



## INDAGINE SUI CONSUMI MUSEALI DELLA POPOLAZIONE IMMIGRATA A TORINO

Da una ricognizione accurata del materiale esistente sul tema dei consumi culturali della popolazione immigrata, è emersa la sostanziale mancanza di indagini riguardo al rapporto tra stranieri e patrimonio culturale e museale delle città di nuovo insediamento. Il patrimonio informativo riguardante la popolazione straniera consente di definire altri aspetti del fenomeno migratorio: i dati quantitativi, le aree geografiche di provenienza, le modalità di migrazione, eventualmente la presenza di giornali e trasmissioni radiofoniche legati ai Paesi da cui provengono ampie fasce di popolazione straniera. Riguardo al tema della frequentazione dei musei da parte dei "nuovi italiani" invece non è stato possibile rintracciare indagini o ricerche di alcun genere: di conseguenza il presente lavoro si è avvalso di un'indagine empirica realizzata seguendo il modello e lo schema teorico proposti da alcuni testi che introducono alla ricerca sociale.

Si è scelto di affrontare l'argomento da due punti di vista. Da una parte, volendo definire in modo discorsivo quale sia la percezione dell'offerta culturale e del patrimonio museale della città da parte dei cittadini non italiani, è stato raccolto un certo numero di interviste a "testimoni privilegiati" del fenomeno migratorio, dalle quali, attraverso un'indagine di tipo qualitativo, sono emersi considerazioni e suggerimenti interessanti, utili a capire con quali modalità avvenga il consumo culturale da parte degli stranieri residenti a Torino.

Dall'altra parte, si è cercato di impostare una ricerca di tipo quantitativo a proposito delle effettive abitudini culturali dei cittadini stranieri, operazione svolta a partire da un numero maggiore di interviste con persone provenienti dalle sei aree geografiche maggiormente rappresentate in termini numerici nel capoluogo piemontese.

È bene anzitutto chiarire quali siano le principali differenze tra i due tipi di ricerca, qualitativo e quantitativo.

Un approccio di tipo *quantitativo*, come spiega De Rose [2004], "*trova fondamento in una concezione positivista della scienza che assume la realtà sociale come dato*



*oggettivo, indagabile al pari di ogni altro fenomeno della natura'*: in altre parole il presupposto concettuale su cui si basa questo metodo è che i comportamenti e i modi di pensare degli individui, che costituiscono appunto l'oggetto della ricerca sociale, siano osservabili, rilevabili, misurabili e spiegabili secondo modelli interpretativi causali, cioè inserendoli in una dinamica di causa – effetto che li renda interpretabili oggettivamente.

Un approccio *qualitativo*, invece, parte dal presupposto che *"ogni rappresentazione della realtà è sempre espressione di una costruzione sociale di senso alla quale partecipano tanto i singoli attori sociali, quanto il ricercatore medesimo, il quale è al contempo osservatore e interprete"*. Non è la presunta oggettività dell'analisi scientifica a caratterizzare questo metodo, bensì la convinzione che le ricerche sociali stesse siano delle *"ri – costruzioni"* della realtà operate dal ricercatore a partire dall'immagine di sé che i soggetti studiati offrono tramite le proprie parole e la propria autorappresentazione; quindi il ricercatore che adotta un metodo qualitativo riconosce nel proprio studio un'elaborazione, filtrata e quindi soggettiva, de *"i modi in cui i singoli individui rappresentano se stessi e attribuiscono significato alla realtà circostante, il modo in cui costruiscono, descrivono e interpretano gli eventi che li riguardano e quelli che riguardano gli altri individui con cui interagiscono nella vita quotidiana"* [De Rose, 2004].

Poiché l'indagine quantitativa ha come fine principale la misurabilità e la generalizzabilità dei risultati, le informazioni raccolte devono essere quanto più possibile standardizzate, affinché possano essere trasformate in variabili e quindi in dati misurabili e confrontabili. Ogni passaggio di un'indagine quantitativa è quindi caratterizzato da un alto livello di standardizzazione: dagli strumenti per la raccolta dei dati (il più usato è il questionario), alla scelta attenta dei metodi di campionamento, affinché il campione su cui si svolge l'indagine sia veramente rappresentativo della popolazione di riferimento.

In una ricerca qualitativa invece il punto focale è costituito dalla comprensione dei fenomeni sociali indagati e l'obiettivo del ricercatore è stabilire delle tipologie dei comportamenti, degli orientamenti e degli atteggiamenti degli individui riguardo un certo aspetto della vita sociale, obiettivo perseguito ascoltando la rappresentazione che di determinati fenomeni e comportamenti danno i soggetti coinvolti. Il linguaggio usato da ogni singolo soggetto, il contesto culturale e valoriale di riferimento, il vissuto soggettivo e la specificità di ogni storia costituiscono gli aspetti cruciali dell'indagine.



Per ottenere quella standardizzazione nella rilevazione delle informazioni, alla base dell'approccio quantitativo, è indispensabile una profonda conoscenza *a priori* del fenomeno che si intende studiare; tale presupposto però è raramente soddisfatto nelle ricerche sociali, motivo per cui queste ricorrono spesso al metodo qualitativo. Inoltre, poiché i fenomeni che la ricerca tenta di interpretare vengono studiati chiedendo ai diretti interessati di descriverli e spiegarli dal proprio punto di vista, ai soggetti coinvolti viene richiesto un processo di introspezione, di rielaborazione del vissuto personale, dei valori e dell'identità: operazione, tra l'altro, tanto più complessa quanto meno i codici culturali, linguistici, simbolici e valoriali dell'intervistato e dell'intervistatore coincidono (il che può accadere piuttosto spesso, specie quando si abbia a che fare con gruppi sociali minoritari o particolari). È impensabile in questi casi riuscire a standardizzare le risposte o a rappresentare in modo oggettivo informazioni così profondamente legate alla rappresentazione che di un fenomeno dà un singolo individuo.

Nel corso del presente lavoro ci si è avvalsi, come detto, di entrambi gli approcci, in relazione ad obiettivi parzialmente diversi; esistono comunque delle similitudini per quanto riguarda l'impostazione delle ricerche e le fasi di svolgimento delle indagini. Di seguito vengono presentati, per ciascuna ricerca, gli obiettivi, le modalità di lavoro e le conclusioni tratte.



#### 4.1. L'INDAGINE QUALITATIVA

La prima fase della ricerca sul campo, ovvero la ricerca qualitativa, si è svolta tra marzo e aprile del 2005, e ha avuto come obiettivi quelli di migliorare la conoscenza delle caratteristiche della popolazione immigrata a Torino e di chiarire il quadro della situazione in termini qualitativi oltre che quantitativi, per preparare il terreno alla successiva indagine quantitativa.

In primo luogo sono stati definiti i temi di interesse, in particolare gli argomenti sui quali le informazioni fornite dalle statistiche o dai lavori "ufficiali" non sembravano sufficienti a inquadrare il fenomeno dei consumi culturali (per la relativa mancanza di studi sull'argomento specifico, di cui si è accennato). Quindi è stato selezionato il campione di indagine, in termini numerici e qualitativi, ed è stata definita la traccia dell'intervista semi – direttiva che si intendeva utilizzare; svolte le interviste, si è proceduto alla stesura, alla formalizzazione e alla rielaborazione in forma discorsiva delle informazioni raccolte.

##### 4.1.1. Definizione dell'oggetto e degli obiettivi della ricerca

La prima fase della ricerca consiste nel "circoscrivere concettualmente l'oggetto della ricerca" [De Rose, 2004], ovvero nel:

- definire i temi di interesse, sia quello centrale sia temi secondari ad esso collegati,
- esplicitare le ipotesi di partenza che l'indagine dovrà verificare,
- stabilire i dati da acquisire e le fonti a cui fare riferimento.

Per poter essere avviata, una ricerca sociologica presuppone l'esistenza di una ipotesi generale, da verificare proprio attraverso la ricerca, e di specifiche ipotesi operative, su cui basarsi per procedere alla rilevazione dei dati necessari e alla loro successiva elaborazione [Guidicini, 1996]. L'ipotesi "è la bussola della ricerca" [ibidem], nel senso che permette di distinguere dati e informazioni necessari da quelli superflui, in fase di svolgimento del lavoro, e in fase conclusiva costituisce il punto di riferimento per



formulare le generalizzazioni dei risultati. Un'ipotesi è utile, secondo Guidicini, quando soddisfa tre condizioni:

- si ricollega a un adeguato schema teorico;
- il ricercatore possiede una conoscenza sufficiente della realtà storico – ambientale su cui indaga;
- le finalità della ricerca sono abbastanza chiare.

Accanto alla definizione delle ipotesi generiche relative al tema in esame, la ricerca sociologica richiede nelle fasi iniziali un censimento degli eventuali studi già compiuti sullo stesso tema o su argomenti correlati, al fine di verificarne i risultati e di studiare i metodi di indagine utilizzati. L'acquisizione di tale patrimonio informativo consente, oltre che di costruirsi una base di conoscenza teorica piuttosto solida, anche di circoscrivere meglio l'oggetto dell'indagine e di meglio definire i concetti e gli eventuali termini tecnici che si intende usare durante il lavoro.

Nel caso dei consumi museali della popolazione immigrata non sono stati rintracciati studi precedenti significativi; la ragione è probabilmente da ricercare nel fatto che tali consumi non costituiscano una priorità per chi affronta l'esperienza migratoria, mentre le necessità primarie (inserimento lavorativo, ricerca di un'abitazione, sicurezza sanitaria e così via) sono state ampiamente affrontate sia in sede teorica che operativa. Sul tema dell'immigrazione in generale è reperibile una vasta gamma di studi, analisi e ricerche che offrono un'enorme quantità di dati statistici, informazioni sulle attività di assistenza e aiuto all'inserimento, previsioni per il futuro e così via. Per quanto riguarda il tema dei consumi culturali, invece, esistono solo alcuni recentissimi testi – generalmente reperibili on – line – che si interrogano su quale nesso possa esserci in futuro tra la società multietnica e il patrimonio culturale e propongono delle riflessioni teoriche sul tema; esiste poi un unico studio sul "*Patrimonio culturale come strumento di integrazione sociale*" curato dall'ECCOM che censisce, in tre regioni italiane tra cui il Piemonte, le iniziative culturali rivolte a categorie sociali "svantaggiate", tra cui la popolazione immigrata. Per i dettagli di tale ricerca si rimanda al capitolo precedente, dedicato all'offerta museale specifica per la popolazione straniera.



Gli obiettivi principali della ricerca qualitativa sono stati:

- raccogliere informazioni e opinioni sul rapporto tra la popolazione immigrata e l'offerta culturale della città, informazioni utili per definire meglio i questionari da utilizzare nella successiva fase della ricerca quantitativa;
- la comprensione delle caratteristiche dei singoli gruppi nazionali presenti sul territorio torinese e dell'eventuale influenza della provenienza geografica sulle abitudini per il tempo libero e il rapporto con la cultura;
- la raccolta di suggerimenti relativi all'argomento, in senso lato (possibili politiche museali, possibili iniziative della Città e così via), utili per abbozzare delle linee – guida per una nuova politica museale, nell'ultima parte del lavoro.

#### ***4.1.2. Definizione del campione di indagine***

Le informazioni di cui ci si avvale in una ricerca qualitativa possono provenire da tre tipi di fonti:

1. la "popolazione di riferimento" della ricerca, ovvero i soggetti coinvolti in prima persona nell'argomento dello studio;
2. le persone che hanno un qualche rapporto diretto con la popolazione di riferimento;
3. gli "osservatori privilegiati".

Nell'ambito della presente ricerca, si è scelto di avvalersi di persone che abbiano, a vario titolo, un rapporto diretto con la popolazione di riferimento: in particolare ci si è rivolti a dei mediatori culturali e a dei cittadini, non solo italiani, coinvolti nei temi della mediazione, dell'associazionismo e dell'integrazione interculturale.

I mediatori culturali hanno la caratteristica di essere anzitutto delle persone provenienti dall'estero, quindi soggetti che hanno vissuto direttamente l'esperienza migratoria (sebbene con modalità differenti tra loro), e contemporaneamente sono riusciti ad inserirsi in modo attivo nella società di arrivo, dove ora si dedicano ad aiutare altre persone, provenienti da diverse aree geografiche, a vivere con minor disagio e maggiori possibilità di successo il percorso di integrazione. I mediatori sono quelli che



Guidicini definisce dei *leaders*, cioè persone che, indipendentemente dal ruolo sociale che rivestono all'interno della comunità, possono offrire "notizie interessanti e di prima mano relativamente alla storia, alle istituzioni ed alla vita quotidiana del gruppo".

Dal momento che la ricerca doveva riguardare i Paesi da cui proviene la maggior parte degli immigrati, sono state selezionate anzitutto sei aree geografico – culturali di riferimento: Romania, Marocco, Albania, Perù, Cina e Africa subsahariana, distinguendo per quest'ultima tra le ex colonie italiane (Paesi del Corno d'Africa) e gli altri Paesi. Sono stati individuati mediatori culturali provenienti da ciascun Paese da intervistare in merito alle caratteristiche della popolazione immigrata da tali aree.

Inoltre sono state contattati tre ulteriori "osservatori privilegiati", vale a dire una giornalista montenegrina, molto attiva nell'ambito dell'intercultura, la responsabile di un'associazione italiana che si occupa di sostegno all'integrazione di donne maghrebine, un ricercatore dell'Ires Piemonte. Tutti questi "testimoni privilegiati" hanno fornito importanti e utili indicazioni di ordine generale sulle migrazioni e sul dialogo interculturale; è bene precisare tuttavia che, mentre ai mediatori culturali sono state proposte le interviste semi – direttive organizzate secondo lo schema illustrato di seguito, con gli osservatori privilegiati si può dire che si sia svolto essenzialmente un colloquio generale sui temi toccati nell'ambito della presente ricerca, poiché scopo principale degli incontri con queste persone era di ottenere informazioni riguardo alle attività in cui sono coinvolte e, eventualmente, riferimenti a persone che potevano essere coinvolte nella ricerca quantitativa in quanto soggetti di studio.

Dai mediatori culturali ci si aspetta di ottenere informazioni sui seguenti argomenti:

- caratteristiche della comunità di appartenenza
- rapporto del singolo con la comunità
- produzione di cultura "propria" da parte della comunità
- consumo di cultura legata all'area geografica di provenienza
- consumo di cultura italiana
- utilizzo del tempo libero da parte dei membri della comunità.

Un'ulteriore precisazione appare doverosa: come suggerisce Marco Aime, "ai nostri occhi i mediatori rappresentano una determinata cultura: africana, maghrebina, latino-americana, ma a quegli africani, maghrebini e latino-americani appaiono davvero come i loro rappresentanti?". In altre parole, va sempre tenuto presente che quella che ogni



intervistato restituisce è la sua personale e soggettiva visione dei fenomeni, per quanto non si possa dubitare della buona fede con cui i mediatori rispondono alle domande e per quanto si tratti in linea di massima di fonti attendibili. È importante, come in ogni ricerca, non perdere mai l'approccio critico che spinge a valutare le informazioni raccolte e a integrarle, o almeno confrontarle, con dati provenienti da altre fonti.

Tenendo conto delle informazioni che si volevano ottenere, è stato predisposto un canovaccio, una sorta di traccia in cui sono elencati i temi di interesse per l'indagine e le domande – tipo da rivolgere agli intervistati; di fatto la reale formulazione delle domande e i tempi dell'intervista variano più o meno significativamente di volta in volta, a seconda dell'atteggiamento dell'intervistato e della dimestichezza dell'intervistatore [Bollo, 2004].

#### ***4.1.3. La fase di rilevazione***

Nella ricerca qualitativa si è scelto di utilizzare lo strumento delle interviste, che permettono di raccogliere dati "di prima mano", legati al vissuto personale dell'intervistato, alle sue esperienze e ai suoi ricordi, ma anche ai suoi sentimenti, le credenze e i progetti [Guidicini, 1996].

I principali motivi a sostegno dell'utilizzo delle interviste nella ricerca qualitativa sono [De Rose, 2004]:

- le domande da porre non sono predefinite, costituiscono solo una traccia, ma il dialogo tra intervistatore e intervistato può seguire percorsi completamente diversi a seconda dei soggetti coinvolti; spesso sono proprio gli argomenti introdotti dagli stessi intervistati a sollevare negli intervistatori la formulazione di nuove domande, la richiesta di chiarimenti o addirittura a rielaborare le tesi di fondo;
- gli intervistati si esprimono con le proprie parole, costruiscono liberamente i propri discorsi, senza doversi preoccupare di adeguarsi alle categorie concettuali dell'intervistatore e senza dover scegliere tra alternative di risposta predefinite, come nei questionari;



- anche se le informazioni ottenute dalle interviste non possono essere trattate in modo statistico, si possono notare argomenti o espressioni ricorrenti o si possono ricavare delle statistiche di valenza sociolinguistica sull'uso di alcuni termini;
- le informazioni acquisite assumono significato all'interno di "*costrutti narrativi*" e di contesti sociali e valoriali specifici, la cui interpretazione spetta all'osservatore.

In particolare si è scelto in questo caso di utilizzare il metodo delle interviste semi-strutturate: individuati alcuni temi di interesse per la ricerca, sono state definite alcune domande "obbligatorie", fondamentali, da rivolgere agli intervistati, mentre di altre domande è stata solo individuata una traccia, per cui la formulazione effettiva dell'interrogativo poteva variare di volta in volta, sulla base dell'andamento generale del singolo colloquio.

Le interviste hanno obbedito al principio della *non – direttività*, ovvero l'"*astensione di principio da ogni valutazione*" da parte dell'intervistatore e la particolare attenzione alle "*risonanze emotive che emergono dalle risposte del soggetto*" [Guidicini, 1996]. Assumendo un atteggiamento neutro, di disponibilità, accettazione e interesse, l'intervistatore cerca di favorire la spontaneità delle risposte e l'emergere di sentimenti, emozioni, associazioni di idee nell'esposizione dell'intervistato. Un colloquio durante il quale si riesca a instaurare questo clima di tranquillità e di fiducia consente di cogliere "*i significati soggettivi che legano l'esperienza dell'intervistato all'oggetto della ricerca*" [ibidem]. È evidente che l'intervistatore deve fare grande attenzione alla propria tecnica di comunicazione, sia verbale (chiarezza di espressione, tono di voce, atteggiamento neutrale nei confronti delle affermazioni dell'intervistato...) sia non verbale (abbigliamento, postura, linguaggio corporeo...).

Il colloquio diretto con le persone intervistate fa sorgere nuove idee e nuove domande, le loro affermazioni mettono in gioco nuovi aspetti del problema che *a priori* non era stato possibile considerare. La tendenza a divagare e ad allontanarsi troppo dai temi centrali del colloquio è stata a volte controllata da chi conduceva l'intervista, mentre in altri casi le "divagazioni" sono state ben accette perché fornivano indicazioni interessanti in merito alle condizioni sociali e culturali dei Paesi a cui i soggetti si



riferivano e permettevano una comprensione più profonda di un certo gruppo nazionale.

In generale, rispetto ai questionari, le interviste presentano una serie di vantaggi [Bailey, 1996]:

1. la *flessibilità* nelle domande, che possono essere leggermente diverse a seconda dell'andamento della singola intervista, consentendo maggiori spiegazioni e specifiche laddove necessario;
2. il *tasso di risposta*, nel senso che in generale l'intervista tende ad avere un tasso di risposta più alto rispetto a un questionario da compilare da parte del soggetto (il che richiede più energia e una maggiore padronanza della lingua scritta);
3. il *comportamento non verbale*, il linguaggio corporeo, le esitazioni e i tentennamenti, le reazioni spontanee e immediate alle domande, tutti elementi che, sebbene non formalizzabili facilmente, possono fornire indicazioni importanti per la conduzione del seguito dell'intervista e per la comprensione dell'atteggiamento del soggetto;
4. il *controllo sull'ambiente*, ovvero la possibilità di verificare che l'intervista sia condotta in privato, che non ci sia rumore e così via, e che le risposte provengano effettivamente solo dall'interessato;
5. la *spontaneità* della risposta;
6. la *completezza*, cioè la possibilità di controllare che si risponda a tutte le domande;
7. la *maggiore complessità del questionario*. In un'indagine mediante intervista può essere utilizzato un questionario più complesso.

Esiste peraltro anche una serie di svantaggi che caratterizzano le interviste rispetto ai questionari [*ibidem*]:

- i *tempi* piuttosto lunghi, sia per individuare i soggetti da intervistare e fissare gli appuntamenti, sia per svolgere le interviste (contando anche i tempi per gli spostamenti);



- *l'influenza dell'intervistatore*, che può fraintendere le risposte, commettere errori di trascrizione, oppure influenzare l'atteggiamento dell'intervistato, attraverso l'approccio, l'aspetto fisico, l'età e altre caratteristiche personali;
- la *minore garanzia di anonimato* rispetto al questionario: le persone possono "calibrare" le risposte, più o meno dichiaratamente, per la paura che, se il testo dell'intervista verrà riportato, esse possano venire riconosciute;
- la *formulazione meno standardizzata* delle domande, che può ridurre la possibilità di confronto tra i risultati;
- la *difficoltà* a reperire gli intervistati e a fissare un appuntamento;
- la *scomodità*, il fatto di giungere in un momento poco opportuno: è dimostrato che condizioni ambientali sfavorevoli (fretta, disagio, fame...) possono compromettere la capacità di ragionamento di una persona e l'attendibilità delle sue risposte.

Nell'Allegato al presente lavoro si riporta lo schema delle interviste svolte con i testimoni privilegiati.

#### **4.1.4. "La trappola delle comunità"**

Prima di illustrare i risultati ottenuti dalle interviste con i mediatori culturali, utili, nelle intenzioni della ricerca, a inquadrare in modo il più possibile oggettivo i gruppi nazionali presenti sul territorio torinese, è necessaria una premessa che riguarda i problemi terminologici a cui, come si è accennato alla fine del capitolo 2, si va incontro quando si affrontano i temi legati all'immigrazione.

Nel linguaggio comune, ma non solo, spesso si parla di "comunità" (comunità albanese, comunità cinese...) per indicare le persone immigrate da un dato Paese e residenti in Italia. Questa semplificazione, senz'altro comoda, in realtà implica un serie di problemi su cui dibattono gli studiosi che, a vario titolo, si occupano di migrazioni.

Pensare che esista *realmente* una "comunità" peruviana, o africana, è un errore grossolano. "Comunità" è una parola, nient'altro che un termine utilizzato per esprimere, nella massima economia lessicale, un concetto che *non* corrisponde a niente di reale. Le comunità non esistono nella realtà. Non esistono come blocchi monolitici, come raggruppamenti di persone che condividono in modo assolutamente omogeneo



credenze, abitudini, comportamenti, origini, motivi della migrazione...e questa considerazione vale per qualunque realtà nazionale, marocchina così come italiana o tedesca. *"Il vizio capitale delle categorizzazioni in termini di provenienza nazionale è (...) la tendenza ad imporre dall'esterno un'identità indifferenziata in cui gli immigrati non si riconoscono"* [Salvi, 2003].

In realtà, *"la cultura o l'etnicità dei migranti esiste soprattutto come effetto di un processo di costruzione e di etichettamento delle società di immigrazione, che trasformano i migranti in etnie, comunità o subculture nella misura in cui li vogliono identificare, stratificare e controllare"* [Dal Lago, 2004]. Ricondurre tutti gli individui provenienti da una data zona del mondo a una "comunità" significa fondamentalmente appiattare le enormi differenze individuali che rendono ogni gruppo umano variegato e differenziato; significa, in casi estremi, negare l'individuo come tale schiacciandolo sotto un'etichetta imposta dall'esterno, da una visione egocentrica della realtà che non ammette discussioni né repliche. *"Non è scritto da nessuna parte"* dice ancora Dal Lago, che i migranti *"rappresentino la loro supposta cultura di partenza nella società di destinazione"* [ibidem].

*"Quando si identificano gli altri in ragione della loro "appartenenza comunitaria", si ha in mente l'idea di una comunità globale univoca, percepita come qualcosa di omogeneo e compatto",* e una volta identificati *gli altri* su base comunitaria e assegnatili a un gruppo "etnico", quest'ultimo viene automaticamente *"collocato su una scala di gradi d'incompatibilità, di prossimità o di assimilazione con la comunità maggioritaria, quella che fissa la norma nazionale"* [Gallissot, 2001]. In altre parole il termine "comunità" da solo può nascondere tutta una serie di significati dispregiativi e discriminatori, anche se è ovvio che non venga usato sempre con questa intenzione. Un po' come avviene per il termine "etnico", oggi molto usato, che, per quanto a volte designi, in modo chiaro e non certo dispregiativo, un certo tipo di moda o un genere di musica, o di manifestazioni, può a sua volta essere usato in modo meno neutro e anzi distorto, come sostituto *politically correct* del termine "razza" ma con lo stesso significato dispregiativo [Kilani, 2001]. Ma l'etnicità è *"una categoria costruita"* [ibidem], un'etichetta fittizia, proprio come la "comunità".

Il termine "comunità" usato al plurale richiama un sistema di relazioni sociali complesse, dovute *"alla vicinanza e alla solidarietà di gruppi, alla parentela e alle condizioni di arrivo, di alloggio e di lavoro; alla lingua detta d'origine e all'inter-lingua locale; alle pratiche relative al consumo e agli scambi familiari e rituali; ai segni di*



*riconoscimento e alle forme, in particolare religiose, di affermazione collettiva*" [Gallissot, 2001]; il rischio è di cadere in una *rappresentazione* comunitaria che appiattisca, che uniformi tra loro, agli occhi degli osservatori esterni, non solo i singoli individui ma addirittura i vari gruppi nazionali; un evento che può favorire, per reazione, pericolose ideologie identitarie.

Un problema terminologico e concettuale legato alla definizione di "comunità" è quello che interessa i termini "cultura" e "identità", laddove entrambi sono usati, accompagnati da un aggettivo di provenienza geografica, come indici classificatori per indicare la presunta omogeneità di comportamenti tra alcune persone.

La cultura è anzitutto un *"oggetto intellettuale"*, *"il prodotto di una rappresentazione, che può essere quella del gruppo che si auto-descrive, quella che distingue il "noi" dal "loro", oppure quella dell'antropologo che studia un certo gruppo"* [Rivera, 2001]. Le culture non rappresentano un oggetto reale, bensì dei simboli, dei codici condivisi dagli individui che ne fanno parte: ma a questi simboli i soggetti non danno necessariamente tutti la stessa interpretazione, il che rende assurdo parlare ad esempio di una "cultura islamica" come di un blocco monolitico. *"Dietro l'apparente unicità di quel modello di riferimento si esprimono modi d'essere, estetiche della vita che, al di là di qualsiasi contenuto primordiale, partecipano in un gioco di corrispondenze formali. Dietro il referente "islamico" si profila la pluralità degli universi sociali e culturali e la discontinuità dei comportamenti e degli atteggiamenti nella vita quotidiana"* [ibidem] (e d'altronde, come suggerisce Marco Aime, se vogliamo parlare di una cultura islamica, condivisa da tutti i seguaci di Allah, proviamo a definire anche una cultura europea e dei valori europei...). Ogni individuo *"ha la propria interpretazione del codice che chiamiamo cultura"*, e se è vero che la cultura in cui è stato educato lo condiziona, è anche vero che egli a sua volta condiziona e modifica proprio questa cultura [Rivera, 2001]. Cercare una purezza originaria nelle culture sarebbe vano, proprio come era vano cercare una "razza pura" come facevano i nazisti: *"l'identità è un fatto di decisione"* [Remotti, 2001,], mentre le culture sono *"somma e sottrazione di tutti gli elementi che le hanno attraversate nel tempo"* [Aime, 2004]. Etichette come "civiltà" o "culture" falsificano, gli scambi di tecniche, pratiche, saperi, rappresentazioni, modelli concettuali, simboli e credenze che, durante la Storia, hanno fatto delle civiltà *"delle nebulose in parte coincidenti, in parte divergenti tra loro e soprattutto mutevoli"* [Dal Lago, 2004].



La spiegazione più esauriente dell'errore in cui incorre chi confonde identità e cultura è data da Mondher Kilani [2001], quando spiega: *"l'idea che l'origine e l'identità siano strettamente legate fra loro e si spieghino a vicenda è notoriamente una credenza fortemente radicata nel senso comune. Questa idea riduce abusivamente l'identità dell'individuo alla sua presunta origine etnica, presupponendo che essa si costruisca essenzialmente attraverso l'appartenenza a un gruppo etnico: in realtà, l'identità non può che essere plurale e non può che costruirsi attraverso una molteplicità di legami con identità collettive quali la classe sociale, il sesso, la confessione religiosa, la cultura, la classe d'età, e così via"*.

Eppure la "maschera dell'identità" [Remotti, 2001] finisce con l'aderire intimamente all'individuo, tanto che strapparla risulta difficile. Questo avviene perché *"sotto' non vi sono né un "Io" né un "noi" più autentici e consistenti"*. I migranti *"costituiscono e vivono la propria identità collettiva in rapporto alla loro percezione dell'identità e della cultura italiana, della situazione sociale e del loro ruolo al suo interno, confrontandosi sempre con gli stereotipi e le categorizzazioni che la società dominante dà di loro. La percezione identitaria è il frutto di un continuo orientamento per contrasto"* [Bagnasco, 1999], che a volte si esplicita nella sottolineatura forzata delle differenze da parte dei migranti stessi: come nel caso, citato da Eleonora Salvi [2003], del gruppo di peruviani da lei studiato a Torino, i quali a seconda della situazione e degli interlocutori si definiscono "immigrati", "sudamericani", "peruviani", o addirittura indicano la zona del Perù da cui provengono e persino la famiglia di appartenenza.

Un'ulteriore colpo all'idea delle "culture" come categorie pure viene dalla nascita in Europa di quelle che Annamaria Rivera [2001] chiama "culture di diaspora", come la cultura maghrebina in Francia o quella *black* in Gran Bretagna. Sono culture "terze", differenti sia dalle culture di origine sia da quella maggioritaria della società di residenza. *"Esse sono invenzioni, meticce e sincretiche"*, fondate su *"reinterpretazioni incrociate di forme culturali di diversa origine"* [Giraud, 1995]; rappresentano forme di resistenza attuate in maniera difensiva da parte di gruppi sociali dominati e/o esclusi [Rivera, 2001]. Grazie alla *"deterritorializzazione"* e alla sempre maggiore circolazione di informazioni, le comunità locali si appropriano di immagini e simboli sempre più complessi e mischiati, dando luogo a un meticcio culturale in ragione del quale diventano discutibili sia il rapporto tra un territorio e una cultura, sia quello tra un popolo e una cultura [Aime, 2004].



Etichettare soggetti e gruppi di individui in base alla provenienza geografica insomma sarebbe profondamente errato, e falserebbe i risultati di qualsiasi indagine. Pensare che le persone siano "monoliti inscalfibili" sarebbe assolutamente sbagliato, visto che la realtà dei fatti (e non solo dei più recenti) dimostra che siamo degli "*abilissimi camaleonti culturali*" [Aime, 2004].

Resta a questo punto il problema di come definire i gruppi nazionali in cui, per esigenze pratiche, è stato necessario suddividere la popolazione straniera residente a Torino nell'ambito della presente ricerca.

Visto quanto è stato esposto finora, è evidente che nelle pagine seguenti si cercherà di evitare il termine "comunità", per non suscitare dubbi o fraintendimenti; laddove, per necessità stilistiche, si ritenga opportuno utilizzare tale termine, resta inteso che il significato ad esso attribuito *non è* spregiativo né tanto meno "omogeneizzante", nel senso che non si intende spiegare i comportamenti degli individui sulla base della loro provenienza geografica.



## 4.2. L'INDAGINE QUANTITATIVA

Obiettivo fondamentale dell'indagine quantitativa è stata l'individuazione di parametri che possano essere considerati influenti rispetto ai consumi culturali della popolazione immigrata.

Per ottenere tali informazioni si è scelto di utilizzare nuovamente delle interviste, anziché dei questionari; si è proceduto alla loro somministrazione ad un campione di indagine relativamente ridotto, ed i risultati delle interviste sono stati codificati e inseriti in tabelle, al fine di poterli trattare come dati statistici rilevando relazioni di vario genere tra le variabili considerate.

Avendo scelto il metodo delle interviste per la raccolta dei dati, è stato tuttavia possibile rielaborare i dati anche sotto forma discorsiva, come in un'indagine qualitativa, per ottenere un panorama più ampio e meno rigido dei fenomeni indagati.

### ***4.2.1. Definizione dell'oggetto e degli obiettivi della ricerca***

Gli obiettivi della ricerca quantitativa possono essere ricondotti a quattro punti fondamentali:

- quali siano le caratteristiche della domanda museale della popolazione immigrata;
- quale sia la percezione dell'offerta museale torinese e quali siano i fattori che allontanano o inibiscono il consumo culturale;
- quali possono essere i fattori che allontanano dai musei o inibiscono il consumo culturale;
- quale sia l'esposizione ai media di questa particolare fascia della popolazione;
- quali siano le caratteristiche dei giovani di origine straniera in termini di consumi culturali e se vi siano più somiglianze con il gruppo nazionale di appartenenza o con i coetanei italiani;
- se gli stranieri possano essere considerati, nelle loro pratiche di consumo ricreativo e culturale, una "categoria monodimensionale" o se vi siano caratteristiche diverse nella pratica culturale.

Un aspetto da verificare è l'incidenza sul consumo culturale di variabili che risultano influenti nel caso della popolazione italiana: ad esempio l'età, il livello di istruzione e



l'attività professionale svolta. A queste si aggiungono poi alcune caratteristiche che verosimilmente potrebbero influenzare il comportamento della popolazione di riferimento: ad esempio l'anzianità di soggiorno in Italia, l'attività professionale svolta in patria (ed eventualmente la differenza, in positivo o in negativo, rispetto all'attuale occupazione), il numero totale dei componenti del nucleo familiare. Infine è opportuno riflettere sull'influenza della provenienza geografica rispetto alle scelte per il tempo libero e per la cultura.

#### ***4.2.2. Definizione del campione d'indagine***

Per ovvie ragioni pratiche non sarebbe stato possibile condurre l'indagine sull'intera popolazione straniera residente a Torino, per cui si è proceduto ad un campionamento della popolazione, ovvero alla scelta di un gruppo limitato di soggetti per ogni gruppo nazionale considerato significativo: come nel caso dei mediatori culturali per la ricerca qualitativa, anche per l'analisi quantitativa sono stati contattati individui provenienti da Romania, Marocco, Albania, Cina, Perù e Africa subsahariana, cioè le sei aree geografico – culturali da cui proviene la maggioranza degli stranieri residenti a Torino. Il campione scelto è composto complessivamente da settanta soggetti, un numero relativamente modesto ma sufficiente ad impostare un'analisi secondo i criteri della ricerca sociologica; l'entità limitata delle interviste va spiegata alla luce di due problemi riscontrati durante il lavoro:

- la difficoltà a reperire i soggetti e a vincerne alcune resistenze psicologiche, quali senso di diffidenza, stanchezza per essere oggetto, direttamente o come "gruppo", di continui studi, eventuali problemi linguistici, semplice mancanza di voglia di rispondere alle domande;
- i tempi, talvolta molto lunghi, necessari per svolgere tutte le operazioni connesse alla realizzazione di un'intervista: contatto telefonico/telematico, spiegazione del tema della ricerca, rassicurazioni in merito all'assoluto anonimato e alle finalità puramente didattiche, definizione di un appuntamento, eventuali cambi di orario o data, svolgimento del colloquio.

Le dimensioni limitate del campione lo rendono in parte distorto rispetto alla realtà, ma non impediscono di impostare dei ragionamenti di tipo statistico sui risultati e, soprattutto, consentono comunque di dare una prima risposta agli interrogativi alla



base della ricerca, fornendo alcune indicazioni riguardo alle abitudini di consumo culturale della popolazione straniera.

Nella composizione del campione, per quanto in parte "viziato", è stato rispettato il principio teorico che sta alla base delle procedure di campionamento, ovvero il *principio di rappresentatività*: tale requisito "*può considerarsi tanto più soddisfatto quanto più il campione presenta una composizione simile a quella della popolazione di riferimento*" [De Rose, 2004]. Per costruire il campione della ricerca sono stati considerati fondamentali due criteri: la provenienza geografica e l'età dei soggetti.

Il campione è stato creato rispettando le reali proporzioni esistenti tra i vari gruppi nazionali, per cui si è scelto di contattare un numero maggiore di persone di nazionalità rumena, un numero leggermente inferiore di persone provenienti dal Marocco, e così via in ordine decrescente fino all'Africa subsahariana, che conta il minor numero di presenze a Torino e di conseguenza il minor numero di interviste nella presente indagine.

Per quanto riguarda l'età della popolazione costituente il campione, poiché la piramide delle età nella popolazione straniera non segue lo stesso andamento che segue nella popolazione italiana, ma presenta dei picchi in determinate fasce di età, per ogni gruppo nazionale è stato intervistato un certo numero di persone per ogni intervallo di età considerato significativo. I dati numerici a cui si è fatto riferimento sono quelli delle Anagrafi comunali al 31 dicembre 2003 [Omedè, Procopio, 2004]; nelle tabelle che seguono vengono riassunte sia la distribuzione per fasce d'età dei vari gruppi nazionali, in valori assoluti e in percentuale sul totale della popolazione straniera, sia il numero di interviste da realizzare, determinato di conseguenza.



Paese	Presenze totali a Torino	Peso sul totale degli immigrati	Numero di interviste da realizzare
Romania	14495	33,8%	24
Maghreb	13683	31,9%	22
Perù	4574	10,7%	7
Albania	3616	8,4%	6
Cina	2828	6,6%	5
Africa subsahariana	3663	8,5%	6
<b>totale</b>	<b>42859</b>	<b>100%</b>	<b>70</b>

Numero di interviste da realizzare per ogni gruppo nazionale, determinato in base al "peso" numerico di ogni gruppo rispetto al totale degli immigrati presenti a Torino [rielaborazione dati da Omedè, Procopio, 2004].

*Nota:* per "Maghreb" si intendono Marocco, Tunisia e Algeria, Paesi effettivamente appartenenti al Maghreb e da cui provengono gli intervistati, mentre ne è escluso l'Egitto; per "Africa subsahariana" si intendono invece soltanto Senegal, Nigeria, Costa d'Avorio, Repubblica Democratica del Congo: i primi due sono i Paesi da cui proviene la maggioranza degli immigrati africani, gli altri sono altri Paesi da cui provengono le persone che è stato possibile intervistare.

età	Romania		Maghreb		Perù	
<19	2028	14%	3356	24,5%	922	20%
20-39	9594	66%	7052	51,5%	2260	49%
40-49	2328	16%	2334	17%	898	20%
>50	545	4%	941	7%	494	11%
<b>totale</b>	<b>14495</b>	<b>100%</b>	<b>13683</b>	<b>100%</b>	<b>4574</b>	<b>100%</b>

età	Albania		Cina		Africa S	
<19	880	24%	916	32%	627	17%
20-39	2028	56%	1302	46%	2160	59%
40-49	421	12%	414	15%	754	21%
>50	287	8%	194	7%	122	3%
<b>totale</b>	<b>3616</b>	<b>100%</b>	<b>2826</b>	<b>100%</b>	<b>3663</b>	<b>100%</b>

Distribuzione della popolazione dei vari gruppi nazionali in base alle fasce d'età. Per ogni Paese di provenienza vengono indicati il valore assoluto e la percentuale sul totale della popolazione di quella nazionalità [rielaborazione dati da Omedè, Procopio, 2004]



<i>Età</i>	<b>&lt;19</b>	<b>20-39</b>	<b>40-49</b>	<b>&gt;50</b>	<i>totale</i>
<b>Romania</b>	14%	66%	16%	4%	100%
<b>Marocco</b>	25%	51%	17%	7%	100%
<b>Perù</b>	20%	49%	20%	11%	100%
<b>Albania</b>	24%	56%	12%	8%	100%
<b>Cina</b>	32%	46%	15%	7%	100%
<b>Africa subsahariana</b>	17%	59%	21%	3%	100%

*Dettaglio della distribuzione della popolazione straniera residente a Torino per fascia d'età, in percentuale [da Omedè, Procopio, 2004]*

<i>Età</i>	<b>&lt;19</b>	<b>20-39</b>	<b>40-49</b>	<b>&gt;50</b>	<i>totale</i>
<b>Romania</b>	3	16	4	1	<b>24</b>
<b>Marocco</b>	5	11	4	2	<b>22</b>
<b>Perù</b>	1	4	1	1	<b>7</b>
<b>Albania</b>	1	4	1	0	<b>6</b>
<b>Cina</b>	2	2	1	0	<b>5</b>
<b>Africa subsahariana</b>	1	4	1	0	<b>6</b>
<i>totale</i>	<i>13</i>	<i>41</i>	<i>12</i>	<i>4</i>	<b>70</b>

*Numero di interviste da realizzare per ogni gruppo nazionale secondo la fascia d'età*



I soggetti da intervistare sono stati reperiti essenzialmente attraverso tre canali:

- conoscenza diretta del soggetto
- contatto tramite osservatori privilegiati
- contatto tramite associazioni.

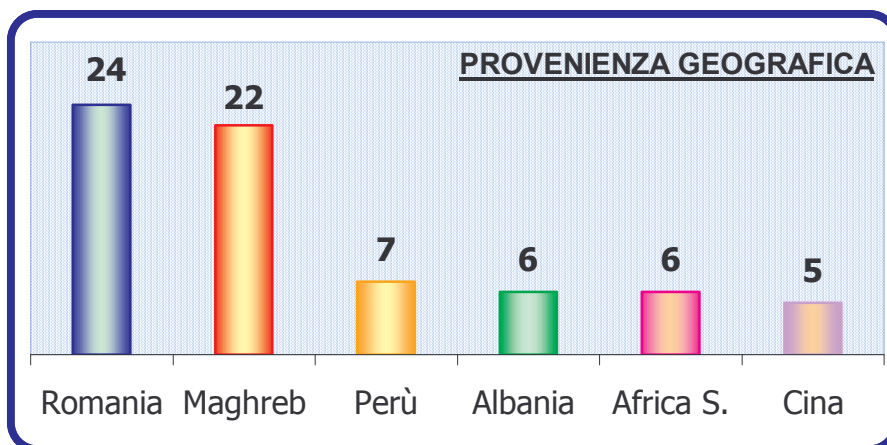
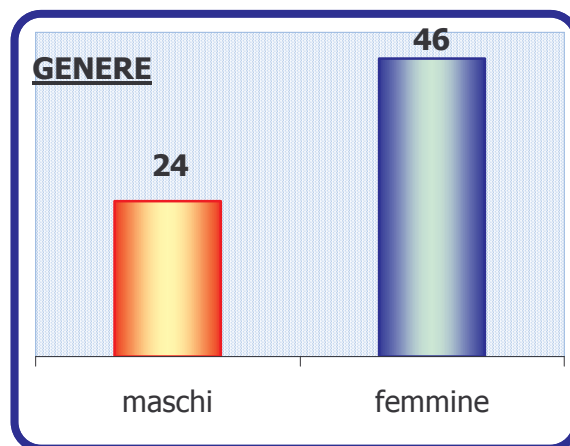
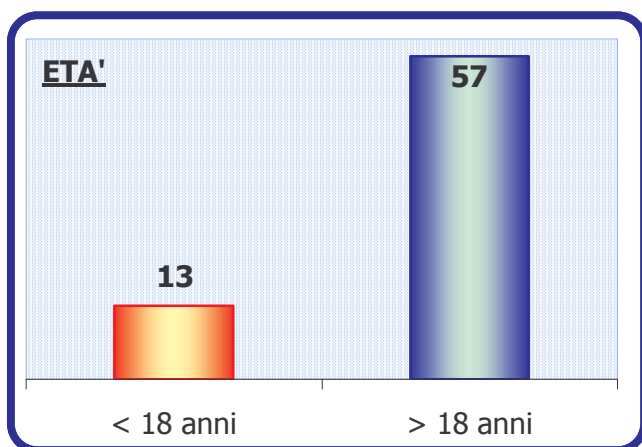
Nel primo caso si tratta di persone che chi ha condotto la ricerca conosceva personalmente da prima di iniziare l'indagine; in questa situazione il contatto è stato piuttosto semplice, anche perché non esistevano grosse barriere psicologiche, non è stato necessario vincere nessun tipo di diffidenza, il grado di fiducia tra intervistatore e intervistato era medio – alto per cui anche le spiegazioni inerenti al tipo di ricerca e alle sue finalità sono state minime.

Dagli osservatori privilegiati è stato possibile ottenere diversi contatti, sotto forma di numeri telefonici o indirizzi e-mail: questo ha permesso da un lato di risparmiare il tempo necessario al reperimento dei nuovi contatti, dall'altro ha garantito una certa collaborazione da parte dei soggetti da intervistare proprio in virtù delle conoscenze in comune, elemento che ha sensibilmente diminuito il grado di diffidenza.

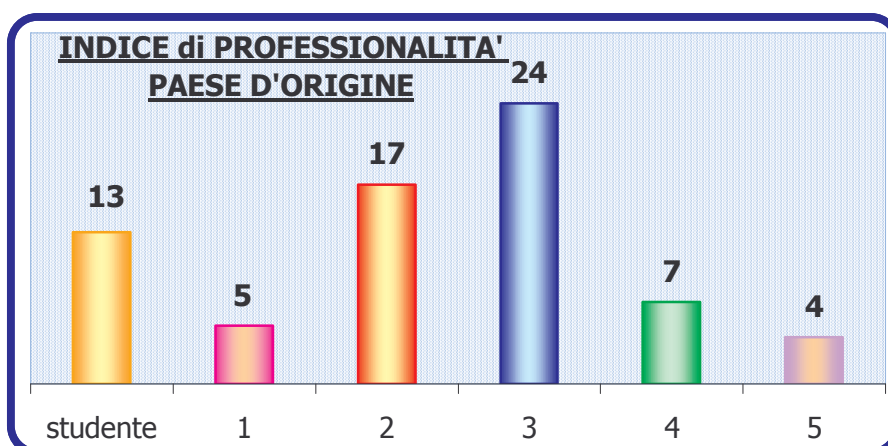
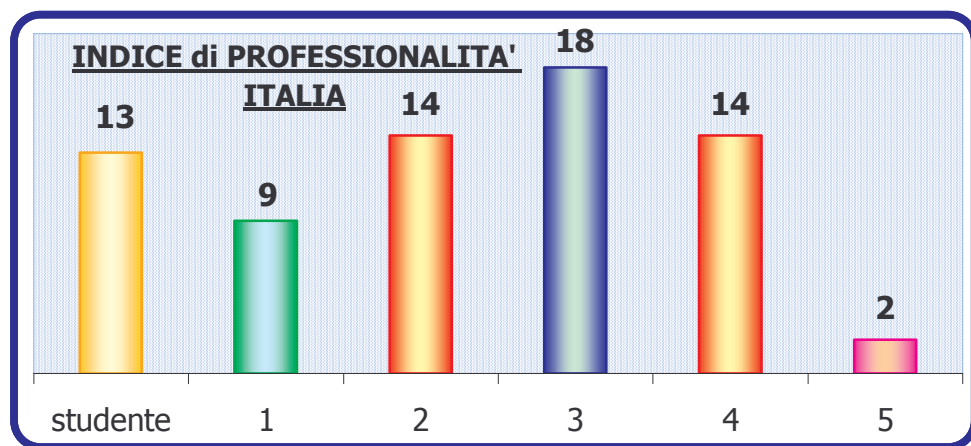
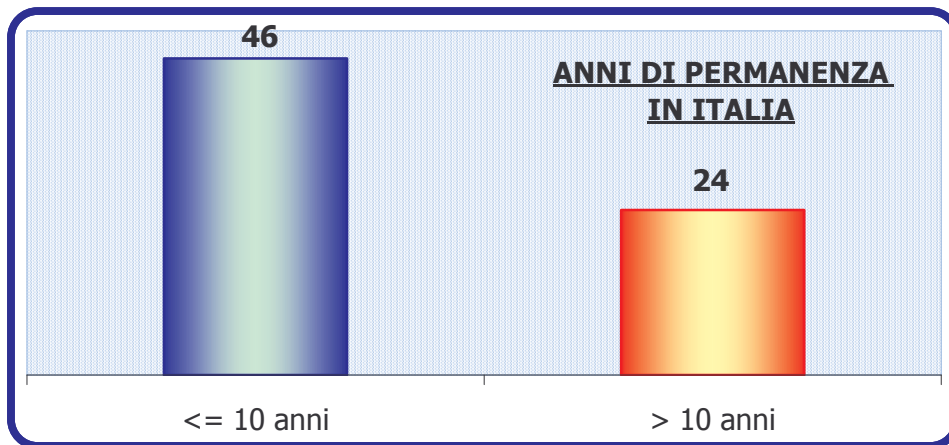
Infine è stato necessario contattare persone assolutamente sconosciute, per raggiungere la quota di interviste prefissate: in tal caso ci si è rivolti ad associazioni quali ad esempio Alouan, dove è stato possibile incontrare persone che si sono rese disponibili, a volte anche nell'immediato, a rispondere alle domande; altra fonte indiretta di contatti sono state alcune cooperative di servizi.

Va sottolineato che i soggetti considerati non sono stati scelti per la loro identità personale: "Essi sono scelti, e di loro si parla, in quanto componenti della società identificati sulla base dei loro caratteri anagrafici, della condizione socioprofessionale o del livello d'istruzione, del ruolo che rivestono, del credo religioso che professano, dell'appartenenza a un gruppo, una generazione, una classe sociale, una comunità" [De Rose, 2004] ma vengono pur sempre considerati in modo sostanzialmente anonimo.

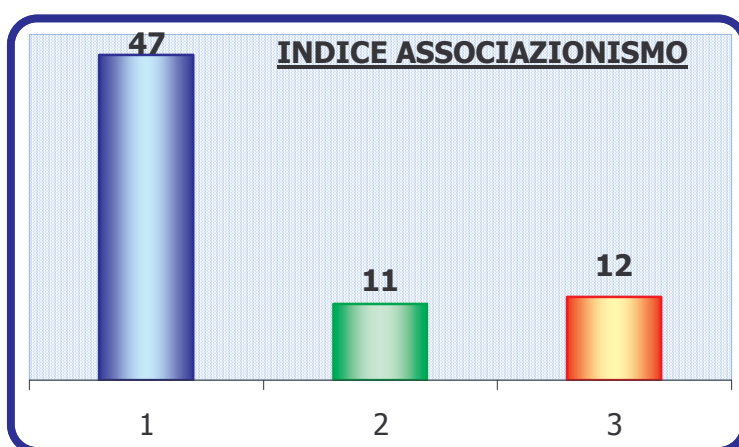
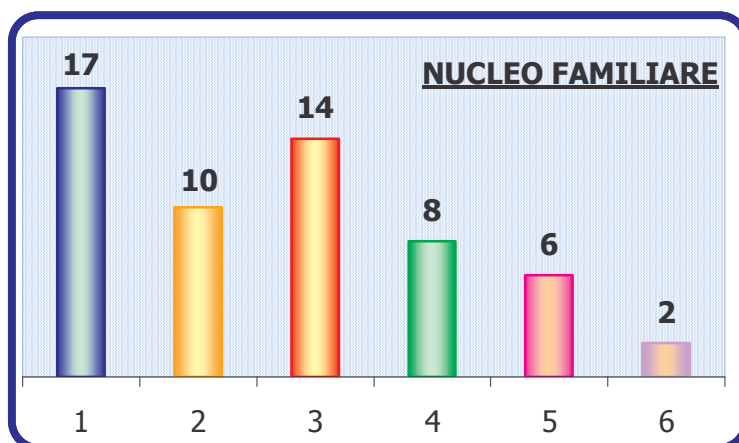
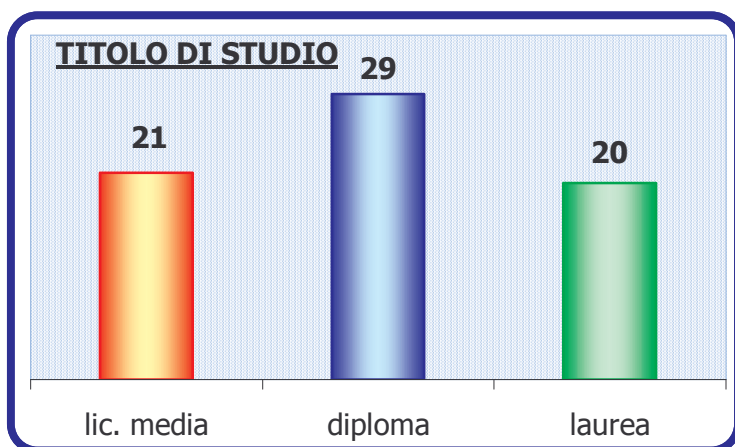
Nelle pagine che seguono la composizione del campione di indagine viene esplicitata tramite istogrammi.



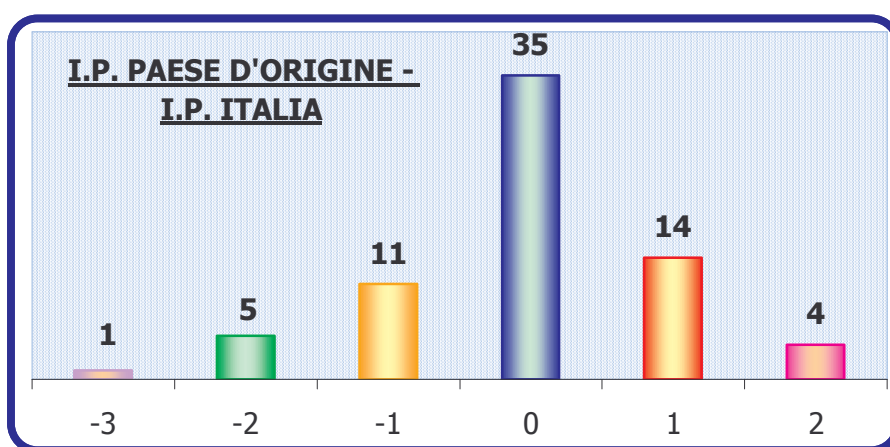
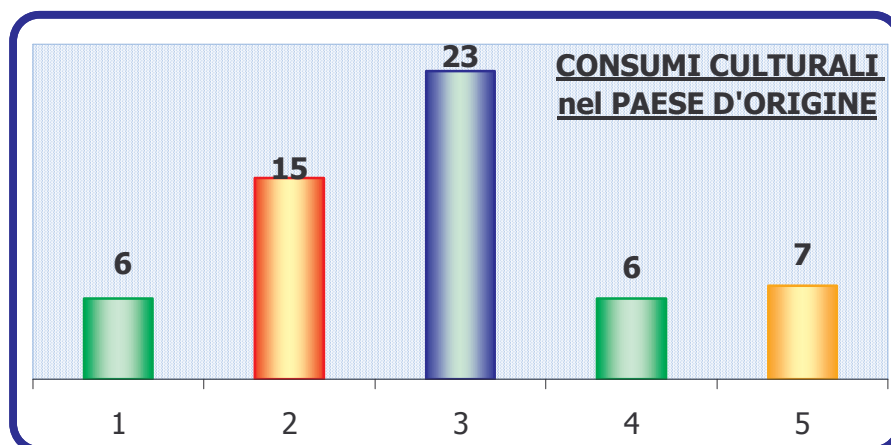
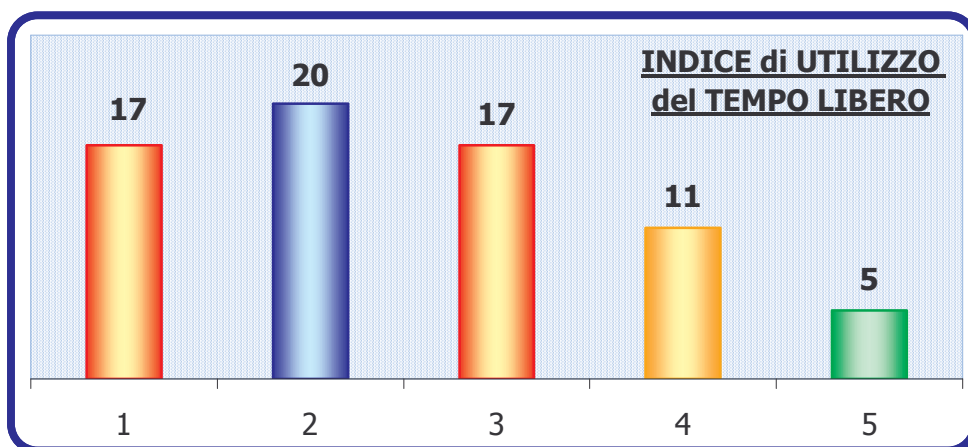
*Composizione del campione*



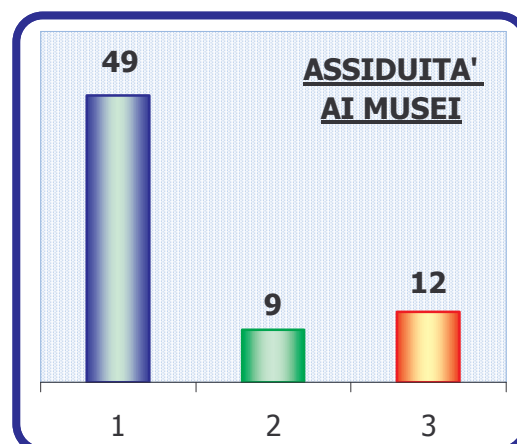
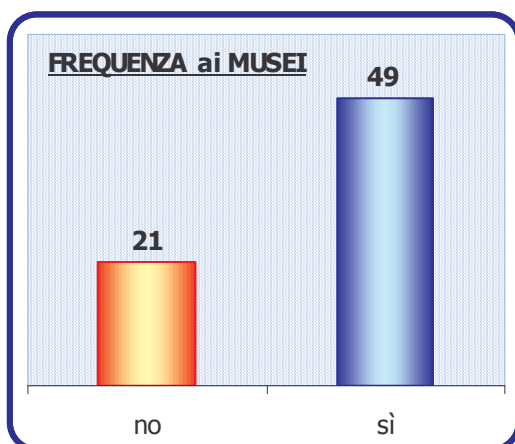
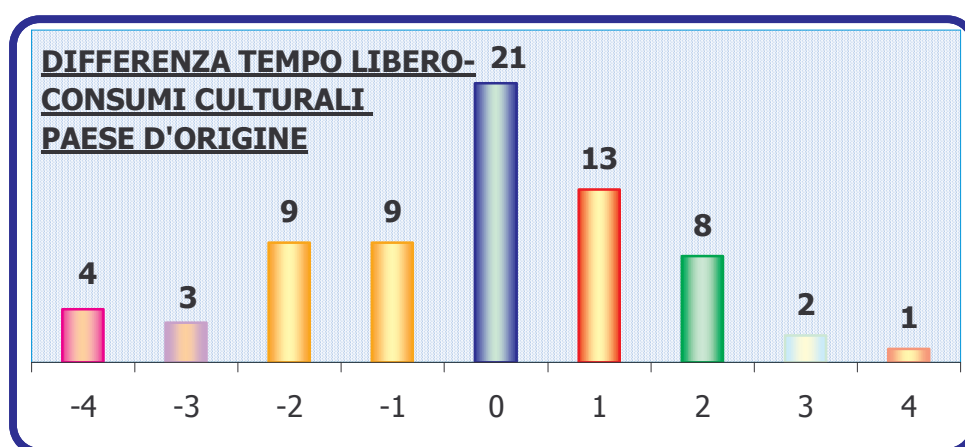
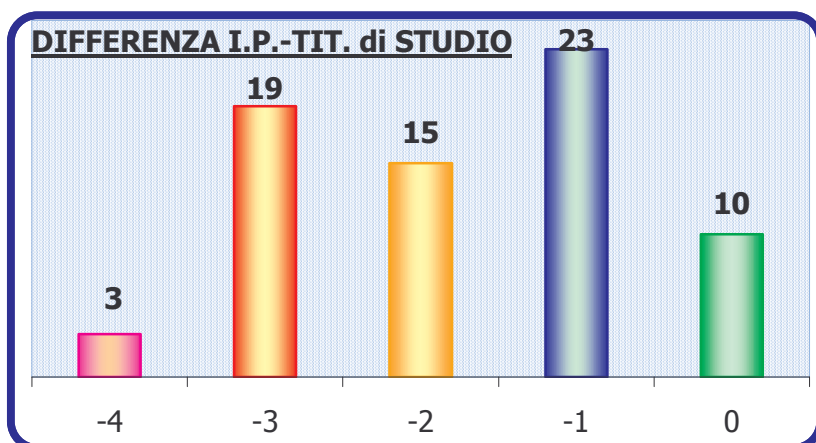
*Composizione del campione*



*Composizione del campione*



*Composizione del campione*



*Composizione del campione*



### **4.2.3. La fase di rilevazione**

Le interviste sono state svolte nel periodo compreso tra marzo e settembre 2005, un periodo piuttosto lungo per via dei problemi di tempo a cui si è fatto cenno in precedenza.

Nella stesura delle domande si è tenuto conto della differenza sostanziale tra “prime” e “seconde generazioni”, o meglio tra gli adulti, che hanno lasciato il proprio Paese d’origine volutamente, con un progetto di vita preciso, e i giovani, nati qui o comunque inseriti in un percorso formativo che si svolge interamente o in buona parte in Italia. Le differenze tra i due gruppi riguardano tre aspetti fondamentali:

- il passato, ovvero il fatto che gli adulti hanno un vissuto trascorso in un altro Paese, hanno acquisito delle abitudini culturali che possono avere subito delle modifiche nel passaggio da una società all’altra;
- il presente, cioè il fatto che gli adulti sono inseriti nel mondo del lavoro, quindi svolgono una professione che è confrontabile con quella, non sempre simile, che svolgevano in patria; inoltre, per via dell’età e del reddito, hanno presumibilmente una maggiore libertà di scelta nei consumi ricreativi e culturali;
- i giovani svolgono il loro percorso formativo del tutto, o in buona parte, in Italia: visto il ruolo fondamentale della scuola nella socializzazione e nell’inserimento nella società, è presumibile che i comportamenti e le tendenze di consumo dei giovani di origine straniera seguano strade simili ai coetanei italiani, e differenti rispetto ai connazionali adulti.

In seguito a queste considerazioni generali, le interviste rivolte all’uno o all’altro gruppo riportano alcune differenze.

Agli adulti vengono rivolte in particolare domande inerenti a:

- dati socioanagrafici e composizione del nucleo familiare
- modalità della migrazione
- percorso formativo personale (titoli di studio)
- rapporto con la comunità (di appartenenza e italiana)
- utilizzo del tempo libero
- consumi culturali
- consumi museali.



Ai giovani vengono rivolte domande che riguardano:

- dati socioanagrafici e composizione del nucleo familiare
- rapporto con la comunità (di appartenenza e italiana)
- utilizzo del tempo libero e consumi culturali
- consumi museali.

Occorre dire che inizialmente si pensava di intervistare quelli che vengono definiti "immigrati di seconda generazione", ovvero giovani nati in Italia da genitori immigrati; un aspetto che emerso durante la fase pratica del lavoro è che per alcune aree geografiche non si può ancora parlare di seconde generazioni, perché le migrazioni da certe zone sono un fenomeno ancora troppo recente perché si incontrino adolescenti nati in Italia o immigrati da piccoli e cresciuti qui. È il caso ad esempio degli immigrati dall'Europa dell'Est, Romania e Moldavia in particolare, che sono il gruppo numericamente più consistente ma il cui arrivo massiccio è da collocarsi negli ultimi anni. Così per alcuni Paesi è stato possibile raccogliere interviste solo con ragazzi arrivati in Italia da pochi mesi o pochi anni. D'altra parte, anche per i Paesi da cui le migrazioni sono più consolidate, come per esempio il Marocco, i giovani nati in Italia sono generalmente ancora piccoli per essere inclusi nella rilevazione utile al presente lavoro, mentre sono stati contattati diversi ragazzi e ragazze nate all'estero ma interamente scolarizzati in Italia.

A proposito delle seconde generazioni poi si è rilevata una caratteristica particolare: si tratta di un segmento della popolazione immigrata su cui si è concentrata, negli ultimi tempi, una grande quantità di studi e ricerche, volte in primo luogo a definire i problemi identitari dei giovani che vivono "a cavallo fra due culture"; questo riguarda soprattutto i giovani provenienti dai Paesi arabi. Esiste in casi del genere il rischio, descritto da Bailey [1996], che un'eccessiva "curiosità" nei confronti di un certo gruppo di persone ne scateni, giustamente, una reazione irritata ed eventualmente di chiusura. Fortunatamente in questo caso la vicinanza in termini di età tra gli intervistati e chi conduceva le interviste ha permesso di abbattere le barriere psicologiche che altrimenti avrebbero potuto crearsi, oltre a permettere di affrontare apertamente proprio il discorso della troppa insistenza sul "problema" delle seconde generazioni.

Nell'Allegato al presente lavoro si riportano gli schemi dei questionari somministrati agli "adulti" e ai "giovani".