



### Alberi di classificazione

Il passo successivo alla rappresentazione grafica delle frequenze relative condizionate è stata l'elaborazione degli alberi di classificazione, realizzati tramite il software Splus.

Occorre tener presente che gli alberi di classificazione si prestano a due tipi di lettura. Anzitutto essi possono essere considerati da un punto di vista descrittivo, per cui osservando i vari rami dell'albero si individuano i parametri che incidono, in questo caso, sulla frequenza ai musei torinesi da parte del campione di soggetti intervistati. È anche possibile individuare a colpo d'occhio l'importanza relativa di ciascun parametro, basandosi sulla lunghezza delle linee verticali che collegano un ramo ai successivi: maggiore è la lunghezza delle linee, maggiore sarà l'importanza del parametro considerato.

Gli alberi di classificazione possono poi essere considerati come strumenti predittivi, ovvero ci si può basare su di essi per fare delle previsioni. I numeri riportati fra parentesi tonde accanto a ciascun parametro considerato, nella parte precedente lo schema grafico, indicano infatti la percentuale di probabilità che i soggetti che si trovano in una certa condizione diano una risposta piuttosto che un'altra. L'asterisco al fondo della riga indica che quello è un ramo terminale dello schema.

La precisione degli alberi di classificazione come strumenti predittivi non è assoluta, tanto che tra i dati numerici riportati all'inizio di ogni schema rientra anche l'errore di classificazione, valutato in percentuale e in valore assoluto rispetto al totale dei soggetti che compongono il campione; negli schemi che seguono il tasso di errore va dal 15 al 24% circa, cioè da 11 a 17 soggetti su 70 totali, per cui, considerando le dimensioni modeste del campione e la sede in cui si svolge la previsione, si può considerare un metodo sufficientemente accurato per ipotizzare alcune previsioni.



Gli alberi di classificazione riportati nelle pagine seguenti si riferiscono alla frequenza e all'assiduità ai musei torinesi. In particolare:

l'albero 1 riguarda la frequenza ai musei torinesi ed è stato costruito tenendo conto di tutte le variabili considerate durante l'indagine;

l'albero 2 riguarda la frequenza ai musei torinesi ed è stato costruito escludendo l'Indice di Utilizzo del Tempo Libero dall'insieme delle variabili considerate durante l'indagine;

l'albero 3 riguarda la frequenza ai musei torinesi ed è stato costruito considerando le variabili "Differenza": Differenza Tempo Libero (I. U. Tempo Libero in Italia – Consumi Culturali nel Paese d'origine) e Differenza Professionalità (Indice di Professionalità in Italia – I. P. nel Paese d'origine);

l'albero 4 riguarda l'assiduità ai musei ed è stato costruito tenendo conto di tutte le variabili considerate durante l'indagine;

l'albero 5 riguarda l'assiduità ai musei torinesi ed è stato costruito escludendo l'Indice di Utilizzo del Tempo Libero dall'insieme delle variabili considerate durante l'indagine;

l'albero 6 riguarda l'assiduità ai musei torinesi ed è stato costruito considerando le variabili "Differenza", come l'albero 3.



### Albero di classificazione 1 – FREQUENZA – utilizzo di tutte le variabili

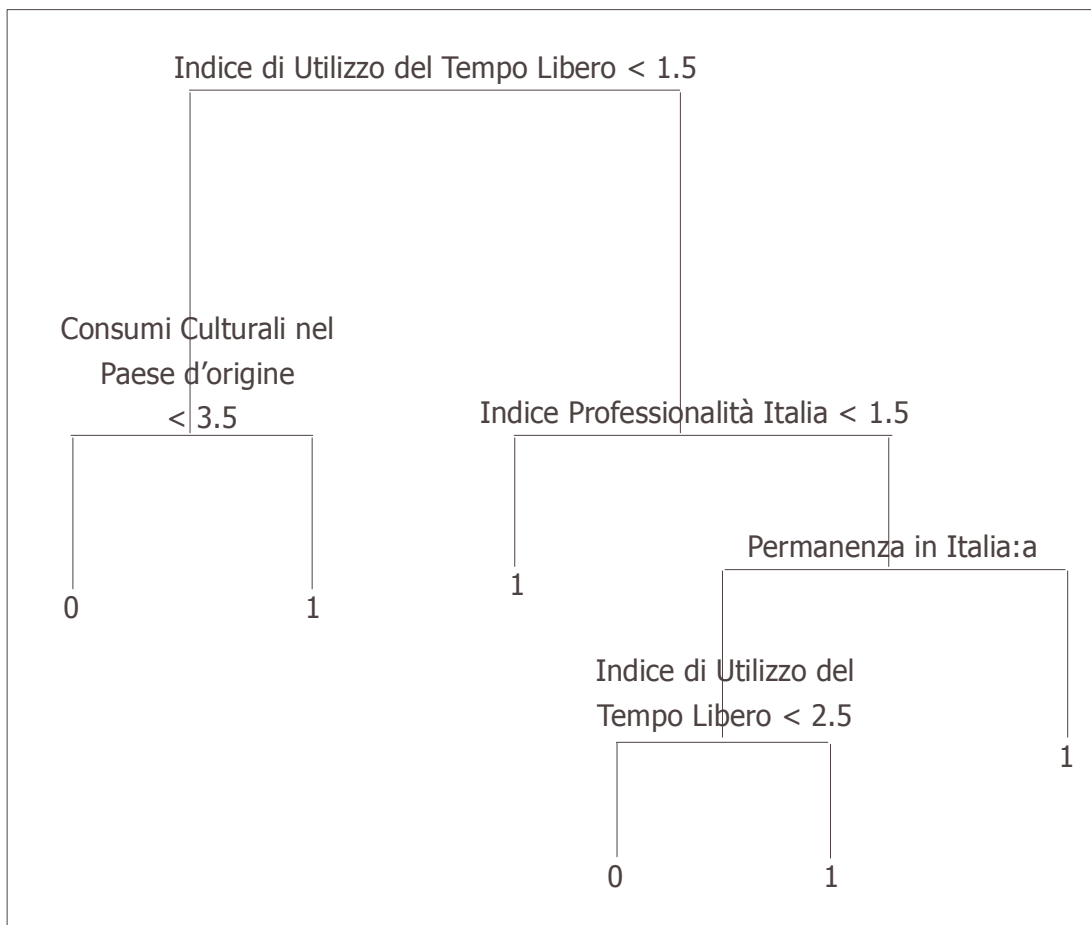
Classification tree:

Number of terminal nodes: 6

Residual mean deviance: 0.7446 = 47.65 / 64

Misclassification error rate: 0.1571 = 11 / 70

1) root	70	1 ( 0.30000 0.70000 )
2) Tempo.Libero<1.5	17	0 ( 0.70590 0.29410 )
4) Consumi.culturali<3.5	11	0 ( 0.90910 0.09091 ) *
5) Consumi.culturali>3.5	6	1 ( 0.33330 0.66670 ) *
3) Tempo.Libero>1.5	53	1 ( 0.16980 0.83020 )
6) Professionalita.Italia<1.5	13	1 ( 0.00000 1.00000 ) *
7) Professionalita.Italia>1.5	40	1 ( 0.22500 0.77500 )
14) Permanenza:0	22	1 ( 0.36360 0.63640 )
28) Tempo.Libero<2.5	11	0 ( 0.54550 0.45450 ) *
29) Tempo.Libero>2.5	11	1 ( 0.18180 0.81820 ) *
15) Permanenza:1	18	1 ( 0.05556 0.94444 ) *





Secondo questo schema, la variabile che maggiormente influenza la frequenza ai musei è quella che durante la ricerca è stata definita "Indice di Utilizzo del Tempo Libero", ovvero il contenuto culturale delle attività scelte dal soggetto per occupare il proprio tempo libero (si rimanda ai paragrafi precedenti per i criteri di attribuzione dei punteggi).

Dall'albero di classificazione emerge che la differenza maggiore di comportamento si osserva tra i soggetti intervistati che nel loro tempo libero si dedicano solo ad occupazioni che non hanno a che vedere con la cultura (p. es. guardare la televisione), quindi hanno Indice di Utilizzo del Tempo Libero = 1, e coloro i quali invece si dedicano ad almeno una attività "culturale" (p. es. la lettura, o il cinema).

Tra coloro i quali non si dedicano ad attività di tipo culturale, che sono in tutto 17 soggetti, prevale il valore 0 per quanto riguarda la frequenza ai musei. Tra questi 17 soggetti, sono soprattutto gli 11 che anche in patria avevano consumi culturali nulli o scarsi (valore < 3.5, cioè da 1 a 3) che registrano  $f=0$ , mentre gli altri 6 hanno compiuto almeno una visita.

Coloro i quali hanno I. U. Tempo Libero > 1.5, cioè da 2 in su, che sono 53 soggetti, hanno  $f=1$ ; l'Indice di Professionalità incide sulla probabilità che tali soggetti frequentino i musei, nel senso che tutti gli intervistati con I.P.=1 hanno visitato almeno un museo, mentre tra i soggetti con I.P. da 2 in su, in cui comunque prevale  $f=1$ , si registrano delle differenze legate alla durata del soggiorno in Italia.

All'interno del gruppo di soggetti con I.P.>1.5, che sono 40 in tutto, tra i 22 soggetti che sono in Italia da meno di 10 anni, 11 hanno svolto almeno una visita e 11 no, mentre i 18 in Italia da oltre 10 anni hanno visitato tutti almeno un museo torinese.

A colpo d'occhio, la lunghezza delle linee verticali suggerisce che il parametro più significativo e più influente sulla frequenza ai musei sia l'Indice di Utilizzo del Tempo Libero.

Dal punto di vista predittivo, si può dire che le persone che nel loro tempo libero non si dedicano ad attività culturali, hanno il 29% di probabilità di visitare un museo, contro l'83% di chi invece si dedica ad almeno una attività culturale nel suo tempo libero.

Nel primo gruppo (consumi culturali nulli), la probabilità di visitare un museo è comunque più alta tra coloro i quali nel proprio Paese d'origine avevano consumi



culturali medio – alti, che hanno il 67% circa di probabilità di visitare un museo, contro il 9% di coloro che già in patri avevano consumi culturali nulli o scarsi.

Nel gruppo di coloro i quali si dedicano ad attività culturali nel tempo libero, sono, dato interessante, soprattutto le persone con Indice di Professionalità modesto a visitare i musei (il 100%); anche tra le persone con I.P. più elevato prevale la frequenza = 1, ma la probabilità che compiano una visita è del 77,5%. La previsione deve tenere conto anche della durata della permanenza in Italia e nuovamente dell'Indice di Utilizzo del Tempo Libero: mentre coloro che sono in Italia da almeno 10 anni hanno il 100% di probabilità di aver visitato un museo, per coloro i quali sono arrivati da meno tempo è appunto il tipo di attività scelte per il tempo libero a influenzare la probabilità di visita. Per le persone che si dedicano ad almeno un paio di attività culturali la probabilità di visitare un museo è quasi dell'82%, ma essa scende al 45% per chi non si dedica ad attività culturali o ne sceglie solo una.

L'albero di classificazione appena illustrato trova una prima giustificazione nel significato stesso del parametro "Indice di Utilizzo del Tempo Libero": esso infatti indica proprio la tendenza del soggetto a dedicarsi ad attività culturali, compresa la visita ai musei, nel tempo a sua disposizione. Non a caso ai soggetti che indicavano le visite a musei e mostre fra le attività svolte con maggiore assiduità veniva assegnato un punteggio più alto rispetto a coloro i quali indicavano altre attività (questo visto l'argomento principale della presente ricerca).

Era logico pensare quindi che il parametro "Tempo Libero" avesse un valore particolarmente importante riguardo alla probabilità che i soggetti frequentassero i musei. Tuttavia il fatto che il valore indicato come discriminante sia il valore 1.5 (cioè 1, visto che venivano assegnati come valori solo numeri interi), ovvero il valore al di sotto del quale il soggetto non si dedica ad alcuna attività culturale, sembra indicare che il basta che il soggetto si dedichi anche ad una sola attività "culturale", per esempio la lettura o il cinema, perché egli sia propenso a visitare un museo. Possono poi intervenire altre variabili ma la loro influenza, come, si è visto, indica la lunghezza dei segmenti verticali nello schema, è tutto sommato trascurabile rispetto all'importanza del primo parametro considerato.

Dati questi risultati, si è voluto provare ad escludere la variabile "Indice di Utilizzo del Tempo Libero" e a costruire un nuovo albero di classificazione che tenesse conto di tutti gli altri parametri. I risultati sono esposti nel paragrafo seguente.



## Albero di classificazione 2 – FREQUENZA – esclusione della variabile “Tempo Libero”

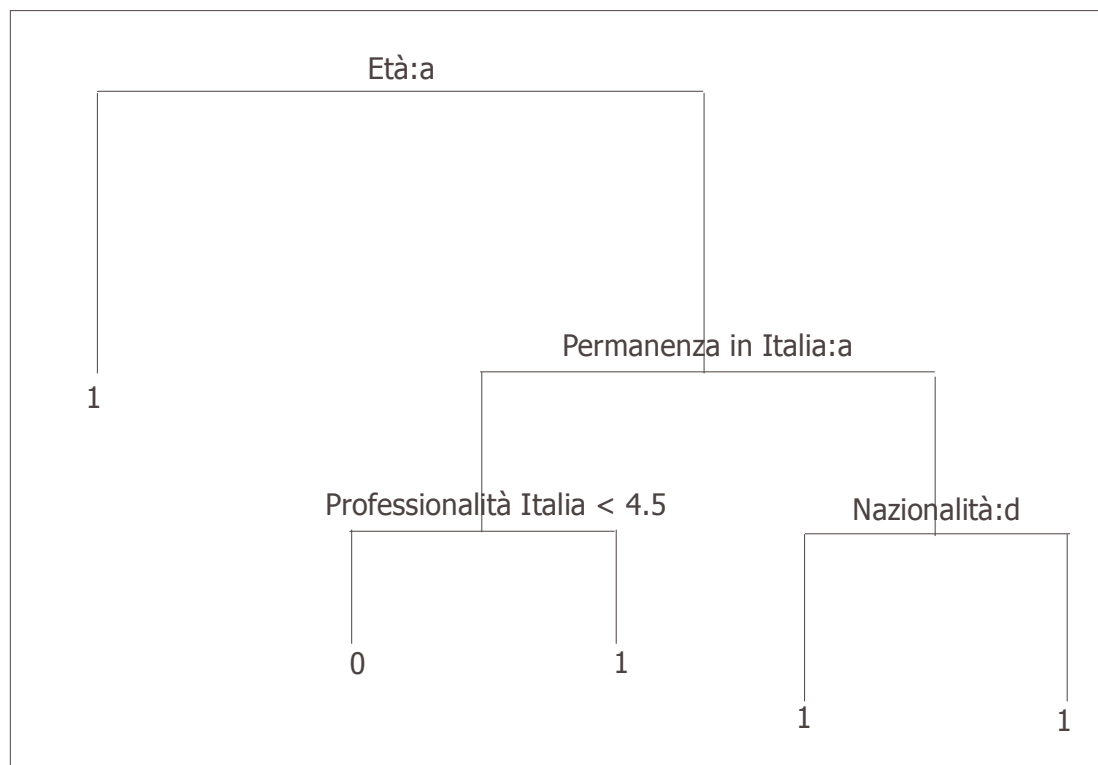
Classification tree:

Number of terminal nodes: 5

Residual mean deviance: 0.8934 = 58.07 / 65

Misclassification error rate: 0.2429 = 17 / 70

1) root	70	1 ( 0.3000 0.7000 )
2) Eta:0	13	1 ( 0.0000 1.0000 ) *
3) Eta:1	57	1 ( 0.3684 0.6316 )
6) Permanenza:0	34	0 ( 0.5000 0.5000 )
12) Professionalita.Italia<4.5	28	0 ( 0.5714 0.4286 ) *
13) Professionalita.Italia>4.5	6	1 ( 0.1667 0.8333 ) *
7) Permanenza:1	23	1 ( 0.1739 0.8261 )
14) Nazionalita:Maghreb	11	1 ( 0.3636 0.6364 ) *
15) Nazionalita: Africa subsahariana, Albania,Cina,Perù,Romania	12	1 ( 0.0000 1.0000 ) *





Se si esclude la variabile "Indice di Utilizzo del Tempo Libero", il software costruisce un nuovo albero di classificazione in cui la variabile che maggiormente influenza la frequenza ai musei torinesi è l'età del soggetto. Per quanto riguarda il campione considerato, infatti, tutti e 13 i soggetti fino a 18 anni hanno visitato almeno un museo torinese, mentre per i 57 maggiorenni, che comunque in prevalenza hanno compiuto almeno una visita, entrano in gioco altre variabili che influenzano il dato finale, prima fra tutti la durata della permanenza in Italia. Tra coloro i quali risiedono in Italia da meno di 10 anni (34 soggetti) prevalgono le risposte negative, influenzate in modo significativo dal tipo di lavoro svolto: chi svolge un'attività professionale di alto livello intellettuale o culturale (I. P. > 4.5) in generale ha compiuto almeno una visita, mentre la maggioranza del gruppo (28 soggetti), che svolge un'attività con I. P. < 4.5, in prevalenza non ha compiuto alcuna visita.

Tra le persone adulte che risiedono in Italia da oltre 10 anni (23 soggetti), non è più la professione bensì la nazionalità a influenzare la risposta: per le persone che provengono dal Maghreb prevale la frequenza ai musei rispetto alla non frequenza, mentre per le altre nazionalità la risposta  $f=1$  è *sempre* vera (questo incide a livello di probabilità, come spiegato meglio nelle prossime righe).

Anche in questo secondo schema, a colpo d'occhio si nota come sia il primo parametro, l'età del soggetto, il più significativo per l'analisi delle risposte del campione.

Dal punto di vista predittivo, in questo caso si può dire che se si parla di ragazzi stranieri che frequentano le scuole italiane si può essere certi che essi visitino almeno un museo torinese, grazie alle visite organizzate dalle scuole. Nel caso degli adulti invece, per quanto la probabilità che essi frequentino i musei sia in generale del 63%, è bene considerare anche altre variabili. La permanenza è la più importante: la probabilità che un soggetto che risieda in Italia da meno di 10 anni abbia visitato un museo è del 50%, mentre col passare del tempo la probabilità cresce all'83% circa. Tra coloro che sono in Italia da meno tempo comunque sono coloro che svolgono attività intellettuali o culturali ad avere la maggior probabilità di visitare i musei (83%), mentre coloro che svolgono attività manuali o di concetto hanno probabilità inferiori (57%).

Tra coloro che sono in Italia da più tempo, le persone che provengono dal Maghreb hanno una probabilità del 64% circa di aver svolto almeno una visita, mentre le



persone provenienti dagli altri Paesi, tra quelli considerati nell'indagine, hanno *sicuramente* svolto almeno una visita (100%).

Il risultato di questa analisi si spiega, riguardo al parametro "Età", col fatto che i soggetti minorenni intervistati siano tutti iscritti alle scuole superiori della città, le quali organizzano almeno una volta ogni anno una visita a un museo o una mostra. I ragazzi partecipano sempre a queste iniziative, almeno quelli intervistati, per cui si può spiegare facilmente quel 100% di probabilità.

Per quanto riguarda gli adulti, il fatto di essere arrivati da poco in Italia implica molto spesso che vi sia tutta una serie di problemi urgenti da risolvere, per cui diminuiscono le risorse (tempo, denaro, energie) per dedicarsi alla cultura. Il fatto che tra coloro che hanno Permanenza < 10 anni la percentuale di  $f=0$  sia comunque "solo" del 50% si spiega probabilmente col fatto che solo pochi soggetti intervistati siano in Italia da pochissimi anni, e che c'è una bella differenza, almeno nel campione considerato, tra chi è arrivato 1 anno fa e chi risiede qui da 9 – 10 anni.

L'influenza dell'attività lavorativa era piuttosto prevedibile, e il valore elevato del parametro è legato alla presenza, all'interno del campione, di alcuni artisti e di persone che si occupano di mediazione interculturale, il cui I. P. è stato posto = 5.

Meno ovvia l'importanza della provenienza geografica dei soggetti; il fatto che per le persone di origine maghrebina diminuisca la probabilità di frequentare i musei potrebbe dipendere dal fatto che si tratti più spesso che per altre nazionalità di persone con titoli di studio bassi e/o con attività lavorativa poco qualificata, quindi meno abituati/meno propensi al consumo museale. In realtà questa considerazione vale soprattutto per il campione analizzato, dove bisogna dire anche che il peso numerico del gruppo nordafricano supera abbondantemente quello di altri gruppi nazionali per i quali comunque la qualifica professionale dei soggetti è piuttosto bassa (per esempio la Cina).



**Albero di classificazione 3 – FREQUENZA – utilizzo delle variabili “Differenza”**

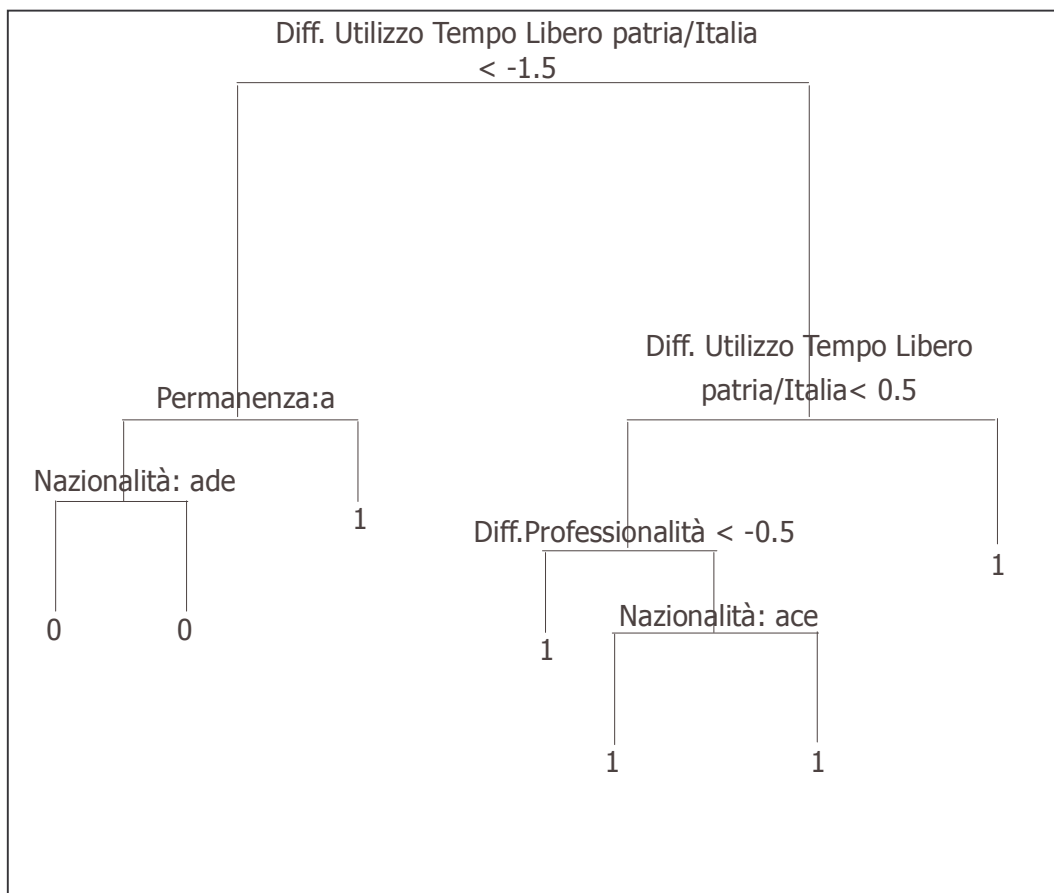
Classification tree:

Number of terminal nodes: 7

Residual mean deviance: 0.7886 = 49.68 / 63

Misclassification error rate: 0.2 = 14 / 70

1) root	70	1 ( 0.3000 0.7000 )
2) Diff.tempo.libero<-1.5	24	0 ( 0.5833 0.4167 )
4) Permanenza:0	17	0 ( 0.7059 0.2941 )
8) Nazionalita:Africa subsahariana, Maghreb, Perù	5	0 ( 1.0000 0.0000 ) *
9) Nazionalita:Romania	12	0 ( 0.5833 0.4167 ) *
5) Permanenza:1	7	1 ( 0.2857 0.7143 ) *
3) Diff.tempo.libero>-1.5	46	1 ( 0.1522 0.8478 )
6) Diff.tempo.libero<0.5	30	1 ( 0.2333 0.7667 )
12) Diff.Professionalita<-0.5	6	1 ( 0.0000 1.0000 ) *
13) Diff.Professionalita>-0.5	24	1 ( 0.2917 0.7083 )
26) Nazionalita:Africa subsahariana,Cina, Perù	5	1 ( 0.0000 1.0000 ) *
27) Nazionalita:Albania,Maghreb,Romania	19	1 ( 0.3684 0.6316 ) *
7) Diff.tempo.libero>0.5	16	1 ( 0.0000 1.0000 ) *





Nella costruzione del terzo albero di classificazione sono state considerate, oltre alle altre variabili considerate durante l'indagine, le variabili "Differenza": la differenza tra le attività scelte per il tempo libero in Italia e nel Paese d'origine e la differenza tra l'attività lavorativa svolta attualmente a Torino e quella svolta nel Paese di provenienza.

Bisogna tenere presente che, come si vede nella parte relativa all'analisi delle frequenze relative condizionate, la "Differenza Tempo Libero" poteva valere da -4 a 4, mentre la "Differenza di Professionalità" poteva valere da -3 a 2. Le differenze con segno negativo indicano che il soggetto è "sceso di livello", culturalmente, nelle occupazioni del tempo libero o nel lavoro svolto.

In questo caso la differenza di utilizzo del tempo libero risulta essere il parametro più significativo: tra i 24 soggetti che registrano una differenza  $< -1.5$ , ovvero che in Italia si dedicano alla cultura molto meno di quanto facessero nel proprio Paese d'origine, prevale una non - frequenza ai musei, mentre tra i 46 soggetti che non hanno modificato o addirittura hanno aumentato il proprio consumo culturale, prevale la frequenza ai musei.

Tra i membri del primo gruppo, coloro i quali sono in Italia da più tempo registrano in prevalenza  $f=1$ , mentre coloro i quali hanno permanenza inferiore registrano, con probabilità variabile secondo la provenienza geografica,  $f=0$ .

Le 46 persone che hanno registrato una differenza di utilizzo del tempo libero maggiore di  $-1.5$ , ovvero che hanno diminuito di poco, mantenuto o addirittura aumentato i propri consumi culturali, registrano tutte frequenza=1 ai musei torinesi, con probabilità variabili a seconda del grado di differenza tra consumi culturali in Italia e nel Paese d'origine, della differenza di lavoro svolto e della provenienza geografica.

A colpo d'occhio è evidente che sia la differenza di abitudini per il tempo libero il parametro che influenza maggiormente la frequenza ai musei dei soggetti intervistati, deduzione che deriva non soltanto dall'osservazione delle dimensioni dei segmenti verticali dello schema ma anche dal ripetersi lungo l'albero dello stesso parametro per due volte di seguito.



Dal punto di vista predittivo si può dire anzitutto che se un soggetto diminuisce di molto i propri consumi culturali dopo l'esperienza migratoria avrà meno probabilità di frequentare i musei (42% circa), mentre se non muta o addirittura aumenta i propri consumi culturali nel Paese d'arrivo la probabilità che visiti musei e mostre aumenta all'85%.

La probabilità che un soggetto che ha diminuito di molto i propri consumi culturali frequenti comunque un museo dipende dal tempo di permanenza in Italia: se è in Italia da meno di 10 anni ha il 29% di probabilità di visitare i musei torinesi, mentre se è in Italia da almeno 11 anni le probabilità arrivano al 71% circa. Se è in Italia da poco e proviene dalla Romania ha comunque il 42% circa di probabilità di svolgere una visita, mentre se proviene da altri Paesi tra quelli considerati nell'indagine *non* visiterà neanche un museo.

Se la differenza di utilizzo del tempo libero del soggetto è maggiore di  $-1.5$ , bisogna verificare se i suoi consumi culturali sono rimasti sostanzialmente invariati in termini quantitativi (Diff.  $-1$  o  $0$ ) oppure se sono aumentati: nel primo caso le probabilità che visiti almeno un museo sono del 77% circa, mentre nel secondo caso sono del 100%, cioè è *sicuro* che visiti almeno un museo.

Se il soggetto appartiene al primo di questi due gruppi, per quanto le probabilità che visiti un museo siano comunque maggiori rispetto a quelle che non ne visiti, si considera l'influenza di altre variabili. *Sicuramente* la persona in questione visiterà un museo se la differenza tra il lavoro che svolge in Italia e quello che svolgeva nel suo Paese d'origine è  $< -0.5$ , quindi se svolge un lavoro meno "culturale" rispetto a prima; se svolge un lavoro più legato alla cultura avrà invece il 70% di probabilità di visitare un museo. In particolare, se proviene dall'Africa subsahariana, dalla Cina o dal Perù, *sicuramente* avrà visitato un museo torinese, mentre se proviene da un'altra delle zone considerate avrà il 63% delle probabilità di visitare un museo.



### Albero 4 – ASSIDUITÀ – utilizzo di tutte le variabili

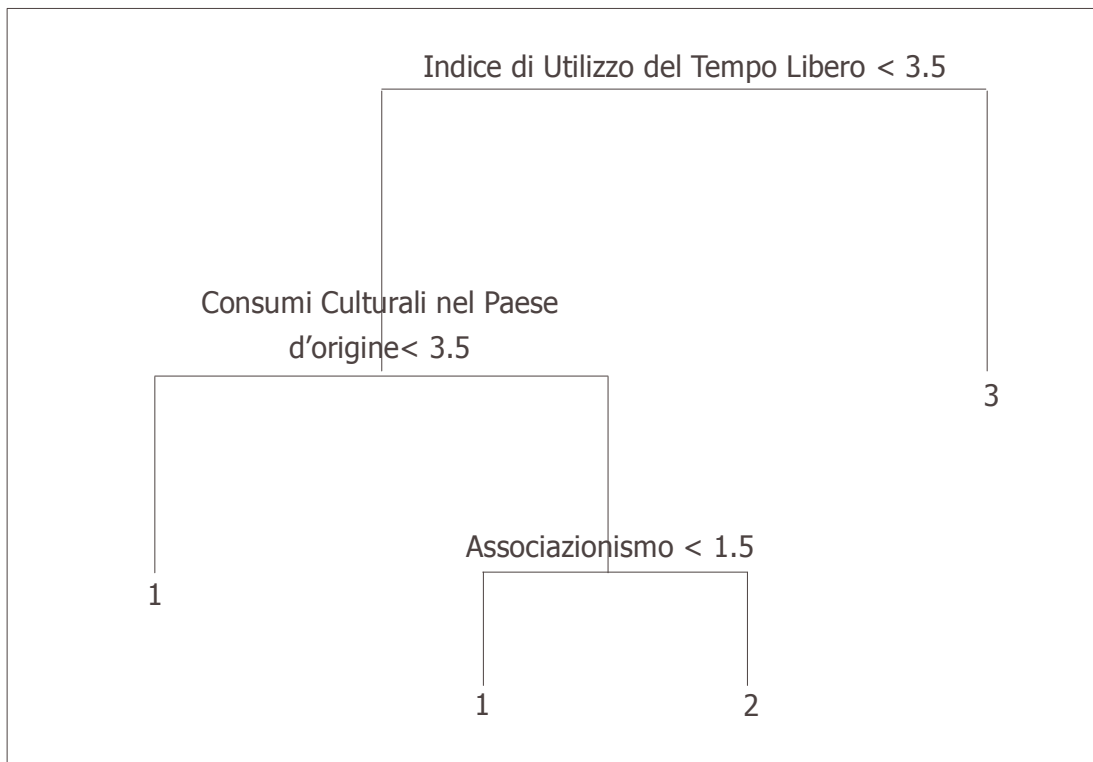
Classification tree:

Number of terminal nodes: 4

Residual mean deviance:  $0.9432 = 62.25 / 66$

Misclassification error rate:  $0.2143 = 15 / 70$

1) root	70	1 ( 0.7000 0.1286 0.17140 )
2) Tempo.Libero<3.5	54	1 ( 0.8148 0.1481 0.03704 )
4) Consumi.culturali<3.5	28	1 ( 1.0000 0.0000 0.00000 ) *
5) Consumi.culturali>3.5	26	1 ( 0.6154 0.3077 0.07692 )
10) Associazionismo<1.5	21	1 ( 0.7143 0.2857 0.00000 ) *
11) Associazionismo>1.5	5	2 ( 0.2000 0.4000 0.40000 ) *
3) Tempo.Libero>3.5	16	3 ( 0.3125 0.0625 0.62500 ) *





Per quanto riguarda l'assiduità ai musei, se si utilizzano tutte le variabili considerate durante l'indagine la più influente risulta nuovamente essere l'Indice di Utilizzo del Tempo Libero.

I 54 soggetti che si dedicano a poche attività di tipo culturale nel loro tempo libero (valori inferiori a 3.5, ovvero a 3), nella maggior parte dei casi frequentano poco o per niente i musei torinesi (si ricordi che  $a=1$  vuol dire che il soggetto non ha mai compiuto visite o ne ha compiute una o due). Tra i 16 soggetti che dicono di dedicarsi a varie attività culturali tra cui la visita a musei e mostre prevale invece un'assiduità pari a 3: varie visite, anche organizzate dal soggetto stesso.

Sull'assiduità dei soggetti appartenenti al primo gruppo, con I. U. Tempo Libero  $< 3.5$ , incidono le abitudini culturali consolidate nel Paese d'origine, nel senso che chi già in patria aveva consumi culturali medio – bassi ( $< 3.5$ ) ha assiduità *sicuramente* pari a 1 (nulla o scarsa), mentre chi in patria aveva consumi culturali alti ha assiduità pari a 1 o, meno di frequente, 2, a seconda del livello di coinvolgimento in attività associative: se è poco o per nulla coinvolto ha assiduità nulla o scarsa, se è mediamente o molto coinvolto ha assiduità più alta (pari a 2).

A colpo d'occhio si nota che in questo schema il parametro più importante è nuovamente l'Indice di Utilizzo del Tempo Libero, ma questa volta anche un altro parametro non è trascurabile, ovvero le abitudini culturali consolidate nel Paese d'origine.

Dal punto di vista predittivo, si può dire che chi ha consumi culturali medio – alti (valore 4 o 5) ha il 62,5% di probabilità di frequentare assiduamente i musei torinesi, mentre chi ha consumi culturali medio – bassi (da 1 a 3) ha l'81% delle probabilità di non frequentarli o di frequentarli pochissime volte. Sul comportamento dei soggetti appartenenti a questo secondo gruppo incidono soprattutto le abitudini culturali acquisite nel Paese d'origine: coloro i quali avevano consumi limitati anche in patria hanno *sicuramente* assiduità minima, mentre coloro che avevano consumi più elevati che in Italia hanno il 62% circa di probabilità di frequentare poco o per niente i musei, ma il 31% circa di probabilità di avere assiduità pari a 2.

Se un soggetto aveva consumi culturali più elevati in patria rispetto alla sua situazione attuale, qualora egli sia coinvolto attivamente in attività di tipo associativo avrà il 40% di probabilità di frequentare piuttosto assiduamente i musei torinesi, e altrettante di



frequentarli molto assiduamente; se invece non fa parte di alcuna associazione, la probabilità che non visiti mai i musei o che compia pochissime visite è del 71%, ed è nulla la probabilità che li frequenti assiduamente.

Lo schema appena considerato può far supporre che le persone che consolidano una certa abitudine ai consumi culturali nel loro Paese e riescono a mantenere tale attività anche dopo l'emigrazione, generalmente siano più propensi a frequentare musei e mostre rispetto agli altri soggetti, soprattutto se fanno parte attivamente (o addirittura dirigono) delle associazioni, specie di tipo culturale o interculturale.

Dalle interviste effettivamente emergeva l'importanza delle abitudini culturali acquisite nel Paese d'origine: esse possono infatti essere legate non soltanto al percorso di studi o al tipo di lavoro svolto, ma anche alle abitudini apprese in famiglia, un elemento che, anche per quanto riguarda la popolazione italiana, ha dimostrato di avere una certa importanza nella costruzione dell'abitudine al consumo culturale.



### Albero 5 – assiduità – esclusione della variabile “Tempo Libero”

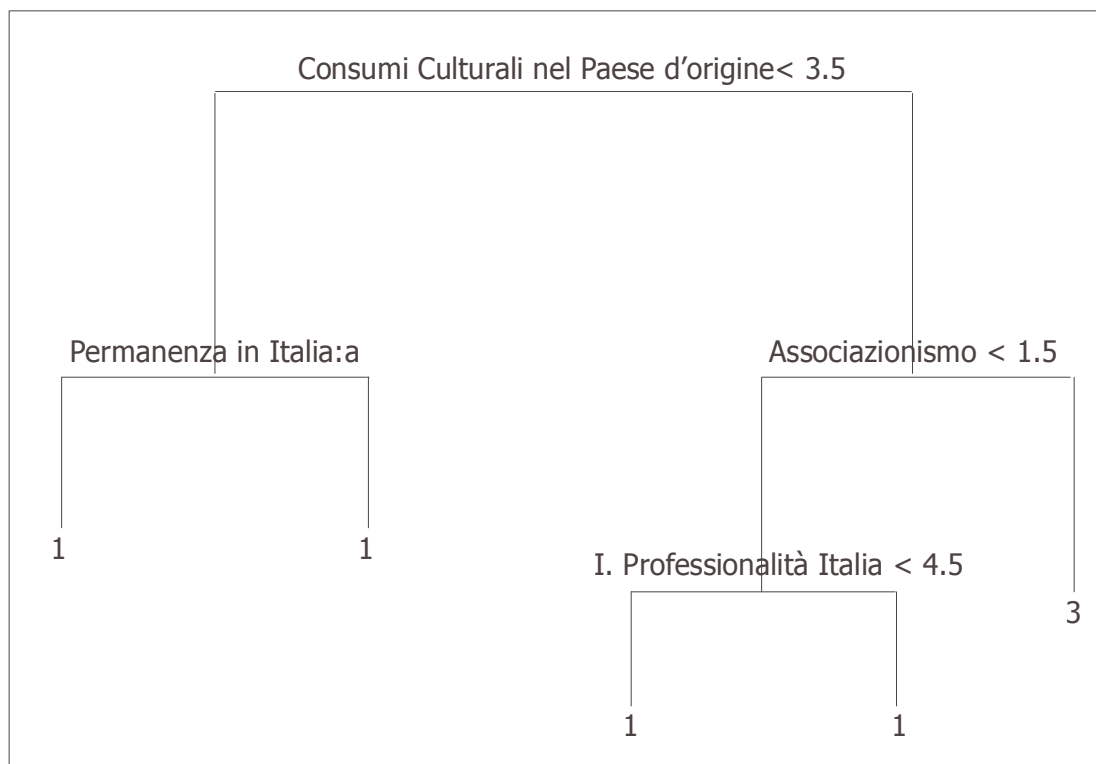
Classification tree:

Number of terminal nodes: 5

Residual mean deviance: 0.9688 = 62.97 / 65

Misclassification error rate: 0.2143 = 15 / 70

1) root	70	1 ( 0.70000 0.1286 0.17140 )
2) Consumi.culturali<3.5	34	1 ( 0.91180 0.0000 0.08824 )
4) Permanenza:0	23	1 ( 1.00000 0.0000 0.00000 ) *
5) Permanenza:1	11	1 ( 0.72730 0.0000 0.27270 ) *
3) Consumi.culturali>3.5	36	1 ( 0.50000 0.2500 0.25000 )
6) Associazionismo<1.5	25	1 ( 0.68000 0.2400 0.08000 )
12) Professionalita.Italia<4.5	20	1 ( 0.70000 0.3000 0.00000 ) *
13) Professionalita.Italia>4.5	5	1 ( 0.60000 0.0000 0.40000 ) *
7) Associazionismo>1.5	11	3 ( 0.09091 0.2727 0.63640 ) *





Se si esclude la variabile relativa alle abitudini per il tempo libero, il nuovo albero di classificazione mostra l'importanza delle abitudini culturali acquisite nel Paese d'origine, come già lasciava supporre lo schema precedente.

Fra i 34 soggetti che avevano consumi culturali scarsi o nulli nel proprio Paese (valore da 1 a 3), prevale nettamente un'assiduità pari a 1, quindi nulla o scarsa; in particolare se il soggetto è in Italia da meno di 10 anni la sua assiduità vale *sicuramente* 1, mentre se è in Italia da più di 10 anni la sua assiduità vale 1 o 3 (stranamente non 2).

Fra i 36 soggetti che in patria avevano consumi culturali medio – alti, incide il coinvolgimento in attività associative: se tale coinvolgimento è alto anche l'assiduità ai musei aumenta, mentre se il coinvolgimento in associazioni è basso o nullo, a seconda dell'attività lavorativa del soggetto l'assiduità può valere 1 o 2 (professionalità medio – bassa), 1 o 3 (professionalità molto alta).

A colpo d'occhio lo schema indica non solo l'influenza non molto diversa dei vari parametri indicati, ma anche, confrontato con lo schema precedente, serve a confermare l'importanza delle abitudini culturali acquisite in patria dal soggetto. Si noti come confrontando gli alberi 1 e 2, realizzati con gli stessi criteri rispettivamente del 4 e del 5 ma relativi alla frequenza, emergessero invece più variabili diverse e come fosse chiaramente più importante la prima variabile dicotomica rispetto a tutte le altre.

Dal punto di vista predittivo, si può dedurre che chi aveva consumi culturali limitati o medi in patria non frequenti quasi mai i musei (91% di probabilità di avere assiduità = 1), tanto più se si trova in Italia da meno di 10 anni (assiduità pari a 1 nel 100% dei casi, contro il 73% di chi ha permanenza superiore ai 10 anni).

Chi nel proprio Paese d'origine aveva consumi culturali medio – alti, in Italia può facilmente non aver frequentato musei o aver compiuto pochissime visite (nel 50% dei casi  $a=1$ ), ma forse ne ha visitati più volte (25% assiduità pari a 2 e altrettanto pari a 3). L'assiduità di questo gruppo dipende soprattutto dal coinvolgimento in attività associative: chi è molto coinvolto ha il 64% di probabilità di frequentare assiduamente i musei, mentre chi è poco o per nulla coinvolto ha il 68% di probabilità di non frequentarli o di frequentarli poco. Tra questi ultimi, chi svolge un lavoro di tipo culturale o non frequenta i musei (o pochissimo), nel 60% dei casi, oppure li frequenta molto spesso (40% dei casi); chi invece svolge lavori meno "culturali" ha maggiori probabilità di svolgere poche o nessuna visita (70% dei casi) oppure di svolgerne più di una (30%), ma non di frequentare assiduamente i musei.



### Albero 6 – ASSIDUITÀ – utilizzo delle variabili “Differenza”

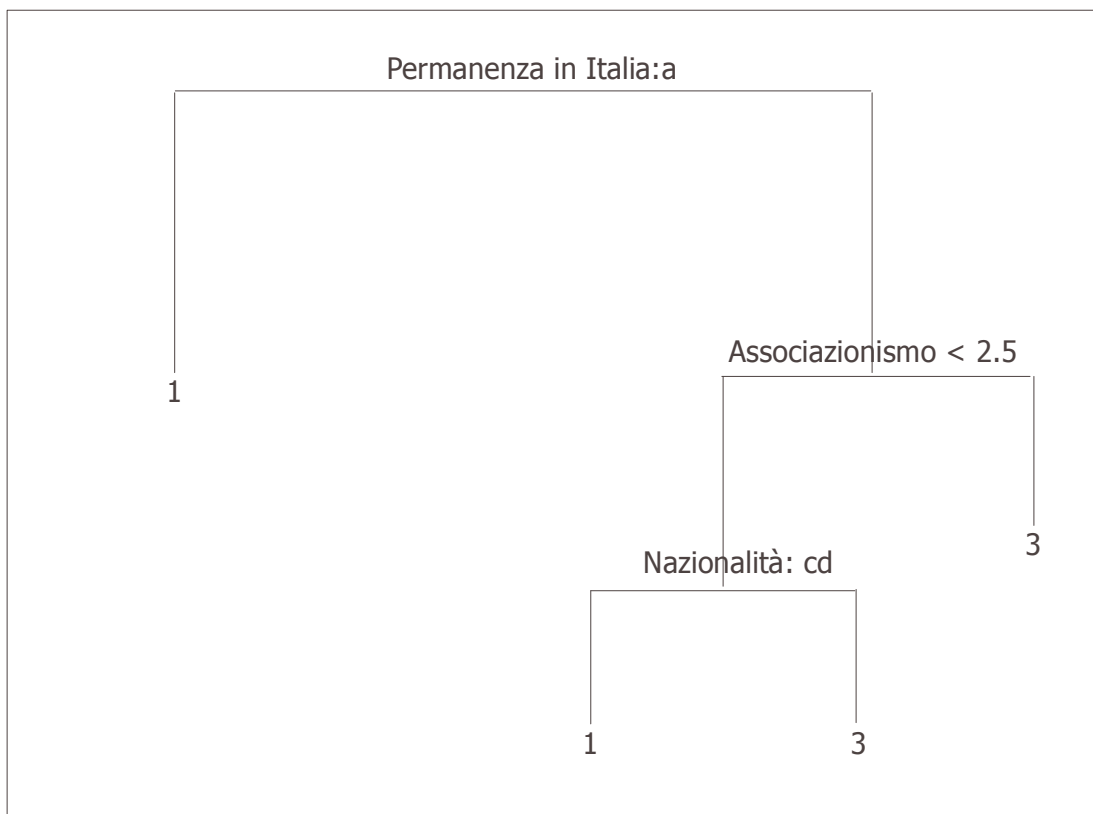
Classification tree:

Number of terminal nodes: 4

Residual mean deviance:  $1.213 = 80.04 / 66$

Misclassification error rate:  $0.2143 = 15 / 70$

1) root	70	1 ( 0.7000 0.12860 0.17140 )
2) Permanenza:0	42	1 ( 0.8571 0.09524 0.04762 ) *
3) Permanenza:1	28	1 ( 0.4643 0.17860 0.35710 )
6) Associazionismo<2.5	18	1 ( 0.6667 0.11110 0.22220 )
12) Nazionalita:Cina,Maghreb	11	1 ( 0.8182 0.18180 0.00000 ) *
13) Nazionalita:Africa subsahariana, Albania,Perù,Romania	7	3 ( 0.4286 0.00000 0.57140 ) *
7) Associazionismo>2.5	10	3 ( 0.1000 0.30000 0.60000 ) *





Se l'albero di classificazione viene costruito tenendo conto delle variabili "Differenza" (vedi albero 3), il risultato appare completamente diverso rispetto agli altri casi.

L'assiduità viene influenzata principalmente dalla durata del soggiorno in Italia: prevale comunque il valore minimo di assiduità, ma questo è vero soprattutto per le 42 persone residenti da meno tempo. Per le altre 28 influisce sull'assiduità di visita il coinvolgimento in attività di tipo associativo: chi ha coinvolgimento molto alto in tali attività (eventualmente è fondatore o responsabile di un'associazione) ha assiduità pari a 3, molto elevata, mentre chi è meno o per nulla coinvolto ha assiduità minima. All'interno di questo gruppo tuttavia si registra una differenza sensibile basata sulla provenienza geografica: chi proviene dalla Cina o dal Maghreb ha assiduità generalmente minima, mentre chi proviene dagli altri Paesi considerati ha spesso assiduità massima.

A colpo d'occhio questa volta colpisce il fatto che le variabili "Differenza" non siano rappresentate nello schema, per cui evidentemente non hanno particolare influenza sull'assiduità. La durata del soggiorno in Italia, segnalata come variabile più influente, sembra essere molto più significativa delle altre, a giudicare dalle dimensioni dei segmenti verticali.

Dal punto di vista predittivo, sembra che chi risiede in Italia da meno di 10 anni abbia l'86% di probabilità di non aver visitato alcun museo torinese o di aver compiuto una o due visite, mentre tale probabilità scende al 46% per chi risiede in Italia da più tempo (persone per le quali la probabilità di frequentare assiduamente i musei sale al 36% circa, contro lo 0,5% scarso dell'altro gruppo).

Tra le persone che risiedono da più tempo in questo Paese, la probabilità di frequentare assiduamente i musei è maggiore per chi fa parte attivamente di associazioni (60% a=3, 30% a=2), mentre chi non ne frequenta o non partecipa attivamente alle iniziative ha probabilità maggiori di frequentare poco o per nulla (67% a=1), ma registra anche il 22% di possibilità di frequentare assiduamente.

Tra le persone poco attive in ambito associativo infine, sono soprattutto i soggetti provenienti da Cina e Maghreb ad avere assiduità medio – bassa (82% circa a=1, 0% a=3), mentre chi proviene dagli altri Paesi considerati nel 57% dei casi ha assiduità molto alta (e nel 43% circa ha a=1).



Il fatto che la permanenza incida sull'assiduità ai musei conferma quanto emerso dalle interviste e rispecchia, in un certo senso, quanto emergeva dai grafici relativi alla frequenza, nei quali la durata del soggiorno in Italia compariva sempre, anche se su rami secondari.

La spiegazione più ovvia, nonché la più diffusa tra i "testimoni privilegiati" interpellati per l'analisi qualitativa, è sempre la medesima: un soggetto appena arrivato in un altro Paese ha necessità più urgenti da soddisfare rispetto a quelle culturali. Tanto maggiore è il tempo trascorso in Italia, tanto maggiore sarà (dovrebbe essere) il grado di "stabilizzazione" e di "sicurezza" acquisito, quindi dovrebbero crescere i consumi collocati sui gradini superiori della piramide di Maslow.



Riassumendo i risultati espressi dagli alberi di classificazione, si può dire che il fatto che una persona di origine straniera residente a Torino visiti i musei torinesi dipende essenzialmente da tre fattori:

- le scelte per il tempo libero del soggetto;
- le abitudini culturali acquisite nel Paese d'origine;
- la durata del soggiorno in Italia.

Quanto più il soggetto si dedica alla cultura nel tempo libero, tanto più è probabile che egli visiti i musei della città; alla base delle decisioni si trova un interesse del soggetto per la cultura, interesse che può essere frutto delle proprie personali inclinazioni, delle abitudini culturali acquisite in patria, della provenienza geografica, dell'età, della professione svolta prima della migrazione.

Quanto più le attività che il soggetto svolge nel tempo libero aumentano di contenuto culturale rispetto al suo Paese d'origine, tanto maggiore sarà la probabilità che il soggetto includa nelle sue attività anche la visita ai musei cittadini. Se già prima della migrazione l'interesse per la cultura era limitato, anche in Italia i consumi culturali non rientreranno tra le priorità di scelta del soggetto.

I problemi che la persona si trova ad affrontare all'inizio del suo soggiorno in un Paese straniero inibiscono e limitano i consumi culturali; col passare del tempo, se il soggetto possiede un interesse per la cultura oppure se lo sviluppa per esigenze lavorative, aumenta la probabilità che egli frequenti i musei della città.

Grazie ai metodi statistici utilizzati, è infine possibile esporre i risultati dell'indagine quantitativa ordinati secondo gli obiettivi fissati all'inizio del lavoro. Prima, però, è opportuno fare una premessa di carattere generale.



Emerge netta, all'interno della popolazione immigrata residente a Torino, la distinzione tra due macro – gruppi. Da un lato si delinea una "maggioranza problematica", ovvero quella parte della popolazione immigrata (difficile da quantificare, anche solo in percentuale, ma probabilmente molto ampia) che non ha ancora risolto alcuni problemi essenziali, quali l'inserimento lavorativo, il raggiungimento di una certa stabilità e sicurezza economica, un grado di "integrazione" sociale soddisfacente. Sono ad esempio le persone ancora disoccupate, oppure impiegate in lavori saltuari o precari; le persone che, pur lavorando, sentono di non aver ancora raggiunto la sicurezza economica e magari svolgono più lavori contemporaneamente; le persone che, perché arrivati da poco in Italia o per altre ragioni, non parlano ancora bene l'italiano, oppure per diverse ragioni non hanno ancora intessuto una rete di rapporti sociali soddisfacente.

Queste persone si trovano ancora alle prese con la realizzazione dei bisogni primari, per cui si caratterizzano per un non – consumo museale determinato da:

- tipo di attività lavorativa
- disponibilità di tempo libero
- variabili socio – relazionali, in particolare il legame col gruppo familiare (difficoltà di spesa, negoziazione del processo di scelta per i consumi non essenziali e interdipendenza delle scelte tra i componenti della famiglia).

In sostanza, per questa categoria di popolazione è ancora presto per interrogarsi sulle modalità di consumo culturale, poiché evidentemente le priorità sono ben diverse.

Dall'altra parte si osserva una "minoranza fortunata", caratterizzata da una certa emancipazione socio – culturale, da un altro livello di integrazione, da una certa elasticità del tempo libero; in generale si può dire che questo gruppo di "happy few" possieda le risorse necessarie per soddisfare esigenze non più strettamente legate ai bisogni primari. È possibile allora discutere sulle scelte di consumo per il tempo libero operate da questo gruppo minoritario, scelte su cui pesano soprattutto

- gli interessi personali del soggetto
- l'attività lavorativa svolta e il grado di stabilità economica (reale e percepito)
- le abitudini di consumo culturale consolidate in patria.

L'appartenenza dei soggetti all'una o all'altra categoria determina forme e modalità del consumo culturale, oltre che naturalmente forme e modalità dei consumi in generale; la distinzione tra maggioranza e *happy few* aiuta a comprendere meglio i risultati dell'indagine quantitativa, esposti nelle pagine che seguono.



### **Caratteristiche della domanda museale degli intervistati**

Per quanto riguarda la domanda museale da parte degli immigrati, occorre tenere presente che la decisione di visitare un museo nasce da un forte motivazione personale, legata principalmente a tre fattori:

- interesse per l'argomento della mostra o per il contenuto della collezione,
- disponibilità economica,
- disponibilità di tempo libero.

Di questi elementi, il primo è in ogni caso il più influente, ed è opinione comune a tutti gli intervistati, compresi i "testimoni privilegiati", che l'interesse per una mostra o per un evento possa ricevere una spinta decisiva qualora tale evento sia legato alla cultura o al Paese di provenienza degli immigrati.

Un esempio per sostenere questa ipotesi si può fare citando il caso della comunità<sup>1</sup> albanese. Si tratta di un gruppo di persone numericamente tra i più considerevoli, seppure ben distante dalle cifre di altre nazionalità, caratterizzato dalla mancanza di forme di associazionismo organizzato. In pratica non esistono luoghi o momenti di aggregazione importanti e visibili, eccetto le celebrazioni per la Festa Nazionale in novembre, comunque dotata di scarsa visibilità per il pubblico italiano. Tuttavia, in occasione di eventi culturali legati alle tradizioni e all'arte di questo Paese, la netta maggioranza degli albanesi accorre a partecipare, a vedere, a conoscere. In pratica coesistono una forte esigenza culturale e una scarsa autonomia nell'organizzazione di eventi, per cui solo un evento strettamente legato a questa cultura è in grado di suscitare un interesse tanto diffuso all'interno della comunità; una dimostrazione di questo è stata data in occasione della mostra del pittore Artan Shabani presso il Museo dell'Automobile, nel 2004, visitata a quanto pare da un folto gruppo di persone di origine albanese. Un altro esempio è quello delle mostre "Religiosità di vetro. Icone del mondo contadino romeno" e "Bestie, Santi, Divinità. Maschere animali dell'Europa tradizionale", svoltesi entrambe nel 2003 presso il Museo della Montagna, entrambe visitate da un numero relativamente alto di immigrati rumeni, spesso anche donne che vi si sono recate insieme alle famiglie italiane presso cui svolgevano un servizio di collaborazione domestica o assistenza agli anziani. E ancora, la mostra di tre pittori peruviani svoltasi a Torino per iniziativa di un'associazione peruviana, nel novembre

---

<sup>1</sup> Da questo punto in avanti, per l'utilizzo del termine "comunità" si rimanda alle considerazioni esposte alla fine del capitolo 2 e nel capitolo 4.1.4.



2005, ha visto un elevato numero di persone provenienti dal Perù che hanno visitato la mostra e partecipato all'inaugurazione dell'evento.

Un altro aspetto che viene sottolineato con più forza dagli intervistati è la necessità di un coinvolgimento diretto delle comunità nell'allestimento di mostre ed eventi legati alla loro cultura. È opinione diffusa tra gli intervistati che, per esempio, una mostra di dipinti di un autore straniero residente a Torino, curata dallo stesso autore insieme ad altri stranieri, connazionali e non, allestita in spazi visibili e comunicata all'esterno in maniera efficace, avrebbe ottime probabilità di venire visitata da una buona parte degli immigrati connazionali all'autore presenti a Torino, soprattutto se gratuita o a un prezzo molto contenuto.

Attivando un efficace meccanismo di comunicazione di eventi del genere, si potrebbe creare un'abitudine alla partecipazione alla vita culturale della città anche in chi per tradizione o per mentalità normalmente non vi si dedica, sperando di trasformare col tempo una certa fetta di non – pubblico in pubblico, allargando gradualmente l'interesse e la partecipazione anche ad eventi non strettamente legati alla cultura del Paese d'origine.

In dettaglio, andrebbero utilizzati per la comunicazione i canali classici usati per gli eventi culturali (TorinoSette, pubblicità dinamica, volantini, cartelloni...) ma anche canali più efficaci nell'ambito delle comunità etniche quali il passaparola (coinvolgendo in particolare i mediatori culturali, che quotidianamente sono in contatto con un numero altissimo di persone). I due elementi vincenti sarebbero proprio la comunicazione efficace e il legame dell'evento con un certo gruppo nazionale, oltre alla gratuità dell'iniziativa o all'adozione di un prezzo decisamente contenuto.

La disponibilità economica è un elemento di grande influenza rispetto a qualunque tipo di consumo, certamente non soltanto rispetto a quello culturale; in questo caso però occorre distinguere in che modo si eserciti tale influenza. Il costo dei biglietti per musei e mostre è una spesa di per sé non altissima, se si considera il singolo ingresso; l'esborso diventa però considerevole se si tratta di coinvolgere nella visita non un singolo soggetto ma un'intera famiglia, per cui la spesa complessiva può diventare molto più alta, sebbene esistano delle riduzioni per i bambini al di sotto di una certa età in molti istituti. Se al prezzo del biglietto puro e semplice si devono poi aggiungere costi (e tempi) di trasporto ed eventuali e probabili spese aggiuntive, si fa presto a



raggiungere una cifra piuttosto considerevole, che solo una persona fortemente motivata alla visita può essere disposta a pagare.

Bisogna poi considerare che mentre per un *single* può risultare piuttosto semplice decidere di compiere una visita, quando il soggetto è inserito in un contesto familiare, più o meno ampio che sia, il processo decisionale può complicarsi notevolmente: occorre infatti mediare tra le esigenze e le preferenze di tutta la famiglia, o almeno del partner (e si sa comunque quanta influenza abbiano i figli sulle scelte di consumo dei genitori). Così più di un soggetto intervistato dichiara che, a parità di spesa o quasi, preferisce andare a mangiare una pizza con marito e figli piuttosto che visitare un museo che probabilmente annoierebbe i bambini e quindi non verrebbe visitato in modo soddisfacente nemmeno dagli adulti.

È ancora da considerare la disponibilità di tempo libero, di cui la maggioranza degli intervistati lamenta ampiamente la mancanza. Il tipo di professione svolta e le caratteristiche del nucleo familiare determinano la quantità di tempo a disposizione dei soggetti per dedicarsi ad attività di svago; è evidente che nel caso emblematico della collaboratrice domestica che, terminato il servizio di lavoro nel tardo pomeriggio, quando rientra in casa deve occuparsi della propria famiglia, il tempo residuo raggiunge livelli minimi, così come le energie da dedicare ad attività di svago. Sovente le persone hanno un solo giorno libero alla settimana, la domenica nella maggior parte dei casi, che dedicano alla famiglia o agli amici, alle funzioni religiose, oppure a brevi viaggi e gite fuori porta.

Su questo utilizzo del "giorno libero" pare avere una certa influenza la provenienza geografica dei soggetti intervistati. Varie persone provenienti dal Perù dichiarano di recarsi a messa ogni domenica, con grande assiduità, così come la maggioranza delle persone provenienti dall'Africa subsahariana; in particolare, è da notare come esista ad esempio una chiesa particolare frequentata dai nigeriani, che quindi diventa ogni domenica un luogo di incontro e di socializzazione, oltre che di celebrazione religiosa. Va anche aggiunto che, nello specifico, si tratta di funzioni religiose che, considerando anche i preparativi e la fase di socializzazione e incontro successive alla funzione, arrivano a occupare tutta la domenica mattina.

Anche varie persone provenienti dalla Romania, sia cattoliche sia ortodosse, parlano della domenica come di un giorno di ritrovo con gli amici e i familiari che durante la



settimana non si riesce a vedere, perché non abitano vicini (e anche il rito ortodosso ha una durata notevole).

Chi svolge attività che non vengono sospese alla domenica, per esempio chi lavora nei ristoranti, che osservano turni di riposo infrasettimanali, approfitta invece del giorno o della mezza giornata libera per fare la spesa o per occuparsi di altre commissioni legate all'attività commerciale stessa oppure alla propria famiglia.

La provenienza geografica pare avere una certa influenza sulla domanda culturale. Emerge ad esempio il fatto che in vari Paesi dell'Est europeo il teatro sia una forma di intrattenimento piuttosto diffusa, molto più che in Italia; di conseguenza varie persone provenienti dalla Romania dicono di aver perso questa particolare abitudine culturale, che prima della migrazione era invece alquanto consolidata, per vari motivi, in primo luogo la difficoltà con la lingua italiana e in secondo luogo il costo non sempre accessibile degli spettacoli (oltre, naturalmente, alla scarsa disponibilità di tempo libero). Si può ipotizzare quindi che, in una certa misura, l'acquisizione di abitudini culturali diversi nel Paese di arrivo rispetto a quello d'origine sia influenzato proprio dalla provenienza geografica.

Un aspetto di grande interesse che emerge, invece, dai colloqui con persone provenienti dai Paesi dell'Africa subsahariana è il seguente: diversi intervistati dicono che, dopo aver visitato mostre legate all'arte e alla cultura africana in Italia, in occasione dei loro periodici ritorni in patria guardano con occhi diversi alla produzione artistica e al patrimonio culturale del proprio Paese, e inoltre visitano e apprezzano maggiormente i musei e le aree espositive che, spesso, prima dell'emigrazione non giudicavano interessanti.

Infine, va detto che in alcuni Paesi, fino a non molti anni fa, l'offerta museale era piuttosto scarsa e talvolta non scevra da manipolazioni politiche; di conseguenza le persone che provengono da determinate zone possono non aver mai acquisito una grande familiarità con le istituzioni museali proprio per una carenza di offerta in patria (è il caso di alcune zone della Cina, dell'Africa, della Romania). Creare dal nulla o quasi un'abitudine del genere in una persona adulta può risultare evidentemente un'operazione non facile.



### **Percezione dell'offerta culturale della città**

Spesso il "museo" viene percepito come un luogo dove recarsi più spesso per accompagnare amici o parenti provenienti da altre città o dall'estero, piuttosto che per compiere una visita per interesse personale; per questo tipo di attività la preferenza viene data generalmente a mostre temporanee, quelle legate ad artisti o correnti di maggiore interesse per l'individuo, piuttosto che a una collezione permanente, che si pensa sempre di avere il tempo di visitare in un altro momento.

In generale l'offerta museale e artistica torinese viene percepita come ottima e abbondante, soprattutto da chi proviene da Paesi in cui, per svariati motivi, il numero di musei e gallerie è o era molto inferiore. Chi ha compiuto e compie regolarmente delle visite nella maggior parte dei casi non utilizza guide di nessun genere, preferendo documentarsi personalmente prima della visita o giudicando sufficiente la propria preparazione in materia, oppure ancora chiedendo informazioni al personale del museo e leggendo bene le didascalie e le eventuali spiegazioni lungo il percorso espositivo.

Ciò che viene criticato dagli intervistati non è mai la qualità del museo o delle collezioni, di cui anzi si ha un'opinione altissima; viene però criticato a volte l'atteggiamento del personale. Alcuni intervistati in particolare riferiscono di atteggiamenti visibilmente irritati da parte del personale in occasione di visite compiute con dei bambini: si parla di visi tesi e preoccupati, di parole aspre di rimprovero, di eccesso di zelo nel seguire i visitatori lungo il percorso per controllare che i bambini non facciano danni. Da notare inoltre che diverse associazioni, italiane e multietniche, hanno organizzato delle visite guidate per gli immigrati che le frequentano, senza ricevere agevolazioni sull'ingresso dei gruppi, a parte le normali riduzioni per i bambini.

Dalle interviste emerge una buona conoscenza delle principali sedi espositive da parte degli intervistati, con una netta predominanza del Museo Egizio, di cui le persone sentono generalmente parlare già in patria durante gli studi. Esso è infatti il museo più visto, dove molti dei soggetti contattati si sono recati almeno una volta, anche per accompagnare dei parenti o degli amici venuti da altri luoghi, e di cui comunque quasi tutti hanno sentito parlare. E non bisogna pensare che siano solo le persone provenienti dal Nord Africa a conoscere questo museo, per ovvi motivi: al contrario, la sua fama lo precede anche in Paesi ben più lontani, per esempio il Sud America (più che in Paesi più vicini come la Romania, a quanto risulta dalle interviste).



La GAM è un altro sito che praticamente tutti conoscono, anche se non tutti l'hanno visitata, ma si tratta di una conoscenza legata alla presenza di pubblicità in alcuni luoghi strategici della città e, soprattutto, al fatto che vi si sia tenuta la mostra "Africa", l'evento temporaneo più noto e più visto tra tutti gli intervistati.

Emerge un forte interesse da parte di tutti i gruppi nazionali per gli eventi artistici e museali legati alla propria cultura. Praticamente tutti gli intervistati provenienti dall'Africa hanno visitato con grande interesse la mostra già citata alla GAM, anche più volte, attirati proprio dal desiderio di vedere come oggetti della propria tradizione più antica venissero riproposti in quella sede. Un'altra iniziativa molto apprezzata è stata una passata mostra dedicata al pittore contemporaneo albanese Shabani, ospitata presso il Museo dell'Automobile, che pare abbia riunito praticamente tutti gli albanesi residenti a Torino. E già stato citato il caso delle recenti esposizioni di maschere contadine e di icone provenienti dalla Romania, ospitate dal Museo della Montagna, che hanno visto un'inaspettata partecipazione da parte di immigrati rumeni. Sempre a proposito della Romania, pare che un luogo particolarmente frequentato dalle persone provenienti da questo Paese sia la collina di Superga: un successo di pubblico (anche per le visite alle Tombe Reali) che ha spinto il personale a fornire materiale informativo sulle Tombe e la Basilica tradotto in rumeno, accanto alle tradizionali versioni in inglese e francese. Questa assiduità può essere probabilmente spiegata da una parte con la visibilità straordinaria del monumento, la cui sagoma è facilmente individuabile da molti punti della città, e dall'altra con la comodità dei mezzi pubblici per raggiungere la Basilica (fattore che, da solo, non sarebbe sufficiente a giustificare il successo proprio di *quel* monumento). Infine, è il meccanismo del passaparola all'interno della cerchia di conoscenti e parenti che facilita ulteriormente il fenomeno.



### **Fattori che allontanano / inibiscono il consumo e la frequentazione**

Gli elementi più significativi per spiegare il consumo culturale da parte degli immigrati sono:

- le abitudini per il tempo libero acquisite nel Paese d'origine
- l'età a cui si è lasciato il Paese d'origine
- le modalità di inserimento nel Paese d'arrivo (tempistica e contatti con la popolazione italiana)
- l'attività lavorativa svolta nel Paese d'arrivo
- il progetto migratorio
- le condizioni economiche
- la padronanza della lingua italiana.

È opportuno analizzare in dettaglio i singoli fattori sopra elencati, avvalendosi per la spiegazione sia dei risultati delle interviste, sia delle opinioni espresse dagli "osservatori privilegiati" in proposito.

L'interesse di un soggetto per una collezione o una mostra è la *conditio sine qua non* per il consumo culturale, la condizione necessaria ma non sufficiente per spingere una persona a visitare una mostra o un museo. È ad essa che si sovrappongono gli altri fattori elencati, i quali influenzano in modo sinergico la scelta definitiva dell'individuo.

Le abitudini acquisite durante la propria formazione nel Paese d'origine per quanto riguarda il tempo libero condizionano spesso il comportamento degli individui anche dopo la migrazione; spesso, ma non sempre, e comunque con delle variazioni più o meno significative legate agli altri fattori cui si è accennato.

Sicuramente nei primi tempi della migrazione le priorità dei singoli non sono quelle legate alla cultura, bensì a bisogni primari quali la ricerca di un lavoro, di un'abitazione, eventualmente la sistemazione dei familiari con cui si è emigrati o che sono arrivati col ricongiungimento familiare; di conseguenza normalmente i primi anni di residenza vedono un consumo culturale rasente lo zero. Soprattutto si evitano le attività particolarmente care, quali teatro, cinema e musei, mentre spesso si dà spazio alla lettura, anche avvalendosi delle biblioteche civiche, alla televisione, ai giornali in lingua, reperibili presso i centri di trasferimento di denaro all'estero, all'ascolto di musica. Un'altra attività a cui si dedicano moltissimi stranieri nel tempo libero è la



socializzazione coi connazionali, il passare del tempo insieme, molto spesso nei parchi pubblici della città.

Superati i momenti più critici, quando l'individuo e la sua famiglia si sono stabilizzati sul territorio, molto spesso si recuperano le abitudini che si avevano nel Paese d'origine, anche se comunque resta sempre una certa tendenza a non eccedere nelle spese; così ad esempio moltissime persone che in patria seguivano il teatro o i concerti di musica classica, nonostante vivano in Italia da anni e abbiano completamente superato le fasi critiche dell'inserimento, comunque non frequentano più i teatri per i costi elevati; al limite seguono alcuni spettacoli di prosa, più accessibili, sempre che il livello di conoscenza della lingua italiana consenta loro di seguirli agevolmente.

Anche per quanto riguarda il cinema a volte insorgono dei problemi: anche se il costo del biglietto non è particolarmente elevato, ed esistono molti cinema di seconda visione con prezzi agevolati, spesso la padronanza della lingua non è sufficiente per seguire il film senza problemi; inoltre le sale italiane trasmettono film doppiati, a differenza di moltissimi altri Paesi in cui le pellicole vengono sottotitolate e, a detta di molti stranieri intervistati, sono più semplici da seguire.

I consumi museali, se erano un'abitudine in patria e quindi si fondano su un sincero interesse personale, spesso vengono ripresi anche nel Paese d'arrivo, in particolare per quanto riguarda le mostre temporanee, che pare attirino di più rispetto ai musei. Ad eccezione del Museo Egizio, di fama internazionale, che sembra essere il più conosciuto e il più visitato dagli immigrati di tutte le provenienze, negli altri musei e luoghi – simbolo della città (il Museo del Cinema, Palazzo Madama...) ci si reca più che altro quando arrivano in visita parenti o amici dall'estero o da altre città italiane. Per i musei invece vale il discorso che "tanto è qua vicino, ci vado quando voglio", che fa passare in fondo alla lista delle cose da vedere le collezioni permanenti e i monumenti cittadini. Si è già detto che alcuni intervistati affermano che nel proprio Paese d'origine non frequentavano i musei, perché non rientravano nei loro interessi, perché non ne avevano il tempo, addirittura perché l'offerta museale della città era scarsa o nulla, ma adesso che si sono stabiliti in Italia e tornano nel loro Paese solo per qualche periodo di vacanza, appena possibile scelgono di visitare i musei, le gallerie, gli spazi espositivi che in passato non avevano mai considerato interessanti. È come se, talvolta, scattasse un meccanismo quasi di riscoperta delle proprie radici culturali generato proprio dal rischio di perderle, o forse una rinnovata consapevolezza del proprio bagaglio culturale



accesa dall'incontro più o meno forzato con una civiltà "altra" (e con l'immagine che essa ha, e dà, della propria cultura).

Vi è anche chi, proprio grazie a questi ritorni in patria dopo lunghi periodi di assenza, nota e apprezza particolarmente ad esempio l'apertura di spazi espositivi o di centri culturali che non esistevano all'epoca in cui aveva lasciato il suo Paese. Come già accennato, è un evento di cui parlano in particolare le persone provenienti dai Paesi africani.

Altro aspetto importante da considerare, legato alle abitudini acquisite in patria, è l'età dell'individuo al momento dell'emigrazione. Chi è emigrato in età adulta, avendo già consolidato i propri gusti e interessi in termini di consumi culturali, generalmente tende a mantenere gli stessi orientamenti anche nel Paese ospite, ammesso naturalmente che le condizioni "esterne" lo consentano. Diversamente, chi è emigrato da giovane, specie chi ha terminato gli studi in Italia, sottolinea un cambiamento a volte molto evidente nelle proprie preferenze per il tempo libero.

Se è vero che i gusti cambiano con l'età, per tutti, e quindi che lo stesso soggetto col passare del tempo modifica la propria domanda, per gli immigrati bisogna considerare anche il cambiamento dell'offerta e quindi delle opportunità di scelta, spesso molto diverse nel Paese ospite rispetto a quella del Paese d'origine.

L'inserimento lavorativo e il tipo di attività svolta sono un altro fattore che influenza la partecipazione alla vita culturale della città, per due motivi. Da un parte, chi nel Paese di arrivo svolge un lavoro molto diverso da quello che svolgeva in patria spesso modifica le proprie abitudini culturali per questo motivo; d'altro canto, chi dopo un certo periodo di tempo cambia lavoro può essere portato a modificare nuovamente anche i propri consumi culturali. Per entrambi i casi è emblematico ciò che accade a chi svolge professioni legate alla mediazione interculturale: queste persone spesso partecipano a convegni, seminari, incontri sui temi legati all'immigrazione, e leggono quasi esclusivamente libri (in italiano) sull'argomento, sentendo necessario un costante aggiornamento professionale; in altre parole orientano i propri consumi culturali quasi esclusivamente in questa direzione. Ma se, magari dopo alcuni anni, abbandonano questa attività e si dedicano ad un lavoro completamente diverso, facilmente abbandoneranno o ridurranno notevolmente quest'abitudine, riducendo anche, in un certo senso, la propria partecipazione attiva alla vita culturale della città.



Il lavoro svolto nel Paese di arrivo condiziona l'individuo anche per altri aspetti, primo fra tutti la quantità di tempo libero a disposizione. Esistono attività con orari molto "flessibili", lavori particolarmente pesanti, oppure spesso esiste la necessità di svolgere più lavori contemporaneamente per potersi mantenere: tutte condizioni che riducono sia la disponibilità di tempo libero, sia l'energia da dedicare alle attività di svago. Questa mancanza di tempo libero a causa del super – lavoro acquisisce particolare rilevanza nel caso di persone il cui progetto migratorio personale prevede, almeno in teoria, una permanenza piuttosto breve nel Paese ospite, finalizzata all'acquisizione del maggior capitale economico possibile, per migliorare le proprie condizioni e poi rientrare definitivamente in patria. Tale obiettivo spinge a dedicarsi solo ed esclusivamente al lavoro, anche affrontando turni lunghissimi o svolgendo più attività, pur di guadagnare il massimo nel periodo di permanenza; e certo a quel punto non si ha né il tempo né l'interesse ad approfondire la conoscenza della cultura locale.

Sempre a proposito dell'inserimento lavorativo, occorre ancora considerare che alcuni gruppi di persone si inseriscono in circuiti lavorativi gestiti interamente da connazionali, per cui non hanno necessità di entrare in contatto con la popolazione italiana per la ricerca di lavoro; questo non li incoraggia certo ad apprendere la lingua, e anzi si tratta di persone che molto spesso imparano solo un minimo di parole indispensabili per comunicare con l'eventuale clientela italiana, attuando una sorta di chiusura culturale nei confronti del paese ospite. È il caso tipico della maggior parte delle persone adulte provenienti dalla Cina, impiegate soprattutto nei settori della ristorazione, della sartoria e del commercio alimentare al dettaglio (non a caso la comunità cinese è percepita, forse non del tutto a torto, come una comunità particolarmente "chiusa" e difficilmente accessibile).

Le condizioni economiche degli individui influiscono sui consumi culturali esattamente come per la popolazione italiana, com'è ovvio: con l'aumento della disponibilità economica e del benessere generale gli individui si dedicano maggiormente alle attività di svago preferite (compatibilmente con la disponibilità di tempo libero). Oltre alle preferenze personali e agli altri fattori elencati, è la composizione del nucleo familiare ad incidere in particolare sui consumi museali e sulla frequenza al cinema: se l'acquisto di un biglietto è di per sé una spesa sostenibile, l'acquisto di tre, quattro o più biglietti (anche se per i bambini valgono le riduzioni) comporta una spesa decisamente maggiore a carico della stessa persona. Non di rado quindi chi ha figli sceglie altre



attività meno costose per passare del tempo insieme, quali una gita fuori porta o una passeggiata in un parco, anche se personalmente avrebbe interesse a visitare dei musei.

C'è anche chi, proprio considerando l'aspetto economico, approfitta dell'opportunità di ingresso gratuito nei musei il primo venerdì del mese per visitare le mostre temporanee di suo interesse; tuttavia, poiché il venerdì è un giorno lavorativo, è evidente che questa iniziativa esclude automaticamente una buona fetta di popolazione.

La conoscenza e la padronanza della lingua italiana sono indispensabili per poter seguire film e spettacoli teatrali, e questo è uno dei motivi per cui, come si è detto, soprattutto nei primi tempi dall'arrivo gli immigrati tendono a non dedicarsi a queste attività. Per quanto riguarda i musei, alcune persone intervistate hanno rilevato come la presenza di didascalie e spiegazioni in diverse lingue potrebbe essere un aiuto alla visita per gli stranieri, così come le audioguide, disponibili generalmente in più lingue europee ma mai, ad esempio, in cinese. Soprattutto nel caso di stranieri residenti a Torino che accompagnino in visita ai musei parenti o amici provenienti da altre città o dall'estero, queste potrebbero essere valide soluzioni per migliorare la qualità delle visite e far apprezzare di più il patrimonio della città.

Le difficoltà con la lingua italiana rendono arduo anche il tentativo di usufruire di servizi come il prestito di libri presso le biblioteche civiche, un'attività che molte persone straniere apprezzerebbero per non perdere la buona abitudine alla lettura e anche per iniziare a leggere in italiano, ma che diventa quasi impossibile se nelle biblioteche mancano informazioni scritte in lingue diverse dall'italiano e se il personale non è in grado di aiutare gli aspiranti utenti.

Considerando poi che la maggioranza degli immigrati frequenta dei corsi di italiano proprio per superare questo primo importante ostacolo, si può pensare che all'interno di tali corsi si possano proporre itinerari guidati di visita alla città e ai musei, ma anche, più semplicemente, fornire le informazioni sul patrimonio e sui monumenti, trasmettendo una conoscenza che spesso manca e quindi rende impossibile alle persone anche solo avvertire l'esigenza e la curiosità di conoscere i luoghi più significativi della città.



### **Esposizione ai media**

Un fattore che, seppure implicitamente, risulta importante sia per la completezza della ricerca sia per una progettazione operativa che su questa indagine decida di basarsi è l'*esposizione ai media* delle persone intervistate: vale a dire quali canali di comunicazione sono maggiormente utilizzati, da dove vengono apprese le informazioni e/o dove si vanno a cercare intenzionalmente quando si è interessati a un argomento. A questo proposito occorre operare una distinzione preliminare riguardo al genere di informazione di cui si parla. I canali di comunicazione e le modalità di apprendimento delle notizie sembrano infatti cambiare a seconda che si tratti di informazioni "culturali" oppure di tipo diverso.

Per le notizie quotidiane, dalla cronaca alle novità legislative, dall'informazione allo svago, il canale di comunicazione più usato è la televisione, con un'ulteriore distinzione da operare, basata – questa volta sì – sulla provenienza geografica delle persone. Gli immigrati provenienti dall'Africa del Nord e dalla Cina seguono per la maggior parte le emittenti televisive del proprio Paese, almeno per quanto riguarda gli adulti (i giovani e le seconde generazioni in linea di massima seguono molto di più la TV italiana e guardano gli stessi programmi dei loro coetanei italiani). Le persone provenienti dalle altre zone considerate seguono invece la televisione italiana, o per scelta, soprattutto per migliorare la propria conoscenza della lingua, o per obbligo, per i costi troppo elevati per l'acquisto delle parabole o per la difficoltà di ricezione dei canali. Si può quindi ipotizzare una relativa influenza del fattore geografico sull'esposizione ad alcuni media, in particolare la TV.

È giusto sottolineare che la TV sia il medium più diffuso e più seguito: è infatti possibile tenerla accesa e seguirla, in qualche modo, anche mentre si svolgono i lavori domestici, in alcuni casi persino mentre si lavora, poiché non è un'attività che richieda uno sforzo di concentrazione particolare (così come l'ascolto di musica): ecco perché è il "consumo culturale" più citato dai soggetti intervistati, insieme appunto alla musica.

Chi legge i giornali cerca spesso testate pubblicate nella propria lingua madre, che riportano generalmente notizie del Paese d'origine; tali pubblicazioni sono reperibili con una certa facilità nei centri di trasferimento di denaro all'estero, dove in alcuni casi sono distribuiti gratuitamente a chi effettua una transazione. Esistono poi alcuni giornali cinesi e arabi pubblicati in Italia e reperibili in alcune edicole (soprattutto nei



pressi della stazione di Porta Nuova). Anche questo canale viene scelto specialmente per le notizie di cronaca riguardanti i Paesi d'origine, mentre la stampa italiana non è particolarmente seguita, se non da una minoranza di persone particolarmente interessate anche ai temi della politica; in realtà la comprensione della lingua scritta resta ancora un ostacolo significativo per molte persone che pure vivono e lavorano in Italia da tempo.

Per quanto riguarda Internet, si tratta di uno strumento diffuso soprattutto tra i giovani, utilizzato comunque per ricercare un'ampia quantità di informazioni, su svariati temi.

Si viene invece a conoscenza di una mostra o di un evento culturale soprattutto attraverso due canali fondamentali: la pubblicità dinamica, sui mezzi pubblici, e gli striscioni o i cartelloni affissi in alcuni punti della città. I mezzi pubblici sono piuttosto usati, certo più che i mezzi di trasporto privato, e ad attirare l'attenzione sono soprattutto i cartoncini pubblicitari appesi all'interno di bus e tram, attaccati ai corrimano; per quanto riguarda la pubblicità sparsa sul territorio, moltissimi degli intervistati citano lo striscione appeso all'incrocio tra corso Vittorio Emanuele II e corso Massimo d'Azeglio, oppure la serie di cartelloni lungo corso Svizzera e lungo corso Cairoli.

Va ancora detto che la radio viene seguita soprattutto da alcuni gruppi nazionali, in particolare sudamericani, ai quali già da alcuni anni si rivolgono espressamente dei programmi di musica latinoamericana, seguiti per la verità anche da molti italiani. Si tratta di un medium comunicativo da cui si apprende soprattutto di spettacoli ed eventi ricreativi legati a una precisa cultura, ma in virtù del buon successo di pubblico che riscuotono non mancano i progetti di nuovi programmi dedicati espressamente a una comunità nazionale, che offrano non solo musica e pubblicità ma anche notizie e approfondimenti legati ad alcuni Paesi.

Non si può trascurare, per quanto riguarda le informazioni relative a musei e mostre, il ruolo fondamentale del passaparola: dalle interviste emerge infatti che, sebbene alla conoscenza di un dato evento si possa pervenire attraverso vari canali, la spinta decisiva alla visita effettiva viene quasi sempre dalle opinioni positive di amici o



conoscenti, oppure dalla proposta di persone interessate che coinvolgono il soggetto nella visita, siano essi i figli che ne sentono parlare a scuola, i partner che nutrono un proprio interesse particolare, alcuni amici o colleghi che cercano compagnia per una visita ed estendono l'invito.

### **Rapporto tra seconde generazioni e il resto della comunità**

Il tema delle "seconde generazioni" viene affrontato molto spesso in ambito sociologico e psicologico, soprattutto in termini di crisi identitaria. Il problema fondamentale per i giovani nati in Italia da genitori immigrati, o emigrati con la famiglia da bambini e cresciuti nel Paese di arrivo, è dato dalla loro condizione di "ponte" fra due mondi culturali spesso molto distanti fra loro, quello dei genitori e quello del Paese ospite. La formazione di una propria identità in queste condizioni risulta spesso estremamente problematica, e il rischio di devianza tra i giovani immigrati sarebbe secondo gli studi in materia piuttosto alto, proprio per queste ragioni.

Dal punto di vista culturale, le seconde generazioni di immigrati e i giovani (non tutte le provenienze straniere sono sufficientemente "datate" da poter incontrare ragazzi nati in Italia da genitori stranieri o comunque interamente scolarizzati in Italia) corrono il rischio di perdere il patrimonio culturale della famiglia, di allontanarsi irrimediabilmente dalla cultura e dalle tradizioni del loro Paese di origine. Il caso emblematico è quello della lingua: moltissimi ragazzi parlano la lingua dei genitori, perché con la famiglia o con gli amici connazionali usano la propria lingua madre, ma non sanno scriverla correttamente; e a volte il bilinguismo è un problema, perché alcuni ragazzi possiedono una conoscenza imperfetta di entrambe le lingue, quella materna e quella acquisita.

Il rischio di perdita delle tradizioni e di allontanamento dalla cultura d'origine è al centro delle attività di alcune associazioni, che propongono corsi di lingua e cultura specifici per i giovani emigrati insieme alle famiglie; si è anche pensato a programmi radiofonici in lingua dedicati proprio ai giovani immigrati per diffondere notizie sulla madrepatria e promuovere la riscoperta delle proprie radici. L'unica area geografica che, almeno in parte, sembra immune da questo rischio, è quella maghrebina. Molte ragazze marocchine, tanto per fare un esempio eclatante, scelgono di indossare il velo in Italia, anche se in patria non lo portavano; si tratta sempre di una scelta autonoma, dettata da una convinzione personale e che, sebbene susciti qualche perplessità e molte curiosità soprattutto nei compagni di scuola, di fatto dimostra una grande



consapevolezza delle proprie scelte e un legame forte con la propria cultura originaria, di cui si dimostra grande orgoglio.

Dalle interviste emerge che, per quanto riguarda il tempo libero, le attività a cui si dedicano i giovani rispecchiano sostanzialmente quelle a cui si dedicano i loro coetanei italiani: ascolto di musica, uscite con gli amici, televisione e cinema. Non molti amano la lettura e solo un paio di ragazze indicano i musei e le mostre come uno dei passatempi preferiti: la netta maggioranza rispecchia la tendenza dei giovani italiani a visitare i musei solo con la scuola, con interesse soprattutto per il Museo Egizio e il Museo del Cinema, e dice di apprezzare la visita (soprattutto, ammette qualcuno, perché si perde un giorno di lezione) ma che probabilmente non ripeterà le visite per propria scelta.

Quasi nessuno dei ragazzi intervistati fa parte di associazioni culturali, a parte una ragazza che appartiene a un gruppo folkloristico etnico e alcuni ragazzi che fanno parte di un'associazione religiosa islamica, scelta che giustificano con un sincero interesse personale per i temi religiosi e culturali e per l'associazionismo giovanile. Gli stessi ragazzi partecipano anche ad attività di volontariato, altro elemento che scarseggia nel resto delle interviste.

In generale si può parlare di omogeneità dei giovani immigrati rispetto ai loro coetanei italiani; l'unico elemento da notare è che spesso i ragazzi intervistati dicono di frequentare più amici connazionali che italiani, oppure di avere tanti amici italiani quanto stranieri, non solo connazionali. Questo particolare tuttavia non sembra incidere particolarmente sulle abitudini per il tempo libero.



### **Gli stranieri: categoria monodimensionale o tante realtà con problemi di relazione con il fatto culturale diversi?**

Dalle interviste emerge chiaramente che i diversi atteggiamenti nei confronti della cultura e dei musei non sono riconducibili in maniera assoluta a nessuna "categoria superiore", quale ad esempio la provenienza geografica o il titolo di studio acquisito: le istanze culturali espresse dagli intervistati sono così diverse fra loro da far pensare che si tratti di un fatto totalmente e puramente soggettivo, legato a interessi personali del singolo individuo, e che l'influenza degli altri fattori sia solo parziale. Neanche le abitudini che si avevano in patria, prima dell'esperienza migratoria, sembrano influire decisamente sul comportamento che si adotta nel Paese di arrivo: alcuni intervistati che riferiscono di un'intensa partecipazione alla vita culturale in età giovanile, nel Paese d'origine, dicono di aver perduto tale abitudine in seguito alla migrazione, chi per mancanza di tempo, chi per un cambiamento nei gusti e negli interessi, chi per ragioni economiche.

La provenienza geografica o culturale sembra incidere soprattutto sull'abitudine al consumo culturale nel Paese di origine: alcuni Paesi hanno un'offerta museale estremamente limitata, per cui chi proviene da tali aree generalmente percepisce un aumento del proprio consumo museale dopo l'esperienza migratoria (è il caso di alcuni Paesi africani, dove la cultura tradizionale permea ogni aspetto della vita quotidiana ma non sempre esistevano, soprattutto in passato, spazi espositivi o luoghi "ufficialmente consacrati" alla conservazione di reperti e opere). Esistono Paesi in cui il teatro è un passatempo "popolare", molto più accessibile del cinema, per cui varie persone che provengono dalla Romania indicano il teatro come una delle attività del tempo libero che svolgevano in patria, mentre qui l'hanno abbandonata, per ragioni diverse. Esistono anche Paesi in cui il consumo culturale e museale in particolare era addirittura scoraggiato dal regime di governo (la Cina, dove la Rivoluzione Culturale ha creato una società estremamente materialistica, proiettata verso il lavoro, il guadagno e la razionalità e ha attuato una sorta di rifiuto della tradizione), ma ciononostante tra connazionali si rivelano comportamenti diversi, persone che per questo motivo non frequentavano i musei in patria e qui invece li frequentano, persone che non li frequentavano e continuano a non considerarli particolarmente interessanti, persone che al contrario li frequentavano in patria e qui invece hanno smesso, per svariati motivi, o hanno quanto meno ridotto questo tipo di attività.



È difficile quindi categorizzare i diversi tipi di atteggiamento nei confronti del fatto culturale basandosi su parametri socio - anagrafici, quali l'età, la provenienza, il titolo di studio o l'attività lavorativa. Il fattore decisivo è l'interesse personale del singolo, agevolato comunque, si direbbe, dalle abitudini acquisite in patria e dalle modalità di inserimento nel Paese ospite, in termini di attività lavorativa svolta, di composizione del nucleo familiare e di condizioni economiche, sia percepite sia reali. Non si può parlare di un unico fattore di riferimento, ma semmai della sinergia tra più fattori:

- le abitudini acquisite in patria, che incidono in quanto, in generale, chi aveva forte interesse per la cultura prima di lasciare il proprio Paese di solito non perde questo interesse dopo l'esperienza migratoria, anche se contano le reali possibilità della persona;
- la composizione del nucleo familiare, che incide per due ragioni fondamentali: il numero di componenti della famiglia, quindi la spesa complessiva da affrontare qualora si decida di visitare un museo o comunque di dedicarsi a un'attività che abbia un costo di partecipazione, e il fatto che spesso chi ha dei figli in età scolare li accompagna in visite a musei, monumenti e siti utili per il loro studio, o semplicemente di loro interesse (è il caso di una mamma che ha accompagnato il figlio al Museo dell'Automobile perché lui adora le macchine, mentre lei non ne ha nessun interesse, ma ha comunque approfittato dell'occasione per visitarlo).
- L'attività lavorativa svolta, che incide soprattutto sulla tipologia di eventi a cui il soggetto partecipa: chi lavora nel campo della mediazione culturale, ad esempio, per motivi di aggiornamento professionale segue corsi, seminari, conferenze sul tema e legge quasi sempre anche dei libri sull'argomento, generalmente in lingua italiana. Chi si dedica ad attività artistiche spesso visita alcune mostre e musei sia per interesse personale sia per trarne ispirazione, talvolta ripetendo le visite per concentrarsi ogni volta su poche opere significative. Chi si inserisce in ambienti lavorativi interamente costituiti da connazionali e non ha interesse ad allacciare rapporti con la comunità locale e con la cultura del Paese ospite, resterà quasi sempre escluso dalla vita culturale della città, partecipando piuttosto a incontri ed eventi organizzati, spesso in maniera informale, da altri membri della sua comunità. Chi svolge un'attività lavorativa molto intensa possiede una quantità limitata di tempo libero, che non sempre sceglie di occupare con attività culturali.



- Le condizioni economiche, sia reali sia percepite, influenti soprattutto nell'indirizzare il consumo verso attività poco costose o gratuite. Tutti i mediatori culturali intervistati affermano che gli immigrati cercano sempre di contenere le spese, soprattutto per il tempo libero e la cultura, anche quando ormai hanno raggiunto una condizione economica stabile.

I fattori elencati sono quelli che, combinati tra loro, sembrano influenzare l'atteggiamento delle persone nei confronti del consumo di cultura, e si pongono in maniera trasversale rispetto alla provenienza geografica.

Va tenuto sempre presente dunque che non si può considerare "la popolazione immigrata" come un blocco monolitico perfettamente omogeneo, né si può sperare di ritrovare questa omogeneità all'interno dei singoli gruppi nazionali.



#### **4.2.5. Riassumendo...**

Confrontando i risultati dell'analisi quantitativa e i dati emersi dalle interviste qualitative, il risultato complessivo del lavoro è il seguente:

- il consumo museale degli immigrati è influenzato fundamentalmente dall'interesse per la cultura e dal possesso degli strumenti per dedicarsi ad essa:
  - dall'interesse per la mostra o il museo (che cresce se c'è un legame tra il tema proposto dal museo o mostra e la propria cultura d'origine e anche, soprattutto per i musei storici della città, se il progetto migratorio è a lungo termine e comporta il desiderio della persona di aumentare la conoscenza del Paese ospite e della sua storia)
  - dalle abitudini culturali acquisite in patria (legate al titolo di studio), che le persone, almeno dopo un periodo di assestamento, tendono a riacquistare almeno in parte;
  - dal grado di stabilizzazione, reale e percepita, sul territorio (che dipende dalla durata del soggiorno, dall'inserimento lavorativo, dalla disponibilità economica)
  - dalla disponibilità di tempo libero (legato in particolare al tipo di lavoro svolto)
  
- ciò che allontana gli stranieri dai musei è:
  - la necessità di soddisfare altre esigenze più urgenti rispetto alle visite ai musei
  - il costo del biglietto, soprattutto per chi ha una famiglia e quindi deve pagare più di un titolo di ingresso (l'ingresso libero il primo venerdì del mese non ha successo perché è un giorno lavorativo)
  - la convinzione di non riuscire a "capire" i musei: per le didascalie insufficienti e solo in italiano, per le visite guidate troppo costose, per la mancanza di una conoscenza di base della storia del Paese
  
- ciò che i musei potrebbero fare per coinvolgere gli stranieri è:
  - ridurre / abolire il costo del biglietto
  - proporre l'ingresso libero in giorni festivi



- migliorare l'atteggiamento del personale, spesso giudicato scostante e poco accogliente
  - proporre delle visite guidate espressamente dedicate agli immigrati, che tengano conto della scarsa conoscenza della storia dell'Italia e di Torino da parte dei soggetti
  - comunicare e promuovere tali iniziative attraverso canali di comunicazione che siano utilizzati anche dagli stranieri, usando anche pubblicità in lingue diverse
  - dare l'opportunità agli artisti stranieri che vivono a Torino di esporre le proprie opere, coinvolgendo le comunità di riferimento da protagoniste: non solo attraverso gli artisti, ma anche tramite il coinvolgimento di altri stranieri nell'allestimento, nella conduzione di visite guidate, nell'attività di promozione dell'evento
- gli "stranieri" sono un gruppo di popolazione che al suo interno si mostra estremamente disomogeneo in termini di istanze culturali; tale disomogeneità dipende prevalentemente dall'attitudine del singolo (vedi punto precedente), non dalla provenienza geografica, ma quest'ultima può influenzare la preferenza per alcuni generi di consumi culturali piuttosto che per altri
  - le "seconde generazioni" e i giovani sono sostanzialmente molto vicini ai coetanei italiani per quanto concerne le scelte per il tempo libero, i consumi culturali e la relativa distanza dalle istituzioni museali.

È possibile schematizzare il rapporto con i consumi culturali durante l'arco di vita delle persone, in linea assolutamente generale, prendendo spunto dal metodo proposto da Colombo ed Eugeni nel libro *Il prodotto culturale* [2001]. La biografia culturale di un soggetto – tipo viene disarticolata in una serie di fasi, divise tra loro da eventi critici che comportano il passaggio da un ciclo di vita ad un altro. L'analisi viene compiuta distinguendo tra diverse "traiettorie", ambiti di interesse; nel caso in esame, tali traiettorie possono essere quella culturale, quella di integrazione e quella personale, a seconda della tipologia di soggetti che si voglia considerare.



Si possono infatti distinguere, approssimativamente, due casi – tipo: il caso di un progetto migratorio “a lungo termine” e quello di un progetto migratorio “a breve termine”, considerando proprio il progetto migratorio, ovvero le aspettative e la programmazione di vita del soggetto, come fattore discriminante. Nel primo caso, si schematizza un percorso biografico piuttosto vicino alla realtà di molte persone che migrano per migliorare le proprie condizioni di vita, non escludendo di stabilirsi in un Paese diverso da quello d’origine; va sottolineato come la maggior parte degli immigrati mantenga il desiderio o la speranza di rientrare in patria, magari al termine della vita lavorativa, ma molte persone sono consapevoli del fatto che questa potrebbe restare una speranza, e che la loro vita sia ormai “altrove”. In questo caso, le traiettorie di vita fondamentali sono quella dell’integrazione e quella culturale. Il desiderio di “integrarsi” nel Paese d’arrivo è forte per tutto l’arco della vita, dal momento della migrazione in poi, proprio per la volontà di inserirsi stabilmente nella nuova società, accettandone e condividendone, entro i limiti imposti dal libero arbitrio, valori e abitudini. Questo progetto migratorio coinvolge spesso persone che nel Paese d’origine hanno seguito una carriera di studi e hanno consolidato alcune abitudini culturali, che tenderanno a mantenere per quanto possibile anche nel nuovo Paese. A questo punto occorre considerare gli eventi critici che caratterizzano questo percorso biografico: primo fra tutti proprio la migrazione, alla quale corrisponde, necessariamente, una diminuzione (o una scomparsa) dei consumi culturali in favore di esigenze più pressanti. È il classico caso della persona che, appena emigrata, deve preoccuparsi di trovare lavoro, un’abitazione, di mettersi in regola con i documenti e via dicendo, per cui alcuni consumi non necessari non rientrano tra le sue priorità. È solo dopo che si è raggiunta una stabilizzazione, dal punto di vista economico, legale e sociale, che i consumi possono riprendere, guidati sia dall’interesse personale del soggetto sia dall’attività lavorativa svolta al momento: si pensi ad esempio ai mediatori culturali, che partecipano attivamente a tutti i convegni, seminari e conferenze sui temi dell’immigrazione. L’attività lavorativa svolta incide sulle scelte culturali anche, indirettamente, per via dei legami che si creano con i colleghi di lavoro e le reti sociali che il soggetto si costruisce, tutti rapporti interpersonali che possono influenzare i consumi culturali e del tempo libero. Nella fase di stabilizzazione rientra in genere anche la formazione di un nucleo familiare, quindi un matrimonio o una convivenza, evento che però non mette in crisi il sistema dei consumi, neanche culturali; il vero evento critico è piuttosto la nascita dei figli, che comporta una contrazione delle spese



e nuovamente la diminuzione dei consumi culturali; è da notare che anche per le famiglie italiane la fase detta "nido pieno 1" (giovane coppia col primo figlio) è quella a cui corrisponde un crollo delle spese per la cultura<sup>2</sup>. L'inserimento scolastico dei figli, infine, determina una ripresa dei consumi culturali sia per il superamento della precedente fase, economicamente piuttosto critica, sia per uno spirito di condivisione delle esperienze culturali con i figli, oltre che per l'esigenza di accompagnarli a musei e mostre per soddisfarne una curiosità spesso generata proprio dalla scuola. È il caso di un'intervistata di nazionalità cinese che ha visitato il Museo dell'Automobile per accompagnare il figlio, che ne aveva sentito parlare proprio a scuola.

Contestualmente, l'inserimento scolastico dei figli determina un rafforzamento della traiettoria di integrazione dei genitori, i quali cercano in prima persona di avvicinarsi ancora di più alla società di accoglienza, arrivando talvolta a rielaborare il proprio sistema di valori per semplificare il percorso di formazione dell'identità dei figli.

L'altro caso schematizzato è quello del progetto migratorio "a breve termine". Si tratta del percorso di vita di quelle persone che emigrano per migliorare essenzialmente le proprie condizioni economiche, ma con l'idea di rientrare in patria appena raggiunto un certo livello di benessere economico. È un genere di progetto migratorio che caratterizza la maggioranza delle persone provenienti da alcune aree geografiche, soprattutto la Cina, e che comporta una serie di effetti secondari: anzitutto uno scarso interesse all'integrazione nella società di accoglienza, visto che la vita nel nuovo Paese viene improntata al lavoro e al raggiungimento del massimo benessere nel minimo tempo; inoltre i soggetti si inseriscono spesso in circuiti lavorativi gestiti interamente da connazionali, per cui il rapporto anche professionale con gli italiani è minimo o addirittura nullo. Ciò che caratterizza l'esperienza migratoria di queste persone, che spesso provengono da zone rurali o con forte attività industriale e non possiedono un livello di istruzione elevato ma solo una formazione professionale, è un "mito del ritorno" così forte da improntare tutta la vita lontano da casa; tuttavia molto spesso si tratta solo di un mito, di un progetto che non si realizza, per svariati motivi. In ogni caso la traiettoria principale di una biografia del genere è una traiettoria personale,

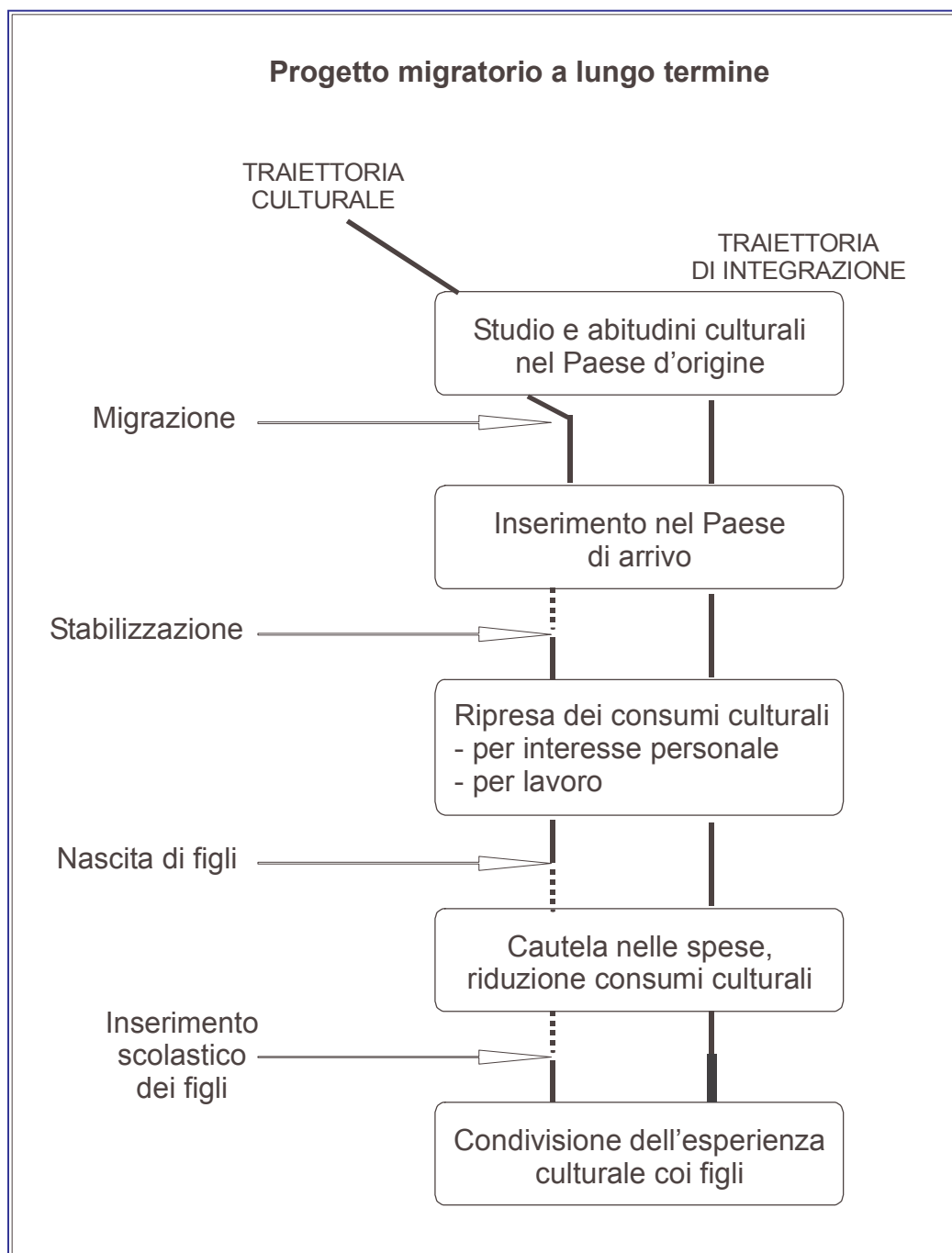
---

<sup>2</sup> Si definisce "nido vuoto" la fase in cui la coppia si è appena sposata, "nido pieno 1" la fase in cui la coppia ha il primo figlio piccolo, "nido pieno 2" dalla nascita dell'eventuale secondo figlio; a ogni fase corrisponde una modifica dei consumi, non solo culturali, in senso quantitativo e spesso anche qualitativo, modifica legata a sua volta all'aumento delle spese, all'impegno nella cura dei figli e così via. I consumi meno essenziali sono quelli che, in caso di necessità, vengono ridotti o eliminati per primi, e i consumi ricreativi e culturali rientrano fra questi.

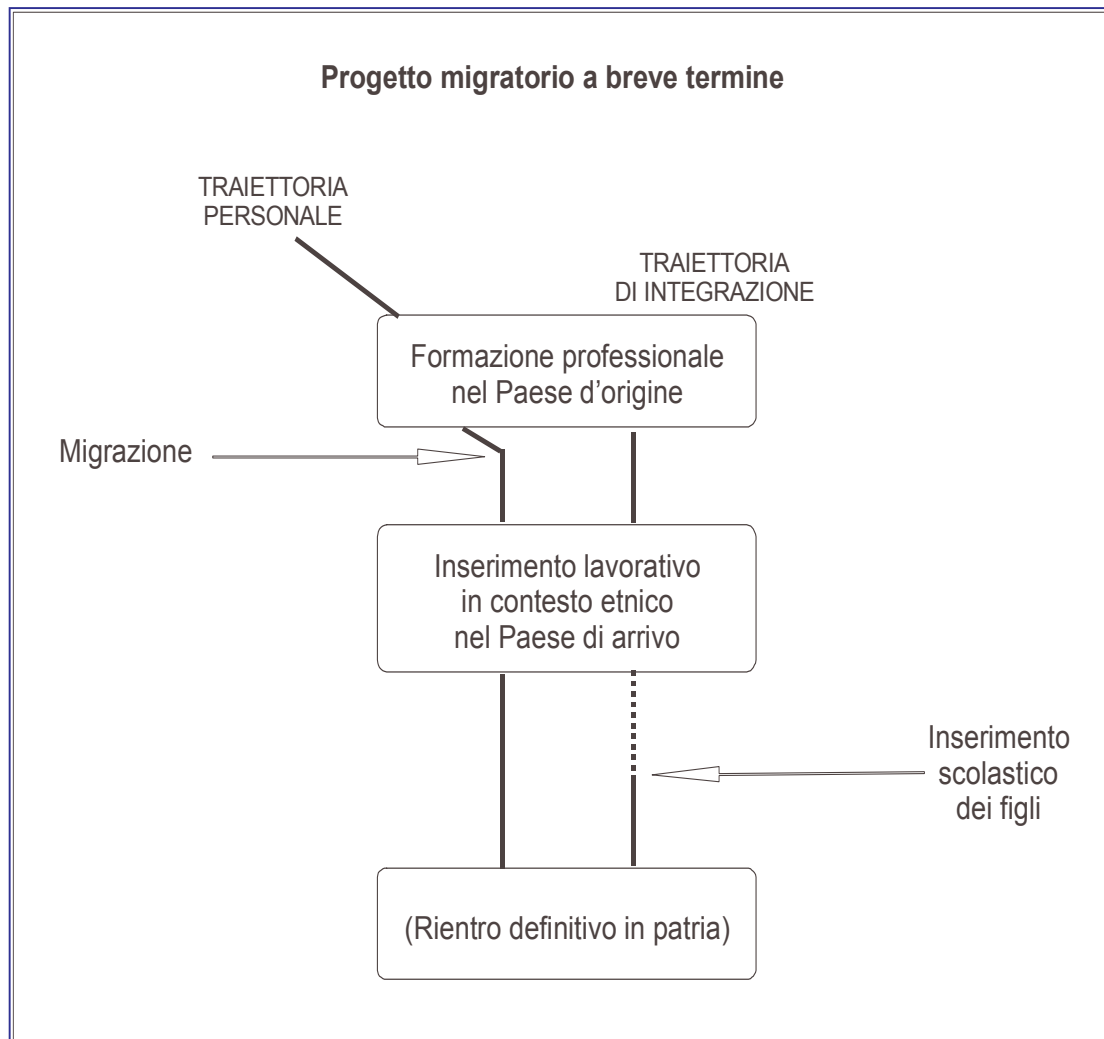


ovvero il perseguimento di un certo obiettivo (economico) in vista del rientro definitivo in patria; poiché sovente l'esperienza migratoria dura vari anni, nel frattempo è facile che nascano dei figli, unico evento abbastanza critico da comportare un rafforzamento di una traiettoria di integrazione altrimenti molto esile.

Si tratta evidentemente, in entrambi i casi, di un'astrazione; difficilmente un percorso biografico può essere così lineare e schematizzabile, senza contare che i fattori che influenzano le vicende delle persone sono talmente numerosi da dare luogo a una molteplicità di combinazioni. Tuttavia può essere una base di partenza per definire quelli che sono i principali cicli di vita delle persone immigrate a seconda del loro progetto migratorio, e per comprendere in quali momenti del percorso biografico i soggetti siano più o meno propensi al consumo culturale.



*Schema 1: percorso biografico tipico di un soggetto con progetto migratorio "a lungo termine", ovvero pronto a stabilirsi definitivamente in un Paese diverso da quello d'origine. La traiettoria di integrazione è seguita per tutto l'arco della vita a partire dal momento della migrazione, e si intensifica con l'inserimento scolastico dei figli; la traiettoria culturale, avviata nel Paese d'origine, subisce un mutamento di direzione con l'esperienza migratoria, ma sostanzialmente prosegue lungo tutto il percorso, assumendo intensità diversa in corrispondenza di eventi critici quali la stabilizzazione nel nuovo Paese e l'inserimento scolastico dei figli*



*Schema 2: percorso biografico tipo di un soggetto con progetto migratorio a breve termine, la cui esperienza migratoria è finalizzata al miglioramento delle proprie condizioni economiche per poter poi rientrare definitivamente in patria. La traiettoria personale non subisce sostanziali variazioni durante l'esperienza migratoria; gli sforzi per l'integrazione e per l'inserimento nella nuova società sono ridotti al minimo indispensabile fino al momento dell'inserimento scolastico dei figli (se nati in Italia o arrivati in età prescolare), quando è necessario stabilire contatti più continuativi e più forti con la scuola e le istituzioni.*