediali, acquisti, hobbies, attività religiosa e svolgimento pratiche burocratiche.

La tv è un media molto utilizzato (il 40% la guarda spesso, l'1,7% mai); il 30% possiede l'antenna parabolica (si tratta essenzialmente di coloro che provengono da Paesi di lingua araba).

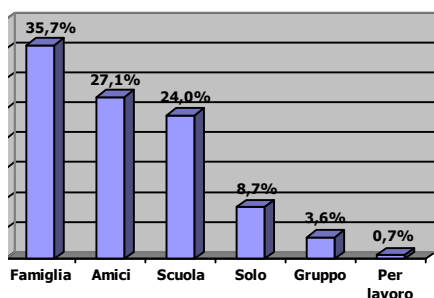
Quasi l'80% legge almeno qualche volta un quotidiano italiano (*La Stampa* e quelli in distribuzione gratuita sono i più letti), alla metà del campione capita di leggere anche quotidiani nella lingua d'origine. Il 66% dichiara di fare anche altre letture: libri (romanzi, saggi, manuali, poesie,...), riviste, fumetti.

Quasi la metà degli intervistati non usa internet. Chi lo fa, visita più frequentemente siti informativi (siti d'intrattenimento, di sport, istituzionali, di cultura, di musica) e altri che li mettano in contatto con persone, conosciute e non (motori di ricerca, siti di posta elettronica, chat). Dal tipo di utilizzo s'ipotizza il non possesso casalingo di un collegamento alla Rete, ma una frequentazione di communication ed info-point.

Nell'arco dell'ultimo anno, metà del campione è andato al cinema, quasi un terzo è entrato in una biblioteca e il 16,3% è stato a teatro³.

Consumo museale

1) Nel Paese d'origine



Il 90% dichiara di conoscere l'esistenza di musei nel proprio Paese (il 2,2% ne segnala l'assenza e un 7% non sa rispondere); tra questi, un terzo non sa indicarne però nemmeno un nome. Due intervistati su tre sono invece entrati in almeno uno di essi. Inoltre la metà del campione totale ha dichiarato di averne visitati uno o più fuori dal Paese d'origine.

Come mostra il grafico, la fruizione avveniva per lo più in famiglia, con alcuni suoi componenti, raramente con l'intero nucleo.

Da notare il dato di coloro che fruivano da soli dei complessi museali.

2) A Torino

Due terzi del campione vorrebbe visitare più spesso i musei torinesi.

Perché non lo fa? Perché non sa con chi andare, perché costano troppo e non sa dove si trovano.

Come in precedenti indagini su coloro che abitualmente non visitano i musei, si è rilevato un ostacolo spesso trascurato: la sensazione di "non sentirsi all'altezza", sia per la lingua che molti intervistati credono di "non sapere abbastanza bene", sia perché tendenzialmente il museo sembra essere destinato a "chi già sa".

I musei torinesi più conosciuti sono: Palazzo Reale, Superga (non riferendosi molto probabilmente ai suoi musei, ma alla chiesa e al piazzale adiacente), il Museo Egizio, il Museo Nazionale del Cinema, il Museo dell'Automobile, il Castello di Rivoli e il Borgo Medievale. Quello più visitato, ma anche il più apprezzato, esclusa Superga, è il Museo Egizio.

Quello che richiama più l'interesse è invece Palazzo Reale, seguito dal Castello di Rivoli, l'Armeria Reale, il Museo d'Antichità.

L'idea prevalente del "museo-tempio", legato all'arte, all'antico e al passato, emerge dalla domanda relativa alla definizione di museo attraverso l'associazione di parole che è stata richiesta⁴.

³ E' stato esplicitamente chiesto loro di escludere le fruizioni scolastiche.

⁵ "Quando pensi a un museo pensi a ..."