

**Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale
Università di Trento**

Unità di ricerca Cives, istituzioni economiche e bene comune

I pubblici dei Festival in Trentino

**Chi partecipa ai festival del Trentino? Con quali esiti privati e
comuni?**

Rapporto di ricerca no. 2

Coordinatrice della ricerca: Prof. Silvia Sacchetti

Collaboratore di ricerca: Marco Di Stasio



Citazione consigliata:

Di Stasio, M., Sacchetti, S. (2026) I pubblici dei Festival in Trentino: Chi partecipa ai festival del Trentino? Con quali esiti privati e comuni?, rapporto di ricerca No. 2. Progetto “Organizzare e innovare nel settore culturale”. Unità di ricerca su istituzioni economiche e bene comune (Cives), Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale, Università di Trento.

Abstract

Il rapporto di ricerca analizza la composizione e le dinamiche dei pubblici di tre festival culturali svolti in Trentino nel 2023—RAM, Oriente Occidente e Contavalle—con l’obiettivo di comprendere per chi è la partecipazione culturale e quali esiti individuali e collettivi essa generi. L’indagine, costruisce un ponte tra tematiche di economia della cultura e sociologia della cultura. Si sostanzia dei dati raccolti con una survey originale somministrata ai partecipanti durante gli eventi (N=378), con una distribuzione delle risposte pari al 47,4% per RAM, 29,4% per Oriente Occidente e 23,3% per Contavalle. Il disegno è cross-sectional e integra analisi bivariata e network analysis. Il lavoro di analisi dei questionari ha consentito di esaminare la composizione dei pubblici dei tre festival, le motivazioni individuali, gli esiti percepiti, e le forme di relazione, scambio e aspettativa che collegano eventi e partecipanti, sia a livello individuale sia come gruppi accomunati da caratteristiche condivise. I risultati presentati restituiscono una fotografia di queste dimensioni riferita al 2023, anno in cui la rilevazione è stata realizzata, offrendo un quadro delle principali caratteristiche dei pubblici, del loro rapporto con gli eventi culturali e con le altre realtà associative del territorio. Alla luce delle due domande di ricerca che hanno guidato l’indagine — per chi è la cultura e con quali esiti, la ricerca evidenzia che i pubblici dei festival intercettano un pubblico motivato dai contenuti e all’atmosfera del festival, e per un segmento definito della popolazione trentina per quanto riguarda età, livello di istruzione e propensione alla partecipazione, ma con variazioni rilevanti per aree territoriali di provenienza, di genere e percezione degli effetti prodotti. Il principale ostacolo alla partecipazione è relativo ai costi di distanza e ai costi più in generale. In termini di esiti, tutti i partecipanti percepiscono i festival come eventi che permettono loro di arricchire il proprio senso critico e la consapevolezza di ciò che il territorio offre, ma anche per rompere la routine quotidiana. Le differenze tra gli esiti percepiti emergono invece in relazione al rapporto dei partecipanti con altre realtà culturali e associative, suggerendo un ruolo dei festival come spazi di socialità e condivisione connotati per ciascun festival (nemmeno per i due festival urbani i pubblici si sovrappongono esattamente) ma integrate in un sistema coerente di consumi culturali in generale. Le analisi di rete mostrano la presenza di gruppi di partecipanti aggregati attorno a interessi comuni e riconducibili alla cultura alta, ma con configurazioni e composizioni che variano tra i diversi festival in termini di densità e modularità delle reti. Rispetto alla partecipazione stabile in attività associative sono state apprezzate differenze ancora più marcate tra gli utenti dei festival. Tutte le reti sono scarsamente connesse e i legami piuttosto selettivi. Nel capitolo finale si discutono i principali limiti dello studio e le possibili direzioni di sviluppo e approfondimento futuro.

Riepilogo dei risultati

Dimensioni di analisi	In generale	Contavalle (Area intermedia)	Oriente Occidente (Polo urbano)	RAM (Polo urbano)
a) Motivazioni	Qualità, atmosfera e location.	Privato e relazionale: atmosfera condivisa e beni relazionali	Private: atmosfera di eventi specifici (danza) e cultura "alta".	Private: atmosfera di eventi specialistici: antropologia e archeologia (divulgazione).
b) Esiti percepiti	Senso critico 4,21/5), consapevolezza cultura (4,19), apprendimento personale.	Partecipazione come un'esperienza di comunità	Sviluppo di senso critico e approfondimento personale.	Sviluppo di senso critico e approfondimento personale.
d) Partecipazione culturale	Orientata alla cultura "alta".	Teatro (81%), altri eventi (conferenze) (68%), cinema (68%).	Mostre/musei (85%), teatro (81%), cinema (86%),.	Mostre/musei (84%), cinema (73%), teatro (70%).
e) Volontariato	Circa il 50% degli utenti è attivo in associazioni.	Il pubblico più attivo: 59,1% degli utenti; utente mediano è parte di 2 associazioni.	Pubblico selettivo: 57,7% degli utenti; mediana 1 associazione.	Il pubblico meno attivo: 43% degli utenti; utente mediano è parte di 1 associazione.
f) Profilo demografico	Prevalenza donne; fascia 51-65 anni.	Più inclusivo: 21,1% licenza media.	Forte componente femminile (+14% rispetto media).	Profilo non distante dalla media generale dei tre festival.
g) Attività lavorativa	Pensionati e lavoratori a tempo pieno, non in campo artistico.	Composizione omogenea, riflette la natura di festival della comunità.	Eterogeneità occupazionale.	Prevalenza lavoratori a tempo pieno e pensionati.
h) Istruzione	Livello medio-alto o universitario.	Quota laureati inferiore (35,5%) rispetto ai festival dei poli urbani.	Livello elevato: 61,2% di istruzione universitaria.	Livello elevato: 56,4% di istruzione universitaria.

Ringraziamenti

Il progetto è finanziato dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Trento e Rovereto (Caritro) nell'ambito di contributi rivolti alla ricerca nelle scienze socioeconomiche e umanistiche. Si ringraziano le responsabili e i responsabili della direzione dei tre Festival presenti in questo studio, Alessandra Cattoi per RAM, Tommaso Pasquini e Paola Pederghana per Contavalle, Anna Consolati per Oriente Occidente, che hanno aderito con interesse e pazienza alla ricerca, nonché il pubblico che ha dedicato il proprio tempo a rispondere al questionario. Si ringraziano Alicia Chiodi, Valentina Mustaffi ed Enzo Loner e Andrea Ronzani per il supporto nelle fasi di definizione del questionario, raccolta, gestione ed elaborazione dei dati, nonché nell'editing finale del documento. Un ringraziamento finale al Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale per aver supportato le necessità del progetto.

INDICE

CAPITOLO 1. INTRODUZIONE.....	5
CAPITOLO 2. DATI E METODI	7
2.1 Dati e disegno di ricerca.....	7
2.2 Analisi	8
2.3 Self selection.....	9
2.4 Analisi di rete.....	9
2.5 Strumenti software	10
CAPITOLO 3. PER CHI E' LA CULTURA?	11
3.1 Composizione complessiva del pubblico	11
3.2 Equilibrio finanziario e fruizione culturale.....	15
3.3 Partecipazione attiva al settore culturale	16
3.4 Differenze tra festival nella composizione del pubblico	18
CAPITOLO 4. GLI ESITI DELLA PARTECIPAZIONE AGLI EVENTI.....	23
4.1 Motivazioni e percezione degli effetti della partecipazione.....	23
4.2 Le differenze tra i festival.....	26
4.3 Gli ostacoli alla partecipazione a eventi culturali e inclusione	28
CAPITOLO 5. COMPOSIZIONI DELLE RETI NEI PUBBLICI	33
5.1 Reti e partecipazione ad eventi culturali	34
5.2 Reti e appartenenza ad associazioni	39
CAPITOLO 6. CONCLUSIONI.....	45
6.1 Per chi è la cultura.....	45
6.1.1 Profili socio-demografici.....	45
6.1.2 Pubblici attivi e collocati culturalmente	45
6.2 Impatti della partecipazione	47
6.2.1 Outcome percepiti dagli utenti e inclusività socioeconomica	47
6.2.2 Bonding e bridging.....	48
6.3 Considerazioni finali	48
BIBLIOGRAFIA	50
APPENDICE	51
Summary dell'analisi bivariata e codebook del dataset utilizzato	51
Community Detection (attraverso l'algoritmo di Louvain).....	56

CAPITOLO 1. INTRODUZIONE

I temi affrontati in questo report sono inerenti all'esperienza di partecipazione dell'utenza a tre festival di matrice artistico-culturale presenti sul territorio trentino — Oriente Occidente, RAM e ContaValle. I tre festival sono stati oggetto di analisi del progetto di ricerca *“Organizzare e innovare nel settore culturale: i festival, le organizzazioni e il sistema di innovazione culturale in Trentino”*, finanziato dalla Fondazione Caritro e coordinato dalla Prof.ssa Silvia Sacchetti per l'Università di Trento. La survey fornisce informazioni puntuali sul pubblico che partecipa agli eventi dei sopracitati tre festival, che sono stati scelti per approfondimenti specifici tra tutti i 67 festival artistico-culturali trentini mappati nelle fasi iniziali della ricerca e analizzati in forma aggregata nel report *I Festival in Trentino. Organizzazioni ed offerta culturale dei festival di matrice artistica in Trentino: governance, proposta culturale ed esiti collettivi* (Sacchetti, Mustaffi; 2026)¹.

Dato il contesto dei tre festival, gli utenti di riferimento comprendono frequentatori di eventi in area urbana (Rovereto) e in area periferica (Altavalle, Val di Cembra). Gli stessi festival si distinguono per natura e pubblico target, circoscritto alla danza contemporanea e relativo alla sfera della “cultura alta” come nel caso di Oriente Occidente, connotato su temi di antropologia e archeologia ma rivolto ad un pubblico ampio come nel caso del RAM film festival, e infine il festival Contavalle, incentrato su esperienze partecipative di comunità, storytelling e teatro.

I risultati della survey vanno letti insieme al rapporto di ricerca *Per chi è la cultura, da chi è governata e con quali esiti: un focus su tre casi di festival artistico-culturali in Trentino*² che presenta i tre festival nel loro contesto territoriale e ne analizza le caratteristiche e gli esiti attraverso un metodo qualitativo, incentrato sul dialogo con gli stakeholder interni ed esterni

¹ Sacchetti, S.; Mustaffi V. (2026) *I Festival in Trentino. Organizzazioni ed offerta culturale dei festival di matrice artistica in Trentino: governance, proposta culturale ed esiti collettivi.*, rapporto di ricerca No. 3 Progetto “Organizzare e innovare nel settore culturale”. Unità di ricerca su istituzioni economiche e bene comune (Cives), Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale. Università di Trento.

² Sacchetti, S.; Di Stasio, M.; Mustaffi, V. (2025) *Per chi è la cultura, da chi è governata e con quali esiti. Un focus su tre casi di festival artistico-culturali in Trentino*, rapporto di ricerca No. 1. Progetto “Organizzare e innovare nel settore culturale”. Unità di ricerca su istituzioni economiche e bene comune (Cives), Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale. Università di Trento.

all'organizzazione. Il presente documento si concentra sulle domande “Per chi è la cultura?” e “Quali sono i suoi esiti?”, ed è orientato da un quadro teorico di riferimento più ampio, sviluppato nel rapporto qualitativo.

Lo scopo di questo report è principalmente descrittivo ed esplorativo: l'obiettivo non è generalizzare, ma approfondire la conoscenza dei pubblici dei tre festival selezionati come casi studio. I festival sono stati scelti perché rappresentativi di diverse realtà culturali e territoriali del Trentino, permettendo di osservare dinamiche, comportamenti e caratteristiche dei partecipanti in contesti distinti ma comparabili, fornendo così un quadro articolato e dettagliato della partecipazione culturale nel territorio studiato.

Nel capitolo che segue vengono illustrate nel dettaglio le metodologie di raccolta, trattamento e analisi dei dati utilizzate. Il capitolo successivo descrive la composizione del pubblico generale e dei diversi festival, esaminando le caratteristiche demografiche, il livello di partecipazione e di coinvolgimento nel settore culturale, l'equilibrio finanziario legato alla fruizione culturale e le differenze tra i pubblici dei vari festival. La sezione successiva si concentra sugli esiti della partecipazione, analizzando le motivazioni degli utenti, la percezione degli effetti vissuti e le differenze tra festival, nonché gli ostacoli che limitano l'accesso e l'inclusione. Vengono poi presentati i risultati delle analisi di rete, basate sulle relazioni tra utenti, partecipazione agli eventi e appartenenza ad associazioni. Infine, i risultati principali vengono discussi e sintetizzati, con una riflessione sui limiti dello studio e sulle possibili direzioni di espansione futura.

CAPITOLO 2. DATI E METODI

2.1 Dati e disegno di ricerca

Il lavoro presenta uno studio quantitativo di tipo survey, con disegno cross-sectional e carattere esplorativo. I dati sono stati raccolti durante le edizioni 2023 dei tre festival Contavalle, Oriente Occidente e RAM film festival (Rovereto Archeologia e Memorie), attraverso un questionario somministrato sia in formato cartaceo sia in formato digitale mediante la piattaforma LimeSurvey, con accesso tramite QR code. Il questionario è articolato in due sezioni: la prima, dedicata ai valori e agli esiti, comprende complessivamente 13 domande; la seconda, di carattere anagrafico, è composta da 10 domande. I questionari cartacei sono stati successivamente digitalizzati tramite inserimento manuale dei dati. Lo strumento di rilevazione è articolato in tre sezioni principali: una sezione anagrafica, una sezione relativa alla partecipazione al festival e una sezione dedicata agli aspetti valoriali e agli esiti della partecipazione. Quest'ultima comprende variabili di tipo Likert, categoriali ordinali e categoriali non ordinali, finalizzate a rilevare le motivazioni alla partecipazione, gli effetti percepiti del festival, il coinvolgimento degli utenti in altre attività e gruppi presenti sul territorio, nonché la percezione di difficoltà e la propensione alla partecipazione a eventi culturali; il dettaglio delle variabili è riportato nel codebook in appendice (Tab. 27).³

Una volta conclusa la raccolta dei dati, le risposte provenienti dalle due modalità di somministrazione sono state integrate in un unico dataset. Il dataset iniziale, composto da 404 casi, è stato sottoposto a una fase di pulizia che ha comportato l'eliminazione delle righe e delle variabili caratterizzate da percentuali eccessivamente elevate di valori mancanti, nonché il controllo del rispetto delle logiche di skip previste dal questionario e la correzione di eventuali errori di inserimento delle risposte, in particolare per i questionari cartacei. Non è stata effettuata alcuna imputazione dei valori mancanti. Al termine di questa fase, il dataset risultante è composto da 378 casi, senza modifiche sostanziali nelle distribuzioni delle variabili

³ Il dataset originario è stato progressivamente trasformato per le diverse analisi mediante la creazione di nuove variabili e la selezione di sottoinsiemi di righe e colonne. Il codebook documenta tutte le variabili prodotte nel corso del processo analitico, sebbene esse non coesistano in un unico dataset integrato.

analizzate. Il campione risulta distribuito tra i tre festival come segue: RAM rappresenta il 47,4% delle risposte, seguito da Oriente Occidente con il 29,4% e da Contavalle con il 23,3%.

2.2 Analisi

Sul dataset così costruito è stata condotta un'analisi monovariata preliminare, finalizzata alla descrizione delle principali caratteristiche del campione e alla costruzione di nuove variabili derivate attraverso operazioni di recoding di categorie con numerosità troppo elevate o troppo ridotte, come dettagliato nel codebook in appendice. In particolare, a partire dalla variabile relativa al CAP del luogo di residenza degli utenti è stata costruita una classificazione territoriale che distingue tra differenti aree in base alla dimensione demografica dei comuni, nonché una variabile relativa alla distanza tra il luogo di residenza dell'utente e il luogo del festival. In seguito altre variabili riguardanti la perifericità culturale dei comuni in cui gli utenti sono residenti sono state prodotte. Questi dati sono stati ottenuti integrando i dati del questionario con un dataset ISTAT e SNAI (Strategia Nazionale Aree Interne) fornito dal centro di ricerca Cives dell'Università di Trento.

L'analisi è quindi proseguita con una fase bivariata, organizzata attorno a quattro aree di interesse direttamente collegate alle due domande di ricerca principali del progetto, volte a indagare, da un lato, la composizione dei pubblici e le differenze tra festival e, dall'altro, gli esiti e le percezioni associati alla partecipazione culturale⁴. Nell'interpretazione dei risultati si è scelto di non basarsi esclusivamente sulla significatività statistica, ma di considerare anche la forza e la rilevanza sostantiva delle relazioni osservate; di conseguenza, nel corpo del report sono presentati e commentati principalmente i risultati statisticamente significativi e/o

⁴ Le relazioni tra variabili categoriali sono state analizzate mediante il test del chi-quadro, accompagnato dall'indice di Cramer's V per la valutazione della forza dell'associazione. Per il confronto tra variabili ordinali e scale Likert sono stati utilizzati test non parametrici di Kruskal–Wallis (per verificare se le distribuzioni della variabile ordinale differissero tra i gruppi) e l' η^2_H (eta quadro di Kruskal–Wallis) per misurare la grandezza delle differenze tra gruppi. Questo approccio è stato adottato per non violare le assunzioni di normalità, omoschedasticità e intervalli uguali che le scale Likert potrebbero non rispettare: η^2_H riflette differenze robuste, non sottili artefatti distributivi.

caratterizzati da associazioni non trascurabili, mentre tutte le relazioni testate sono comunque documentate in appendice (Tab. 26).

La tabella 20, capitolo 4, utilizza l'indice di Gini per confrontare l'eterogeneità di partecipazione degli utenti secondo diverse variabili. L'indice di Gini misura la disuguaglianza nella distribuzione di una variabile sulle categorie della variabile stessa, variando da 0 (minima concentrazione) a 1 (massima concentrazione).

I risultati di monovariate e bivariate vengono presentati dapprima in forma aggregata e successivamente separando e confrontando le risposte delle utenze per festival.

2.3 Self selection

Alcune domande del questionario potrebbero essere soggette a sottorappresentazione di alcune categorie di utenti per motivi di self-selection. Ad esempio, nella domanda A4 (*“Le tue motivazioni sono differenti rispetto a 12 mesi fa”*) o nella A6 (*“Pensa alla capacità di spesa del tuo nucleo familiare negli ultimi 12 mesi”*), gli utenti che hanno registrato un calo di motivazione o una ridotta capacità di spesa potrebbero non essere stati presenti ai festival. Questo fenomeno è legato al disegno esplorativo dello studio e non compromette l'informazione relativa alla composizione dei pubblici e la risposta alla domanda “per chi è la cultura”, ma rappresenta un limite alla generalizzabilità dei risultati, superabile in eventuali fasi successive di ricerca.

2.4 Analisi di rete

L'analisi di rete è stata condotta utilizzando le batterie A10 e A12 del questionario (cfr. Tab. 26, appendice), che rilevano rispettivamente le preferenze culturali degli utenti e l'appartenenza a gruppi associativi sul territorio. In entrambe le batterie, gli utenti indicavano per ciascun evento o associazione se vi avevano partecipato o meno, generando risposte binarie; ogni utente ha quindi prodotto due vettori binari, utilizzati per costruire le matrici di adiacenza. Sono state create due tipologie di matrici bipartite, una per le preferenze culturali e una per le

affiliazioni associative, e ciascuna matrice è stata successivamente divisa per festival, ottenendo complessivamente sei matrici (due tipologie $\times$ tre festival) su cui sono state condotte le analisi.

I dati sono stati poi puliti e standardizzati: sono stati corretti errori di digitazione e rimosse eventuali righe non coerenti con le logiche interne delle batterie; nella batteria A12, che prevedeva una categoria aperta per segnalare altre associazioni, le risposte aperte sono state raggruppate in nuove categorie binarie, producendo un numero differente di associazioni per ciascun pubblico di festival. Sono state eliminate le righe senza alcuna partecipazione o appartenenza, mentre per i grafi utenti/associazioni sono state tolte le associazioni residuali nominate una sola volta e non riconducibili ad altre categorie (cinque affiliazioni rientrano in questa situazione). Le principali scelte metodologiche adottate seguono quanto indicato in Borgatti et al. (2022), cui si rimanda per un approfondimento teorico e tecnico.

2.5 Strumenti software

Le operazioni di analisi statistica e di produzione delle tabelle e delle rappresentazioni grafiche sono state condotte mediante il software R, attraverso l'impiego di diversi pacchetti dedicati; altri pacchetti di R come *igraph* e *xUCINET* sono stati utilizzati per l'analisi relazionale. Per la stesura del report e il supporto al debugging degli script in R sono stati utilizzati strumenti di intelligenza artificiale generativa. Tali strumenti sono stati impiegati in modo integrativo, come supporto alle fasi di analisi e di redazione del testo, senza sostituire le scelte metodologiche, l'interpretazione dei dati né il processo decisionale del ricercatore.

CAPITOLO 3. PER CHI E' LA CULTURA?

In questo capitolo vengono illustrate le principali caratteristiche sociodemografiche degli utenti dei festival, insieme agli aspetti legati alla percezione dell'offerta culturale e alla provenienza territoriale. L'analisi si basa su indicatori quali genere, età, background socioeconomico e valutazione dell'offerta territoriale. Il capitolo è articolato come segue: la prima sezione esamina la composizione complessiva del campione raggiunto dal questionario; a partire dal paragrafo 3.4 si propone invece un'analisi comparativa degli utenti dei tre festival, finalizzata a individuare analogie e differenze.

3.1 Composizione complessiva del pubblico

La figura 1 evidenzia una distribuzione non uniforme delle presenze per genere, con una netta prevalenza della componente femminile. Le altre categorie risultano meno rappresentate, delineando uno sbilanciamento marcato nella composizione del pubblico. Per quanto riguarda l'età (figura 2), la distribuzione degli utenti è caratterizzata dalla prevalenza della fascia compresa tra i 51 e i 65 anni, mentre si registra una bassa frequenza di utenti al di sotto dei 35 anni, che risultano meno di 50 sul totale di 378 intervistati. Quasi pari a zero è invece la frequenza degli under 19. In relazione al titolo di studio (figura 3), emerge un forte sbilanciamento a favore delle categorie "licenza di scuola secondaria superiore" e "istruzione universitaria", mentre gli utenti con livelli di istruzione differenti presentano frequenze nettamente inferiori. Dal punto di vista dell'occupazione, il pubblico risulta composto prevalentemente da pensionati e lavoratori a tempo pieno. La provenienza geografica degli utenti indica che la maggior parte risiede nello stesso comune in cui si svolge il festival; le categorie relative ai comuni limitrofi, ad altri comuni della provincia e a territori esterni alla provincia presentano invece frequenze tra loro simili. Considerando infine il tipo di territorio di residenza, emerge come oltre la metà degli utenti provenga da comuni con più di 5000 abitanti. Complessivamente, 272 intervistati risultano residenti in Trentino al momento della somministrazione del questionario (Tab. 2). La distribuzione degli utenti per comune di provenienza mostra una forte concentrazione in corrispondenza dei comuni di Rovereto e Trambileno, che insieme raccolgono il numero più elevato di partecipanti (124 utenti).

Seguono, con valori sensibilmente inferiori, il comune di Trento (43 utenti) e l'area Lagarina e Tenno (26 utenti).

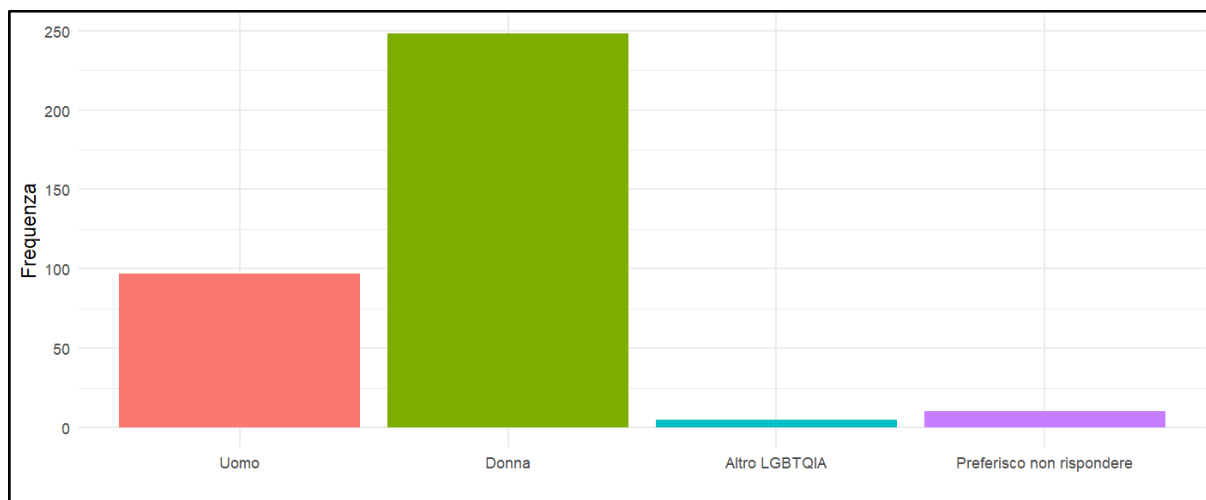


Figura 1: genere degli utenti (N = 378; NA = 18).

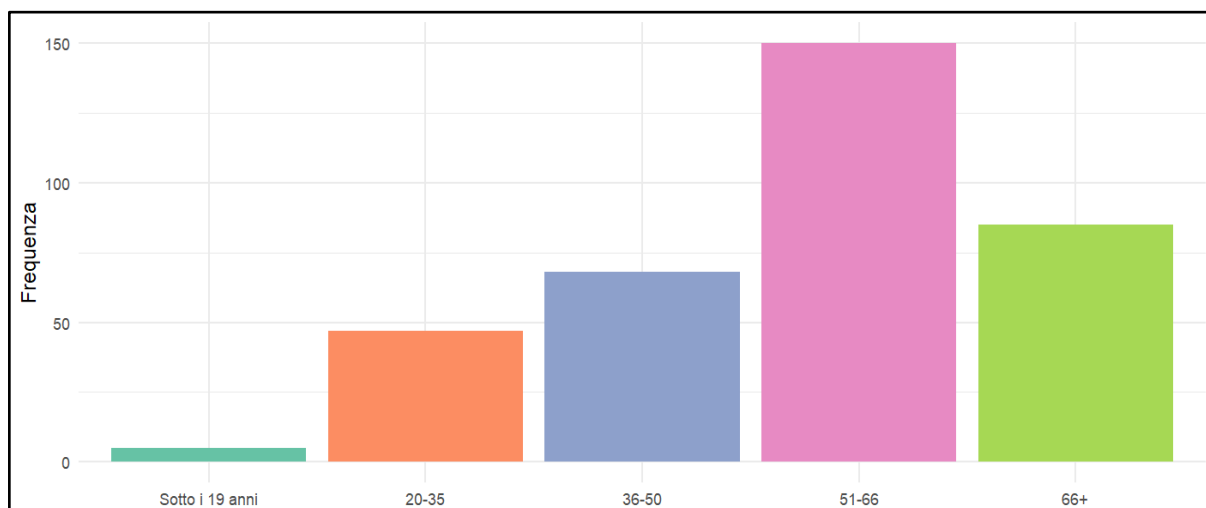


Figura 2: età degli utenti divisi per fasce d'età (N= 378; NA = 23).

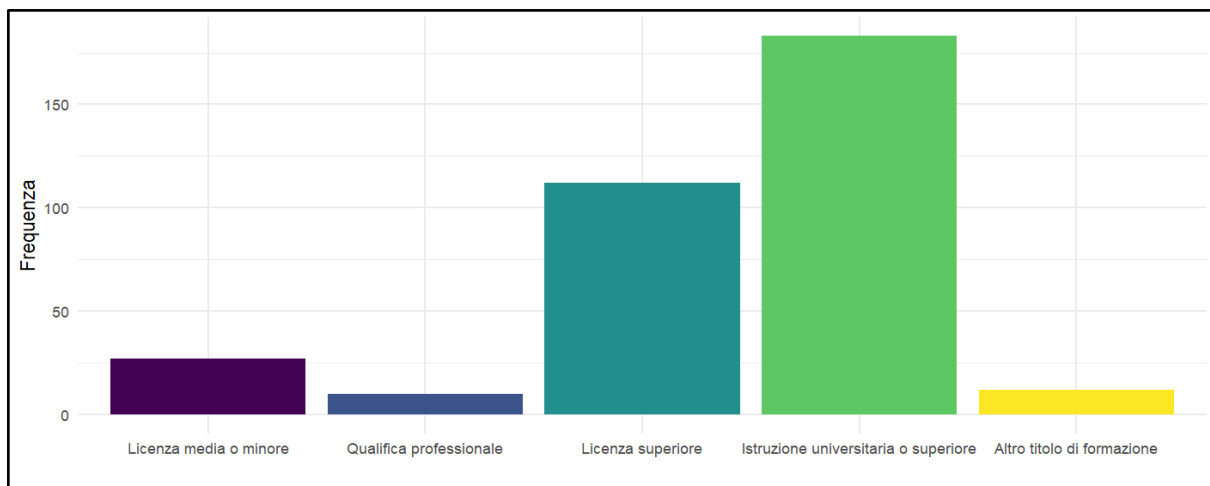


Figura 3: Titolo di studio degli utenti (N = 378; NA = 34).

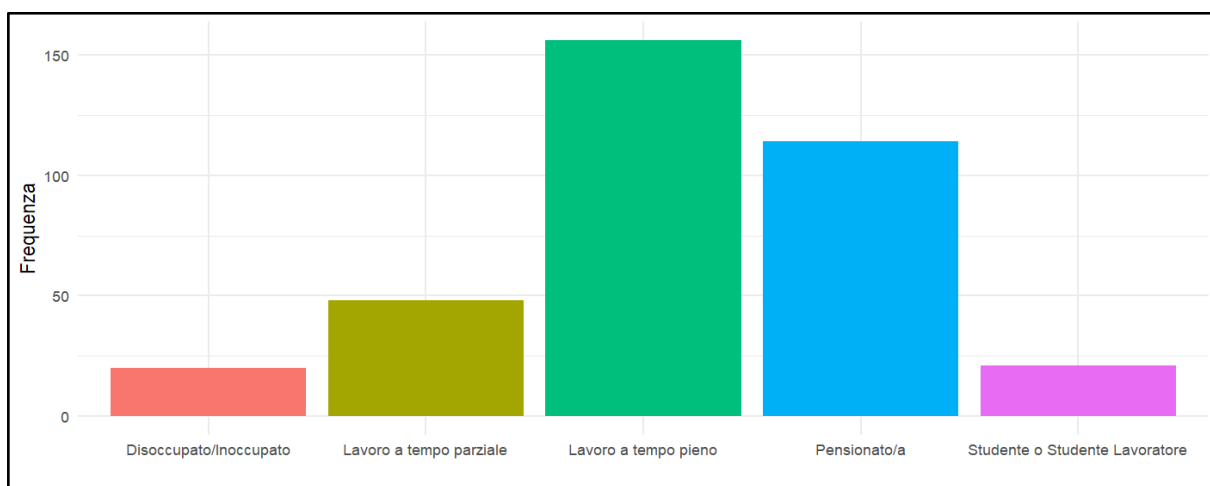


Figura 4: Occupazione degli utenti (N = 378; NA = 19).

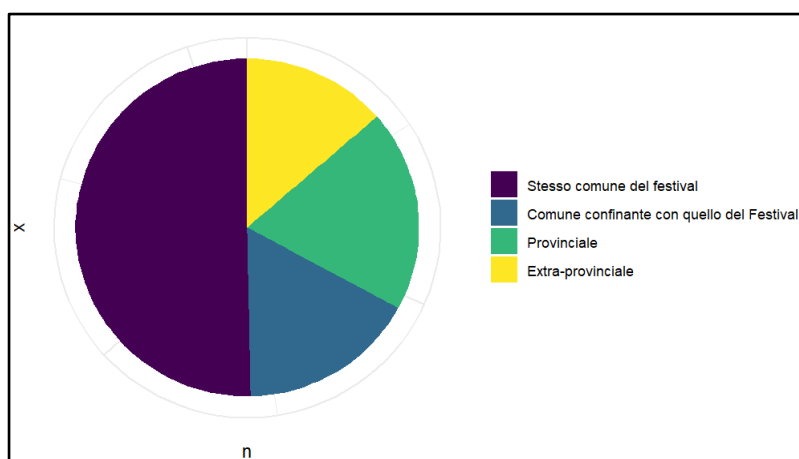


Figura 5: distanza tra l'area di residenza degli utenti e la locazione del festival (N = 378; NA = 62).

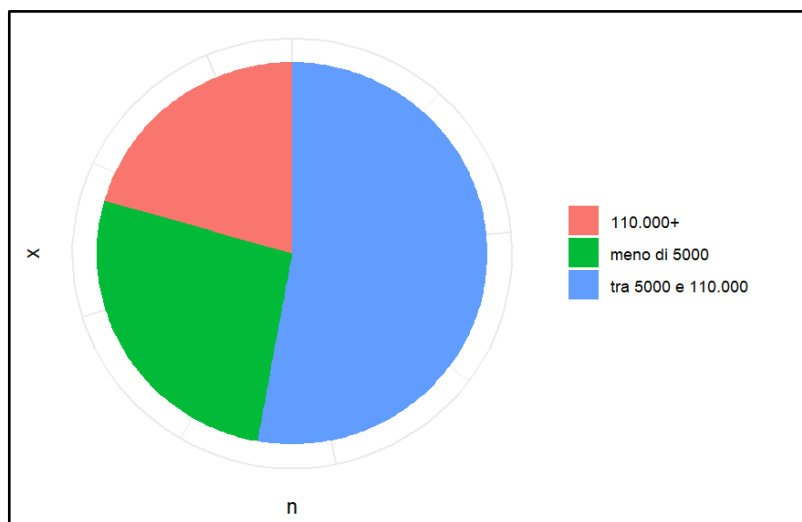


Figura 6: Popolosità media dell'area di residenza degli utenti (N = 378, NA =62).

Tab.1: Maggiori provincie di provenienza degli utenti dei tre festival (N = 378, NA = 64)	
Provincia di provenienza	Numero di Utenti
Trento	272
Verona	7
Milano	6
Roma	6
Bolzano/Bozen	4
Alessandria	2
Novara	2
Padova	2
Udine	2

Tab 2: Maggiori aree geografiche di provenienza degli utenti dei tre festival (N = 378, NA = 64)	
Comuni di provenienza	Numero di Utenti
Rovereto, Trambileno	124
Trento	43
Area Lagarina & Tenno	26
Altavalle	15
Area Cembra Lisignago	10
Area Fiemme, Fassa & altri	7
Milano	6
Roma	6
Lavis	5

3.2 Equilibrio finanziario e fruizione culturale

La figura 7 riporta la distribuzione delle risposte alla domanda relativa alla percezione dell'offerta culturale del territorio trentino. I giudizi espressi dagli utenti tendono complessivamente verso una valutazione moderatamente positiva, come indicato da una media pari a 3,66 su una scala Likert a cinque punti (Deviazione Standard = 0,87), suggerendo una percezione generalmente favorevole, pur in presenza di una certa variabilità nelle risposte. La figura 8 mostra invece la distribuzione delle risposte relative alla capacità di spesa rispetto alla spesa effettivamente sostenuta per la partecipazione a eventi culturali negli ultimi dodici mesi. Il valore medio si colloca in prossimità del punto centrale della scala (media = 5,19; SD = 2,17), con la moda che sfiora il 30% del campione, indicando una spesa né eccedente, né al di sotto delle possibilità degli utenti. La variabilità dei giudizi — espressa dalla deviazione standard — riflette la coesistenza di segmenti di pubblico differenti: da un lato coloro che contengono la spesa al di sotto delle proprie possibilità (valori 1-4), dall'altro una quota significativa dichiara di investire in cultura oltre le proprie capacità effettive (valori 6-10), sebbene con frequenze decrescenti verso gli estremi della scala.

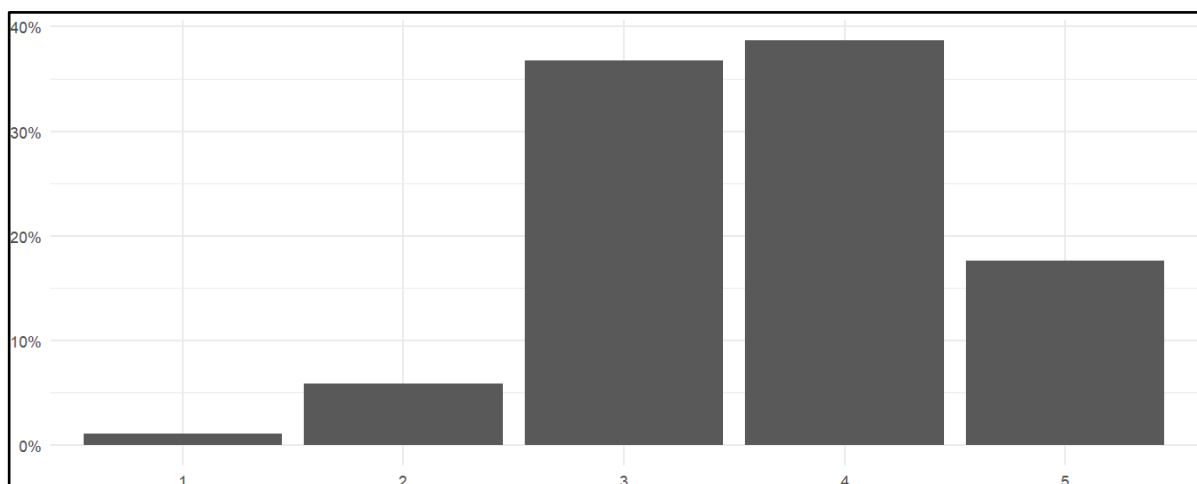


Figura 7: Ritieni che l'offerta culturale del territorio trentino sia stimolante per te? 1 = "per nulla, 5 = "al massimo"; (N = 378; NA= 3; media = 3.66; deviazione standard = 0.87).

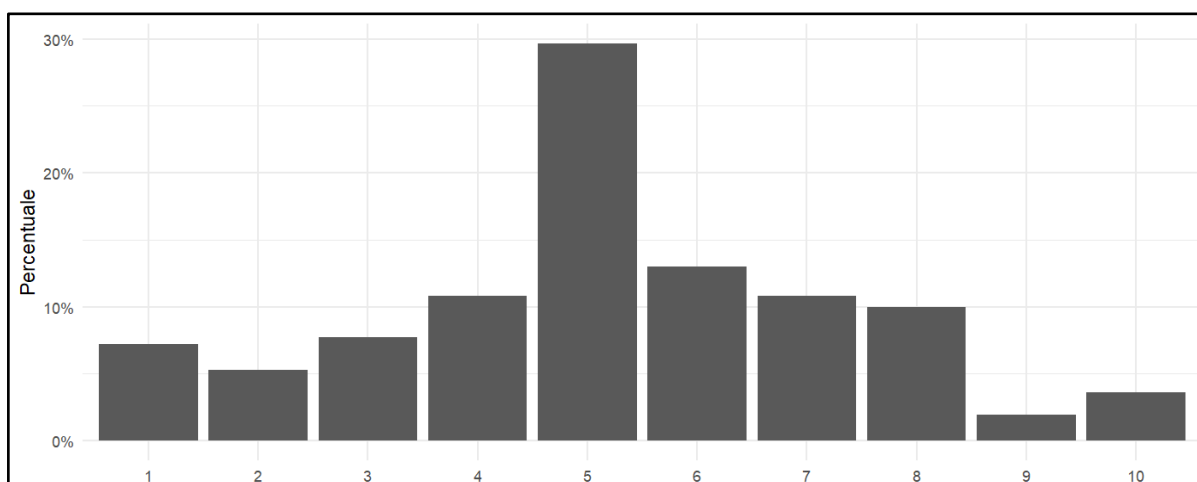


Figura 8: Quanto hai speso negli ultimi 12 mesi per partecipare a eventi culturali? 1 = "ho speso meno di quanto potrei"; 10 = "ho speso più di quanto potrei". (N = 378; NA= 17; media = 5.19; deviazione standard = 2.17).

3.3 Partecipazione attiva al settore culturale

Per quanto riguarda il coinvolgimento diretto nell'organizzazione o nel lavoro in eventi culturali sul territorio (figura 9), le risposte affermative e negative presentano frequenze complessivamente simili, delineando una partecipazione diretta diffusa ma non maggioritaria all'interno del campione.

Infine, in relazione allo svolgimento di attività lavorative nell'ambito artistico (figura 10), la maggioranza degli intervistati dichiara di non operare in questo settore; solo una quota minoritaria del campione risulta infatti coinvolta professionalmente nell'ambito artistico (36 casi)

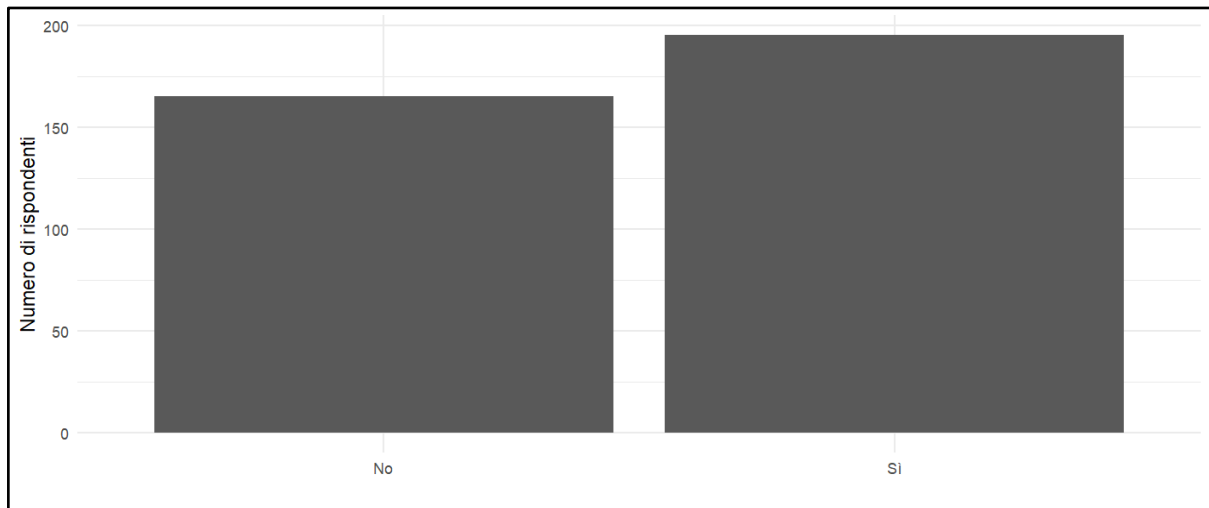


Figura 9: Partecipazione all'organizzazione di eventi sul territorio (N = 378; NA = 18)..

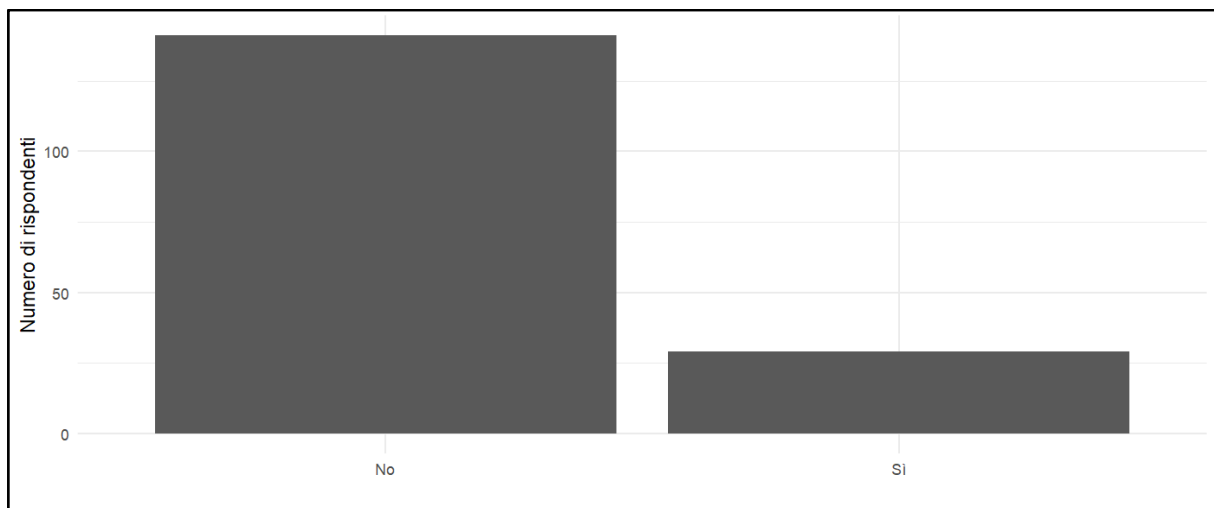


Figura 10: Occupazione nell'ambito artistico, domanda riservata ai lavoratori attivi (N = 170).

3.4 Differenze tra festival nella composizione del pubblico

L'analisi mostra un'associazione statisticamente significativa tra festival e genere ($\chi^2 = 14,25$; $p < 0,001$; $V = 0,141$), di intensità debole. Osservando la figura 11 e la tabella 3, al Festival Oriente Occidente la percentuale di donne è più alta rispetto agli altri due festival, con una differenza di circa 14 punti percentuali rispetto alla media degli altri festival.

Si rileva un'associazione statisticamente significativa tra festival e titolo di studio degli utenti ($\chi^2 = 32,51$; $p < 0,001$; $V = 0,217$), di intensità moderata. Osservando la tabella 4, emergono differenze tra i festival: la percentuale di utenti con licenza media a Contavalle (21,1%) è circa quattro volte superiore rispetto a Oriente Occidente (4,9%) e cinque volte rispetto a RAM (3,6%). Un'altra differenza significativa riguarda gli utenti con istruzione universitaria o superiore: Contavalle presenta una quota inferiore di circa 20 punti percentuali (35,5%) rispetto a Oriente Occidente (61,2%) e RAM (56,4%).

Si registra inoltre un'associazione intensa e statisticamente significativa tra i festival e il tipo della zona di residenza degli utenti ($N = 378$, $NA = 62$, $X^2 = 85,1$; $df = 8$; $p < 0,001$; $V = 0,367$). Analizzando le percentuali per categoria riportate nella tabella 6, si osserva che il festival Contavalle presenta il 17,8% di utenti provenienti da comuni classificati come Poli e il 60,2% residenti in aree intermedie. Al festival Oriente Occidente, invece, il 63,4% degli utenti risiede in Poli e solo il 5,4% in aree intermedie; valori analoghi si riscontrano per il festival RAM, con il 63% di residenti nei Poli e il 4,0% nelle aree intermedie. Questi dati indicano differenti modalità di provenienza territoriale del pubblico: Contavalle intercetta prevalentemente utenti di territori con minore accessibilità ai servizi, mentre Oriente Occidente e RAM attraggono soprattutto residenti di aree centrali e maggiormente servite. Per quanto riguarda il festival Contavalle, la provenienza degli utenti mostra una concentrazione in alcuni comuni principali (tab. 7): la quota maggiore proviene da Altavalle (17%), seguita da Trento (14%) e Cembra Lisignago (10%).

Non emergono differenze rilevanti tra i festival per quanto riguarda le classi di età degli utenti, il tipo di occupazione, il coinvolgimento in attività culturali o lavorative sul territorio, la distanza tra la residenza degli utenti e il festival, né la quota di utenti operanti nel campo artistico.

Tab 3: Genere degli utenti per festival (N = 378, NA =16, X ² = 14.25; df = 4; p < 0.01; V = 0.141)			
Categoria	Contavalle (%)	Oriente Occidente (%)	RAM (%)
Donna	64.7	78.9	64.5
Uomo	35.3	16.5	29.5
Altro/preferisco non rispondere	0.0	4.6	6.0
Totale Utenti	85	109	166

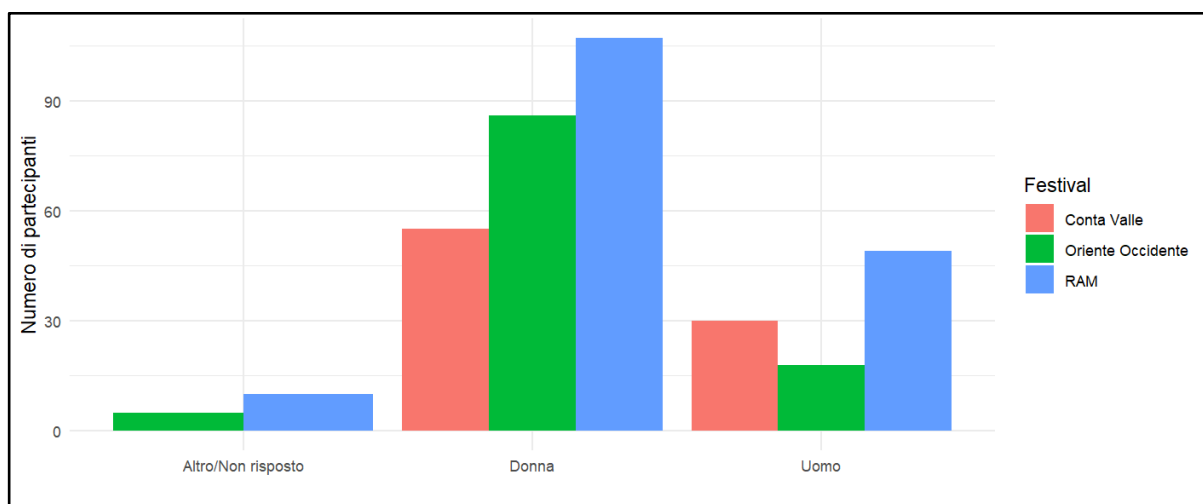


Figura 11: genere degli utenti confrontati tra i festival (N = 378; NA =12).

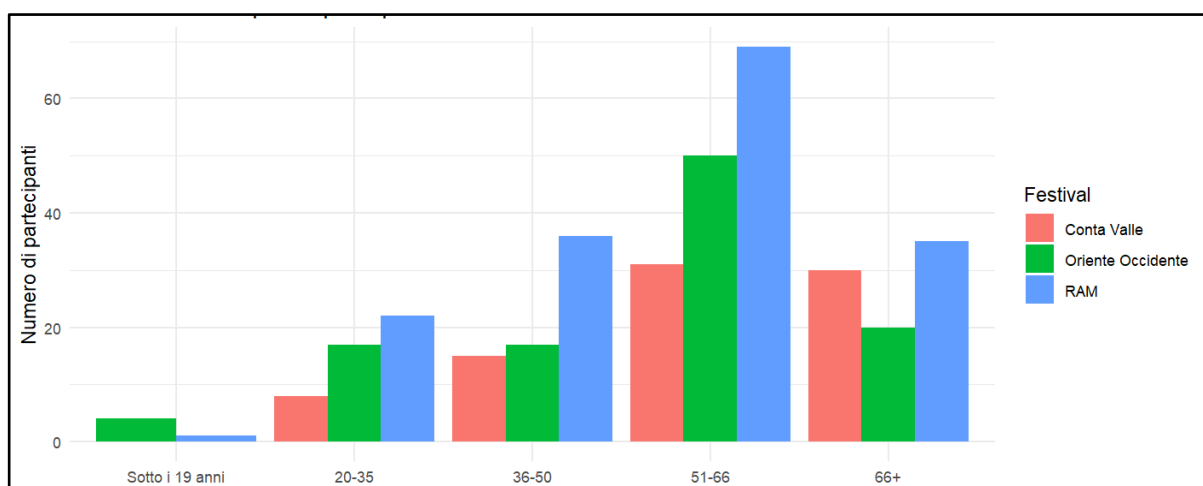


Figura 12: Distribuzione dei partecipanti per classe di età e festival (N = 378; NA= 23; nessuna associazione statisticamente significativa rilevata).

Tab 4: Titolo di studio degli utenti per festival (N = 344, $X^2 = 32.51$; df = 8; $p < 0.001$; $V = 0.217$)

Categoria	Contavalle (%)	Oriente Occidente (%)	RAM (%)
Licenza media o minore	21.1%	4.9%	3.6%
Qualifica professionale	1.3%	3.9%	3.0%
Licenza superiore	39.5%	25.2%	33.9%
Istruzione universitaria o superiore	35.5%	61.2%	56.4%
Altro titolo di formazione	2.6%	4.9%	3.0%
Totale Utenti	76	103	165

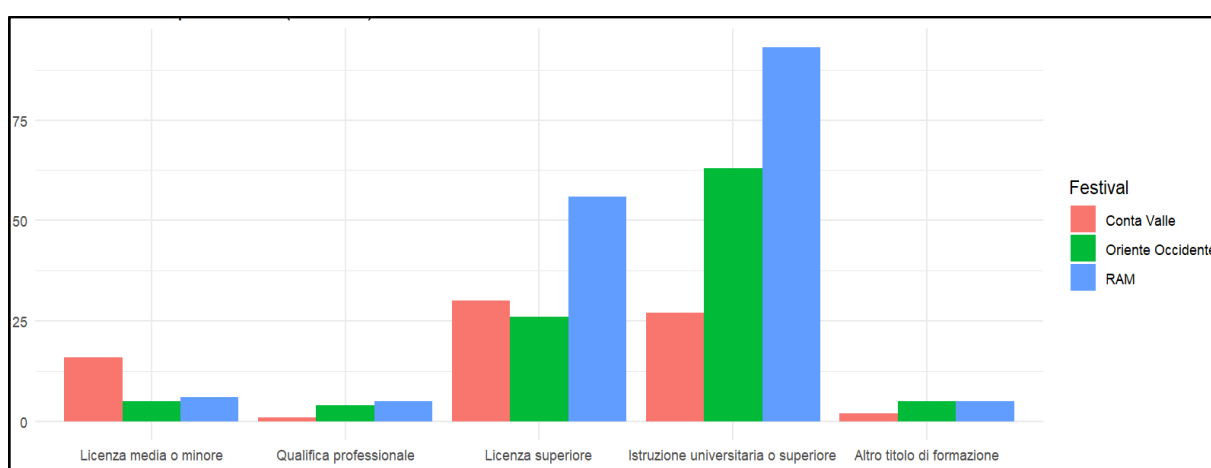


Figura 13: Più alto titolo di studio ottenuto dagli utenti confrontato tra festival (N = 344).

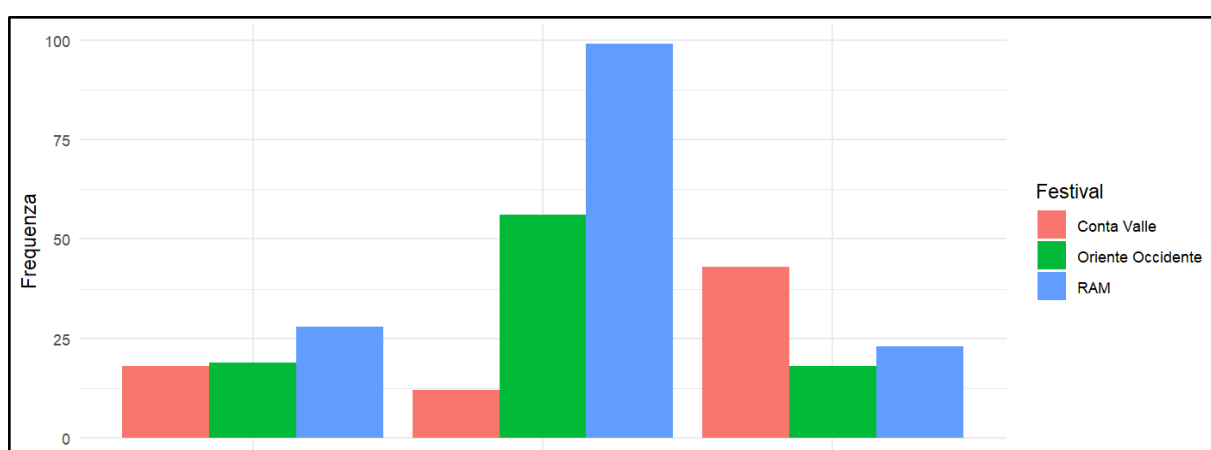


Figura 14: Popolazione media dell'area di residenza degli utenti (N = 378, NA =62; Partendo da sinistra le categorie: sotto i 5000 abitanti, da 5000 a 110.000 abitanti, più di 110.000 abitanti.).

Tab 5: Popolosità media dell'area di residenza degli utenti (N = 378, NA =62, X2 = 62.69; df = 4; p < 0.001; V = 0.32)

Categoria	Contavalle (%)	Oriente Occidente (%)	RAM (%)
110.000 o più	24.7%	20.4%	18.7%
da 5000 a 110.000	16.4%	60.2%	66.0%
Sotto i 5000 abitanti	58.9%	19.4%	15.3%
Totale Utenti	73	93	150

Tab 6: Tipo di area di residenza degli utenti (N = 378, NA =62, X2 = 85.1; df = 8; p < 0.001; V = 0.367)

Categoria ⁵	Contavalle (%)	Oriente Occidente (%)	RAM (%)
A - Polo	17.8%	63.4%	63.3%
C - Cintura	23.3%	17.2%	18.7%
D - Intermedio	42.5%	5.4%	4%
E - Periferico	1.4%	/	0.7%
Fuori provincia	15.1%	14%	13.3%
Totale Utenti	73	93	150

Tab 7: Maggiori comuni di provenienza per festival con percentuali degli utenti dei festival provenienti da quei comuni

Contavalle		Oriente Occidente		RAM	
Comune	Utenti	Comune	Utenti	Comune	Utenti
Altavalle	15 (17%)	Rovereto, Trambileno	48 (43%)	Rovereto, Trambileno	75 (42%)
Trento	12 (14%)	Aldeno, Besenello...	12 (11%)	Trento	20 (11%)
Cembra Lisignago	9 (10%)	Trento	11 (10%)	Aldeno, Besenello...	14 (8%)
Capriana, Fiemme...	7 (8%)	Malcesine	2 (2%)	Mori	5 (3%)
Lavis	5 (6%)	Padova	2 (2%)	Roma	4 (2%)

⁵ La SNAI definisce le aree interne valutando l'accessibilità dei comuni a servizi essenziali, sanità, istruzione secondaria e mobilità, classificando l'intero territorio nazionale italiano nel complesso (Agenzia per la Coesione Territoriale, 2021).

Tab. 8: Quadro sinottico di sintesi

Caratteristica	Festival Oriente Occidente (OO)	Festival RAM	Festival Contavalle
Genere	Prevalenza femminile significativamente più alta (+14% rispetto alla media)	Distribuzione standard (64,5%)	Distribuzione standard (64,7%)
Titolo di studio	Livello alto: 61,2% laureati o post-laurea; solo 4,9% licenza media	Livello alto: 56,4% laureati o post-laurea; solo 3,6% licenza media	Eterogeneo: 35,5% laureati; quota licenza media elevata (21,1%)
Provenienza territoriale	Prevalentemente urbana/centrale e poli (63,4% residenti in poli)	Prevalentemente urbana/centrale e poli (64,3% residenti in poli)	Prevalentemente zone intermedie (42,5% residenti in zone intermedie)
Comuni di riferimento	Rovereto/Trambileno	Rovereto/Trambileno	Altavalle (17%), Trento (14%), Cembra Lisignago (10%)
Profilo anagrafico	Nessuna differenza rilevante tra i festival per classi di età	Nessuna differenza rilevante tra i festival per classi di età	Nessuna differenza rilevante tra i festival per classi di età
Occupazione e background	Simile agli altri festival per tipo di lavoro e coinvolgimento artistico	Simile agli altri festival per tipo di lavoro e coinvolgimento artistico	Simile agli altri festival per tipo di lavoro e coinvolgimento artistico

CAPITOLO 4. GLI ESITI DELLA PARTECIPAZIONE AGLI EVENTI

In questo capitolo si analizzano le motivazioni degli utenti alla partecipazione ai festival, gli effetti percepiti della partecipazione e i fattori che ne ostacolano l'accesso. Le variabili considerate riguardano sia dimensioni individuali sia collettive, includendo vincoli legati agli impegni personali e alle difficoltà del trasporto pubblico, ma anche aspetti di ricerca estetica e relazionale, oltre alla percezione di effetti personali (come la realizzazione individuale) e collettivi (come il senso di appartenenza territoriale). Nella prima parte del capitolo vengono esaminate motivazioni e percezioni dell'insieme del pubblico; nel paragrafo 4.2 si analizzano le differenze tra i festival; infine, nel paragrafo 4.3, si approfondiscono gli ostacoli dichiarati dagli utenti e l'eterogeneità dei pubblici dei festival, intesa come indicatore della capacità di includere segmenti molto differenziati di pubblico, ovvero di superare tali ostacoli.

4.1 Motivazioni e percezione degli effetti della partecipazione

L'analisi delle motivazioni (Tab. 9) evidenzia come il pubblico dei tre festival sia guidato primariamente da un forte interesse per la dimensione culturale ed estetica. La principale motivazione a partecipare è infatti l'interesse per i "contenuti dell'evento", con una media 4.61 su 5 punti possibili assegnabili all'interesse. La deviazione standard è di entità contenuta (0.72), segno di un consenso pressoché unanime tra i rispondenti. Anche la "location e l'atmosfera" giocano un ruolo rilevante (media = 3.95). Le motivazioni puramente relazionali, come stare in compagnia o incontrare persone con gusti simili, risultano rilevanti ma di portata inferiore (medie intorno al 3.2). I risultati suggeriscono che gli eventi dei festival non sono vissuti solo come fruizione dei contenuti e degli aspetti cognitivi, ma anche come esperienza estetica e relazionale complessiva. Il senso dato dall'atmosfera esperita agirebbe verosimilmente come un catalizzatore, che valorizza il contenuto stesso della proposta culturale. Nel contempo, la dimensione relazionale sembra essere mediata dal contenuto: il pubblico non cerca la socialità fine a se stessa, ma una forma di "affinità elettiva," che nasce dalla condivisione di un'esperienza culturale comune.

Rispetto all'evoluzione nel tempo delle motivazioni, esse non sembrano cambiate rispetto a 12 mesi prima (figura 15). La prevalenza di risposte che indicano motivazioni "uguali" suggerisce

la presenza nei festival di un pubblico motivato e propenso a tornare; tuttavia, il fatto che la categoria “maggiori” sia quasi altrettanto rappresentata indica un trend di crescita nell'entusiasmo dei partecipanti, mentre la categoria “minori” rimane quasi deserta. Questo risultato non è solo indice di successo, ma va interpretato come il risultato di un processo di filtraggio a monte. A questo proposito abbiamo già osservato che ci si può aspettare che partecipare a un festival richieda un investimento di tempo, energia e spesso denaro. Un utente che ha vissuto un calo drastico di interesse o una precedente esperienza negativa, può decidere di non presentarsi all'edizione successiva. Inoltre, chi risponde al questionario fa parte del gruppo che ha già superato la barriera dell'interesse. Di conseguenza, il campione è composto intrinsecamente da persone motivate e propense a tornare. Chi ha motivazioni minori è già uscito dal bacino degli utenti attivi, rendendo quella categoria statistica strutturalmente vuota. Se la stabilità di chi ha motivazioni uguali conferma la fidelizzazione, è quindi la categoria “maggiori” a rappresentare il vero indicatore di impatto del festival sulla motivazione culturale individuale. Il fatto che questa sia quasi altrettanto rappresentata suggerisce che il festival riesce a incrementare il coinvolgimento degli utenti già fidelizzati.

Per quanto riguarda gli esiti della partecipazione (Tab. 10), operazionalizzati in base alla definizione di vitalità sia di comunità che soggettiva, il pubblico percepisce come effetto dei festival la capacità di stimolare una coscienza critica e territoriale. I partecipanti dichiarano che l'evento favorisce riflessioni sulla realtà circostante (media = 4.21) e aumenta la consapevolezza dell'offerta culturale locale (media = 4.16). L'esperienza, tuttavia, sembra avere un impatto percepito minore sulla dimensione personale profonda: l'item relativo alla "realizzazione di sé" è il più basso del set (media = 2.84), indicando che il festival è percepito più come uno strumento di arricchimento intellettuale e civico, che contribuisce a scoprire o identificare tematiche e questioni di valore, piuttosto che come un percorso che agisce sulla dimensione psicologica.

Per comprendere appieno il profilo dei partecipanti, l'indagine ha analizzato anche la percezione del benessere quotidiano (Tab. 11). Emerge la figura di un visitatore caratterizzato da una forte propensione alla novità: l'attitudine a ricercare gratificazioni attraverso la rottura della routine quotidiana mostra infatti un punteggio elevato (media = 4.17).

Tab. 9: “Che cosa ti motiva a partecipare al festival corrente?” (1 = non mi motiva, 5 = mi motiva al massimo; N = 378; Cronbach's alpha = 0.61)

Domanda	Media	SD	NA
Stare in compagnia di amici e famigliari	3.19	1.48	29
Incontrare persone che condividono i miei stessi gusti	3.24	1.31	28
I contenuti dell'evento	4.61	0.72	7
La location e l'atmosfera dell'evento	3.95	1.10	26

Tab. 10: “Pensa alla tua partecipazione al festival corrente e valuta le seguenti affermazioni.” (1 = per nulla, 5 = al massimo; N = 378; Cronbach's alpha = 0.73)

Domanda	Media	SD	NA
Partecipare è per me fonte di ispirazione creativa	3.38	1.27	22
Partecipare stimola in me riflessioni sulla realtà che mi circonda	4.21	0.95	13
Partecipare mi fa sentire realizzato/a	2.84	1.26	29
Partecipare mi fa sentire parte della realtà locale	3.40	1.25	24
Partecipare mi fa sentire consapevole delle attività culturali offerte dal territorio	4.16	0.99	18

Tab. 11: “Benessere nella quotidianità”. (1 = per nulla, 5 = al massimo; N = 378)

Domanda	Media	SD	NA
Durante la giornata mi sento pieno/a di energie	3.43	1.01	17
Mi sento felice quando posso rompere la routine	4.17	0.917	11

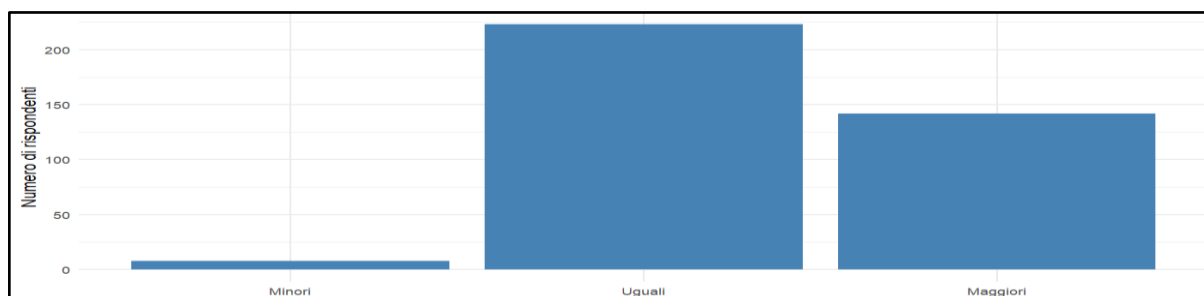


Figura 15: “Rispetto a 12 mesi fa, le tue motivazioni a partecipare agli eventi sul territorio sono” (N = 378; NA = 5)⁶.

⁶ Si veda la nota sulla self selection presente nel capitolo metodologico.

4.2 Le differenze tra i festival

Le tabelle seguenti riportano le medie delle risposte agli item volti a rilevare le motivazioni che spingono gli utenti a partecipare ai festival e gli effetti da loro percepiti. Entrambe le batterie mostrano differenze statisticamente significative tra i festival; tuttavia, nella maggior parte dei casi tali differenze risultano di entità contenuta. Fa eccezione un item relativo al senso di appartenenza alla realtà locale, che si caratterizza come un elemento discriminante di intensità maggiore.

Osserviamo inizialmente i motivi per cui si partecipa distinguendo tra i tre festival. Emergono differenze statisticamente significative tra i festival per gli item relativi alle dimensioni relazionali e di contesto, che fanno riferimento al piacere di stare in compagnia di amici, all'incontro con persone con gusti affini e alla rilevanza della location e dell'atmosfera. In tutti questi casi, l'intensità dell'associazione risulta debole ($\eta^2_H < 0,10$), suggerendo che, pur in presenza di variazioni tra festival, le distribuzioni dei valori espressi dagli utenti appaiono complessivamente simili. Differenze statisticamente significative ma di entità contenuta emergono anche per alcune dimensioni psicologiche ed identitarie, quali il sentirsi realizzati e l'aumento della consapevolezza della realtà culturale locale. Anche in questi casi, i valori di η^2_H indicano effetti deboli, a conferma di un'esperienza percepita in modo relativamente omogeneo tra i festival.

I valori medi riportati nella figura 16 indicano che gli utenti di ciascun festival attribuiscono agli stessi una capacità di attivare senso di appartenenza alla comunità locale diversificato. L'item "Partecipare mi fa sentire parte della realtà locale" (Item A2.4 in tabella 17) presenta differenze statisticamente significative tra i festival (Kruskal–Wallis = 75,40; $df = 2$; $p < 0,001$) e un effetto di intensità moderata ($\eta^2_H = 0,196$). Il festival Contavalle risulta quello maggiormente associato all'appartenenza locale.

Non emergono invece differenze statisticamente significative tra i festival per quanto riguarda alcune dimensioni della vitalità soggettiva e di comunità e dell'esperienza individuale, quali la voglia di rompere la routine, il livello di energia percepito, l'ispirazione creativa, la formulazione di riflessioni sulla realtà circostante e le motivazioni legate all'incontro con amici, parenti o persone con interessi comuni.

Tab. 12: Motivazioni: stare in compagnia di amici e famigliari (1 = per nulla, 5 = al massimo; N = 378; chi = 36.25 ; p = 0.011)				
Festival	Media	Mediana	SD	Utenti
Contavalle	3.95	4	1.05	83
Oriente Occidente	2.85	3	1.57	102
RAM	3.02	3	1.48	164

Tab. 13: Motivazioni: incontrare persone che condividono i miei stessi gusti (1 = per nulla, 5 = al massimo; N = 378; chi = 44.72 ; p < 0.001)				
Festival	Media	Mediana	SD	Utenti
Contavalle	3.85	4	1.19	84
Oriente Occidente	3.07	3	1.42	104
RAM	3.03	3	1.20	162

Tab. 14: Motivazioni: La location e l'atmosfera dell'evento (1 = per nulla, 5 = al massimo; N = 378; chi = 19.71 ; p = 0.011)				
Festival	Media	Mediana	SD	Utenti
Contavalle	4.35	5	1.20	85
Oriente Occidente	3.83	4	1.14	102
RAM	3.81	4	1.17	165

Tab. 15: Effetti: Partecipare è per me fonte di ispirazione creativa (1 = per nulla, 5 = al massimo; N = 378; chi = 18.40, p = 0.018)				
Festival	Media	Mediana	SD	Utenti
Contavalle	3.61	4	1.09	85
Oriente Occidente	3.37	4	1.37	105
RAM	3.27	3	1.28	166

Tab. 16: Effetti: Partecipare mi fa sentire realizzato/a (1 = per nulla, 5 = al massimo; N = 378; chi = 27.44 ; p < 0.001)				
Festival	Media	Mediana	SD	Utenti

Tab. 16: Effetti: Partecipare mi fa sentire realizzato/a (1 = per nulla, 5 = al massimo; N = 378; chi = 27.44 ; p < 0.001)				
Contavalle	3.35	3	1.10	85
Oriente Occidente	2.72	3	1.33	101
RAM	2.64	3	1.24	163

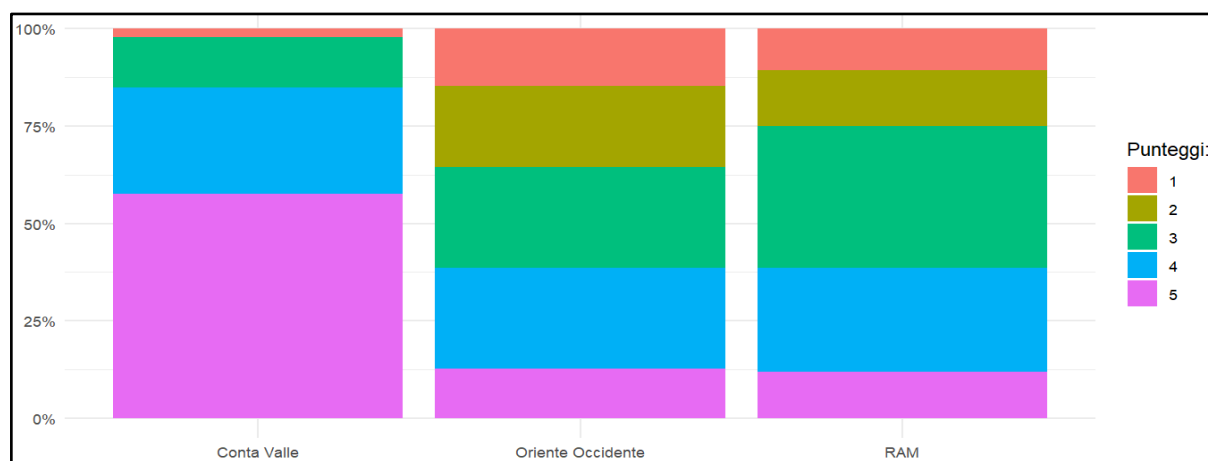


Figura 16: Risposte dell'item Partecipare mi fa sentire parte della realtà locale (A2.4). N = 378; NA = 21; K-Wallis = 75.40 ***, DF = 2, 0.196 (η^2_H).

Tab. 17: Effetti: Partecipare mi fa sentire parte della realtà locale (1 = per nulla, 5 = al massimo; N = 378)				
Festival	Media	Mediana	SD	Utenti
Contavalle	4.38	5	0.886	85
Oriente Occidente	3.01	3	1.26	101
RAM	3.15	3	1.14	168

4.3 Gli ostacoli alla partecipazione a eventi culturali e inclusione

Le medie di risposta riportate in tabella 18 suggeriscono che la partecipazione agli eventi culturali è ostacolata prevalentemente da fattori di natura logistica e strutturale. Il principale elemento limitante risulta essere la distanza geografica (media = 2,77), che, associata a una deviazione standard relativamente contenuta (0,88), indica una percezione condivisa della difficoltà di raggiungere i luoghi dei festival. Tale difficoltà va associata a quelli che in

economia sono chiamati “costi di distanza.” A questo fattore si affianca il costo economico complessivo (media = 2,68), suggerendo che nel complesso le spese legate alla partecipazione — inclusi i costi di biglietteria, di trasporto e, in alcuni casi, di soggiorno — rappresentino una barriera rilevante di natura economica all’accesso.

Gli impegni legati al lavoro o allo studio (media = 2,54) e quelli familiari (media = 2,50) indicano una presenza moderata di vincoli temporali nella fruizione culturale. In particolare, l’elevata deviazione standard associata agli impegni lavorativi (SD = 1,11) segnala una forte eterogeneità nel campione, evidenziando come tali vincoli incidono in modo differenziato a seconda delle occupazioni individuali. Al contrario, la mancanza di trasporto pubblico (media = 2,15) e gli impegni associativi o di volontariato (media = 1,85) risultano essere gli ostacoli meno rilevanti, suggerendo che l’attivismo sociale non venga generalmente percepito come un fattore competitivo rispetto alla partecipazione ai festival.

Il valore dell’alpha di Cronbach pari a 0,54 indica una coerenza interna limitata della batteria, suggerendo che i diversi fattori analizzati non convergono in un’unica dimensione latente, ma rappresentano piuttosto vincoli eterogenei che incidono su segmenti di pubblico differenti.

Le figure 17 e 18 evidenziano che, negli ultimi 12 mesi, un numero significativo di utenti ha riportato una diminuzione della spesa dedicata alla partecipazione ad eventi culturali. Questo andamento si osserva in modo trasversale tra i festival, senza differenze marcate tra di essi. Al contempo, un altro gruppo consistente di utenti segnala che la propria spesa è rimasta sostanzialmente costante, indicando una certa stabilità nella fruizione all’interno del campione. Non vengono rilevate associazioni statisticamente significative o di intensità rilevante tra i tre festival e gli ostacoli alla partecipazione, suggerendo che tali ostacoli siano percepiti in modo trasversale dagli utenti dei diversi eventi (Si veda la Tab. 26 in appendice).

Gli impegni lavorativi risultano limitanti solo per alcune classi di età (figura 19) . L’analisi Kruskal–Wallis evidenzia un’associazione statisticamente significativa tra età e percezione di difficoltà, con un’intensità pari a 0.204. In particolare, le classi di età comprese tra i 20 e i 35 anni e tra i 36 e i 50 anni riportano i punteggi medi più elevati, indicando che questi gruppi percepiscono maggiormente (rispetto alle classi di adolescenti e agli over 50) gli impegni lavorativi come un ostacolo alla partecipazione agli eventi culturali.

Dalla Tabella 20 emerge come i pubblici dei diversi festival presentino livelli differenti di omogeneità ed eterogeneità rispetto alle variabili considerate. L’indice di Gini misura il grado di concentrazione delle frequenze tra le categorie di ciascuna variabile: valori più elevati

indicano polarizzazioni, cioè una maggiore concentrazione in poche categorie di utenti, mentre valori più bassi segnalano una distribuzione più equilibrata e quindi una maggiore eterogeneità del pubblico. La differenza più marcata si osserva in relazione alla provenienza del pubblico (comune di residenza). In questo ambito, Contavalle presenta un indice di Gini sensibilmente più basso, indicando una maggiore diversificazione intercomunale del pubblico rispetto a RAM e a Oriente Occidente (quest'ultimo pari a 0,685). Contavalle risulta inoltre più eterogeneo anche rispetto al titolo di studio, mentre mostra un profilo relativamente più omogeneo per quanto riguarda la classe di età dei partecipanti e il tipo di area di residenza (prevalentemente periferica).

In generale, le variabili su professione, età e provenienza in termini di tipo di area, cioè da centri e periferie registrano valori di Gini contenuti in tutti i festival analizzati, suggerendo una diffusa eterogeneità dei pubblici rispetto a queste dimensioni. In particolare, la condizione professionale presenta il valore più basso dell'indice nel festival Oriente Occidente, indicando una distribuzione equilibrata tra le diverse categorie occupazionali.

Tab. 18: Fattori che limitano la partecipazione ad eventi culturali. (1 = per nulla, 4 = molto; N = 378; Cronbach's alpha = 0.54)⁷			
Domanda	Media	SD	NA
Distanza geografica	2.77	0.88	21
Mancanza di trasporto pubblico	2.15	1.10	25
Il costo economico (biglietto, trasporto, alloggio, ecc.)	2.68	0.86	29
Impegni familiari	2.50	0.98	23
Impegni di lavoro o di studio	2.54	1.11	30
Impegni associativi, di volontariato	1.85	0.89	36

⁷ Si veda la nota sulla self selection presente nel capitolo metodologico.

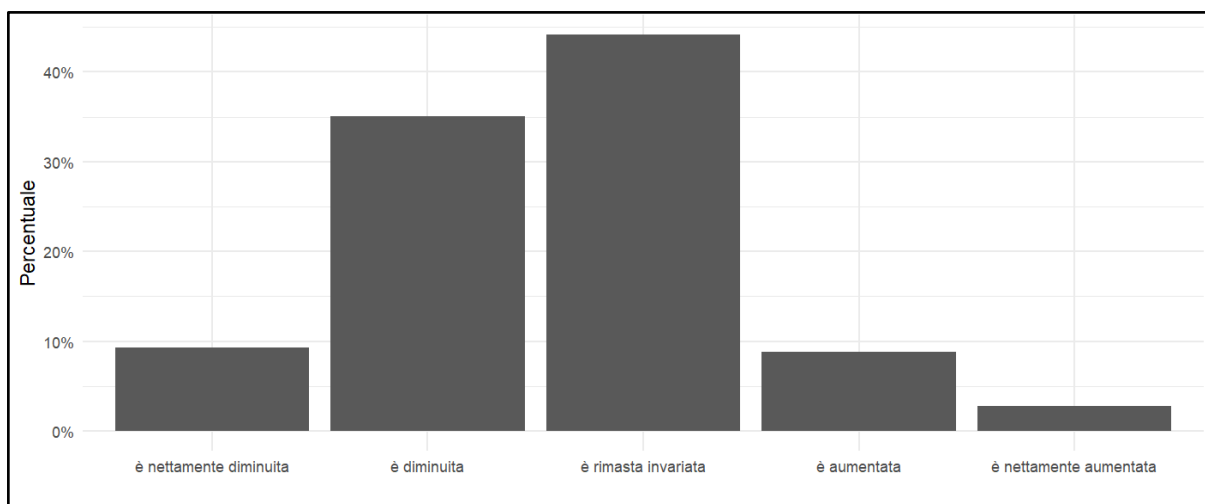


Figura 17: “Pensa alla capacità di spesa del tuo nucleo familiare. Negli ultimi 12 mesi” (N = 378; NA = 15)⁸

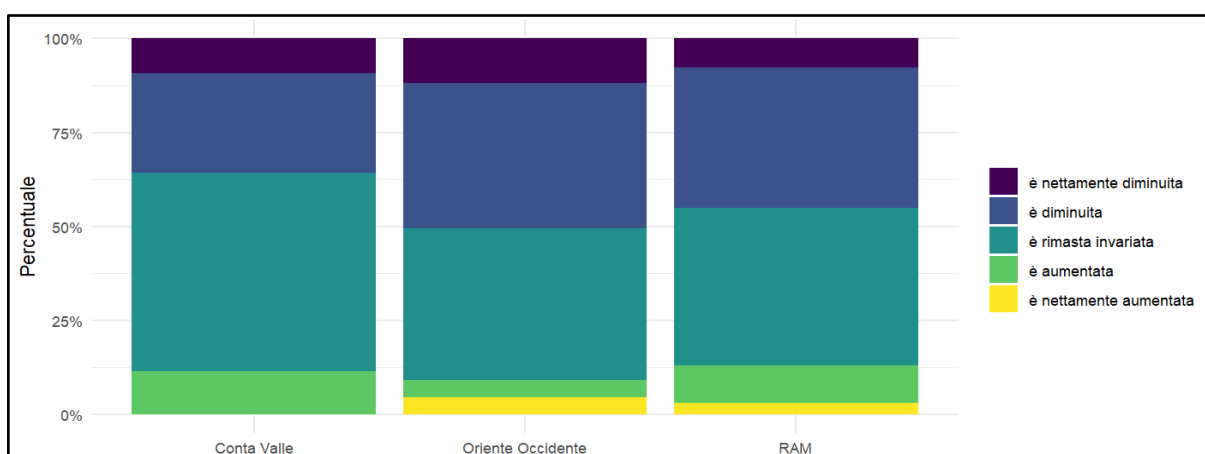


Figura 18: Stessa domanda della figura 17 divisa per festival.

Tab. 19: Problemi di partecipazioni legati agli impegni di lavoro divisi per classi di età (1 = per nulla, 4 = al massimo; N = 338; K-Wallis = 71.981 ***, df = 4, 0.204 (η²_H)			
Classe di Età	Media	SD	Campio ne
Da 19 in giù	2.6	0.894	5
20 -35 anni	2.96	1.07	45
36-50 anni	2.97	0.921	67
51-65 anni	2.5	1.05	145
66+ anni	1.57	0.869	76

⁸ Ibidem

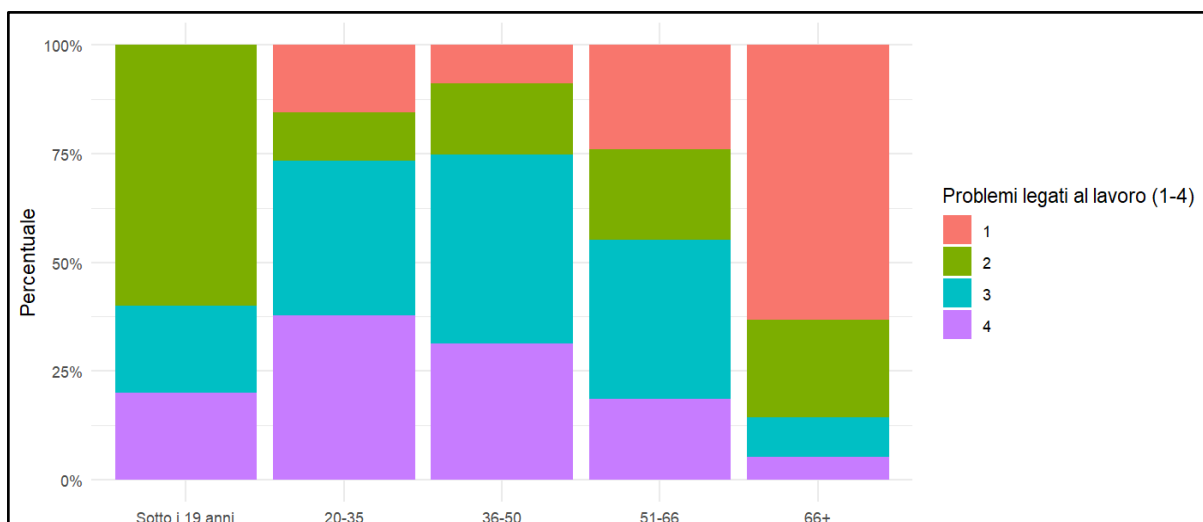


Figura 19: Problemi di partecipazioni legati agli impegni di lavoro divisi per classi di età (1 = per nulla, 4 = al massimo; N = 338; K-Wallis = 71.981 ***, df = 4, 0.204 (η^2_H)).

Tab. 20: Indice di Gini⁹ calcolato per le distribuzioni di alcune variabili caratterizzanti degli utenti e confronto tra festival

Variabile	Contavalle (Gini / n)	Oriente Occidente (Gini / n)	RAM (Gini / n)
Comune di residenza	0.532 (73) ¹⁰	0.685 (93)	0.713 (150)
Provincia di residenza	0.767 (73)	0.788 (93)	0.829 (150)
Tipo di area di residenza (poli e periferie)	0.283 (73)	0.272 (93)	0.338 (150)
Titolo di studio	0.531 (76)	0.617 (103)	0.625 (165)
Condiz. professionale	0.447 (86)	0.363 (107)	0.441 (166)
Età in classi	0.262 (84)	0.208 (106)	0.204 (162)

⁹ Il coefficiente di Gini indica quanto una distribuzione è diseguale: valori alti (vicini all'unità) segnalano che la maggior parte del pubblico si concentra in poche categorie, mentre valori bassi (vicini allo 0) indicano una distribuzione più uniforme dei partecipanti ai festival tra le diverse categorie. E' compreso tra 0 e 1.

¹⁰ Questo valore riporta il numero di casi per festival di ogni variabile analizzata.

CAPITOLO 5. COMPOSIZIONI DELLE RETI NEI PUBBLICI

In questa sezione vengono analizzati i pubblici dei festival attraverso le relazioni che legano tra loro gli utenti, ricostruite a partire dalle informazioni raccolte tramite le batterie A10 relativa ai consumi culturali personali e A12 su partecipazione a realtà associative (per maggiori dettagli si veda la tab. 27 in appendice). L'analisi di rete consente di osservare non solo le caratteristiche individuali dei partecipanti, ma anche le strutture sociali emergenti che si formano in base alla condivisione di preferenze culturali o di appartenenze associative.

La batteria A10, relativa alle tipologie di eventi culturali frequentati (concerti di vario tipo, spettacoli teatrali, proiezioni cinematografiche, mostre e musei, feste locali, eventi sportivi, altri eventi culturali), permette di ricostruire reti basate sulla co-partecipazione culturale, offrendo indicazioni sulla composizione degli utenti dei festival in termini di gusti, orientamenti e modalità di fruizione della cultura. Attraverso lo studio di queste reti è possibile valutare, ad esempio, se i pubblici dei festival risultino più generalisti o selettivi, quali ambiti culturali siano maggiormente frequentati e in che misura esistano gruppi di utenti con preferenze simili o trasversali. L'elevato tasso di risposta a questa batteria consente inoltre di considerare tali risultati come rappresentativi dell'intero pubblico dei festival artistico-culturali, rendendo queste reti particolarmente adatte a descrivere pattern culturali diffusi.

La batteria A12, relativa all'appartenenza e alla frequentazione di associazioni, consente invece di mappare legami sociali più stabili e strutturati, meno legati a scelte episodiche. Questi grafici indicano come le reti associative siano presenti all'interno dei pubblici dei festival e in che modo i festival stessi si inseriscono in realtà associative stabili, potenzialmente rafforzandole o mettendole in relazione. Il tasso di risposta è più contenuto, in quanto verosimilmente non vi è una sovrapposizione netta tra chi partecipa ad eventi culturali e attività associative. Le reti utenti dei festival-associazionismo descrivono, pertanto, principalmente sottogruppi specifici di utenti attivi dal punto di vista associativo.

L'analisi si basa su matrici bipartite, in cui i legami tra utenti non sono osservati direttamente, ma inferiti attraverso la condivisione di eventi o associazioni. Le reti bipartite (two-mode) sono infatti utilizzate per individuare potenziali relazioni sociali tra attori che partecipano agli stessi contesti culturali o associativi. Quando tali matrici vengono proiettate su una sola modalità, si ottengono reti a una modalità (one-mode) in cui i legami rappresentano relazioni di co-partecipazione o co-appartenenza. È importante sottolineare che questi legami non indicano

interazioni dirette, ma piuttosto opportunità di contatto, influenza o condivisione, utili per comprendere la struttura dei pubblici e le dinamiche di partecipazione culturale.

5.1 Reti e partecipazione ad eventi culturali

La prima tipologia di grafi riguarda le preferenze culturali degli utenti dei tre festival ed è basata sulla batteria A10 (tipologia di eventi culturali frequentati). Questa analisi consente di stimare la composizione e i legami del pubblico in termini di preferenze e modalità di partecipazione agli eventi culturali. La percentuale di risposte agli item di questa batteria, rispetto al totale degli utenti intervistati per ogni festival, è uguale o superiore al 95% per tutti e tre i festival.

Le reti analizzate presentano valori di densità elevati e tra loro comparabili (0,517–0,55; Tabella 21), indicando che i nodi delle reti risultano ampiamente connessi fra di loro, ovvero che gli utenti di ciascun festival condividono preferenze culturali ampiamente simili. Questo si riflette in pattern di partecipazione agli eventi ricorrenti in tutti e tre i festival, evidenziando una marcata omogeneità dei gusti culturali dei pubblici. Per i festival RAM e Oriente Occidente, tale omogeneità suggerisce che l'offerta intercetti prevalentemente segmenti di pubblico con preferenze ben definite (film archeologico e antropologico, piuttosto che danza contemporanea), piuttosto che un pubblico generalista e diversificato. Nel caso di Contavalle, questo risultato richiede una contestualizzazione specifica: la composizione del pubblico è infatti caratterizzata da una forte componente locale, residente in aree relativamente periferiche. In questo contesto, l'elevata densità potrebbe riflettere una minore varietà dell'offerta culturale territoriale, ipotesi coerente con la maggiore omogeneità degli eventi culturali frequentati osservata nei valori di degree riportati in Tabella 21.

Una differenza tra i festival riguarda la tipologia di eventi che registra maggiori frequentazioni: considerando il grado di ogni evento, ovvero il numero di utenti che hanno dichiarato di partecipare a quell'evento, gli utenti di Oriente Occidente e RAM (Tabelle 23 e 24) partecipano principalmente a proiezioni cinematografiche, mostre, musei, spettacoli teatrali e concerti in teatri filarmoniche, mentre gli utenti di Contavalle mostrano una preferenza marcata per spettacoli teatrali, seguiti da eventi culturali di altre tipologie e proiezioni di film (tabella 22). Normalizzando il grado degli eventi, possiamo confrontare i valori tra i festival, notando la

distribuzione più omogenea nelle preferenze espresse tra gli utenti di Contavalle già menzionata nel paragrafo precedente.

In tutti e tre i festival, i pubblici partecipano prevalentemente a eventi appartenenti alla cultura alta, con una maggiore concentrazione su conferenze e presentazioni, visite a musei e mostre e spettacoli teatrali, che rappresentano le categorie più numerose in ciascun festival. Calcolando la “Freeman closeness centrality” è possibile individuare gli eventi che risultano più vicini, in termini di percorsi di co-partecipazione, agli altri eventi della rete. Questi eventi agiscono come ponti tra differenti attività. Nelle reti ad alta densità, la closeness tende a riflettere la distribuzione del grado: pertanto, nei tre festival analizzati, gli eventi con maggiore affluenza risultano anche più centrali, condividendo un numero elevato di utenti con molti altri eventi.

La modularità¹¹ dei grafi, assume valori relativamente bassi in tutti e tre i festival, mai superando il valore 0.2 (Tabella 21). In tutti e tre i festival l’analisi delle componenti permette di individuare 8 gruppi di eventi. Nonostante queste comunità colleghino tra di loro gli utenti con preferenze culturali simili, risultano connessioni anche fra gli utenti di blocchi differenti. Dunque, anche se esistono gruppi di utenti con pattern di consumi culturali simili, non vi è un isolamento netto: le frequentazioni culturali dei pubblici sono caratterizzate da collegamenti trasversali tra le comunità, contribuendo a una coesione generale della rete. Le comunità distinte, pur essendo riconoscibili, sono integrate in un sistema coerente di consumi culturali.

Più nello specifico l’analisi delle componenti segnala che i festival attirano utenti che hanno gusti differenziati. Si segnala, per Contavalle, soprattutto una forte sovrapposizione tra chi preferisce partecipare a concerti bandistici ed eventi sportivi (Figura 29 in appendice), per Oriente Occidente tra feste ed eventi locali e concerti di musica leggera (figura 31), mentre per RAM tra feste ed eventi locali ed eventi sportivi (figura 33). Ciò suggerisce che per quanto riguarda i festival localizzati nel territorio di Rovereto (e dunque in un polo cittadino) le feste ed eventi locali costituiscano un hub capace di raccogliere utenti di entrambi i festival e con pattern di preferenze non completamente sovrapponibili.

¹¹ La modularità di un grafo misura quanto una rete può essere divisa in gruppi o comunità di nodi più connessi tra loro che con il resto della rete. Valori alti indicano che i nodi all’interno di un gruppo hanno molti collegamenti tra loro e pochi collegamenti verso altri gruppi. In pratica, aiuta a capire se la rete ha sottogruppi ben definiti.

Tab. 21: Principali proprietà delle reti bipartite utenti/eventi frequentati negli ultimi 12 mesi

Indicatore	Contavalle	Oriente Occidente	RAM
Numero Utenti	86 su 88	109 su 111	170 su 179
Percentuale del campione	97,7 %	98,2 %	95,0 %
Numero Eventi	9	9	9
Densità	0.540	0.554	0.517
Modularità	0.177	0.180	0.193
Numero di comunità	8	8	8

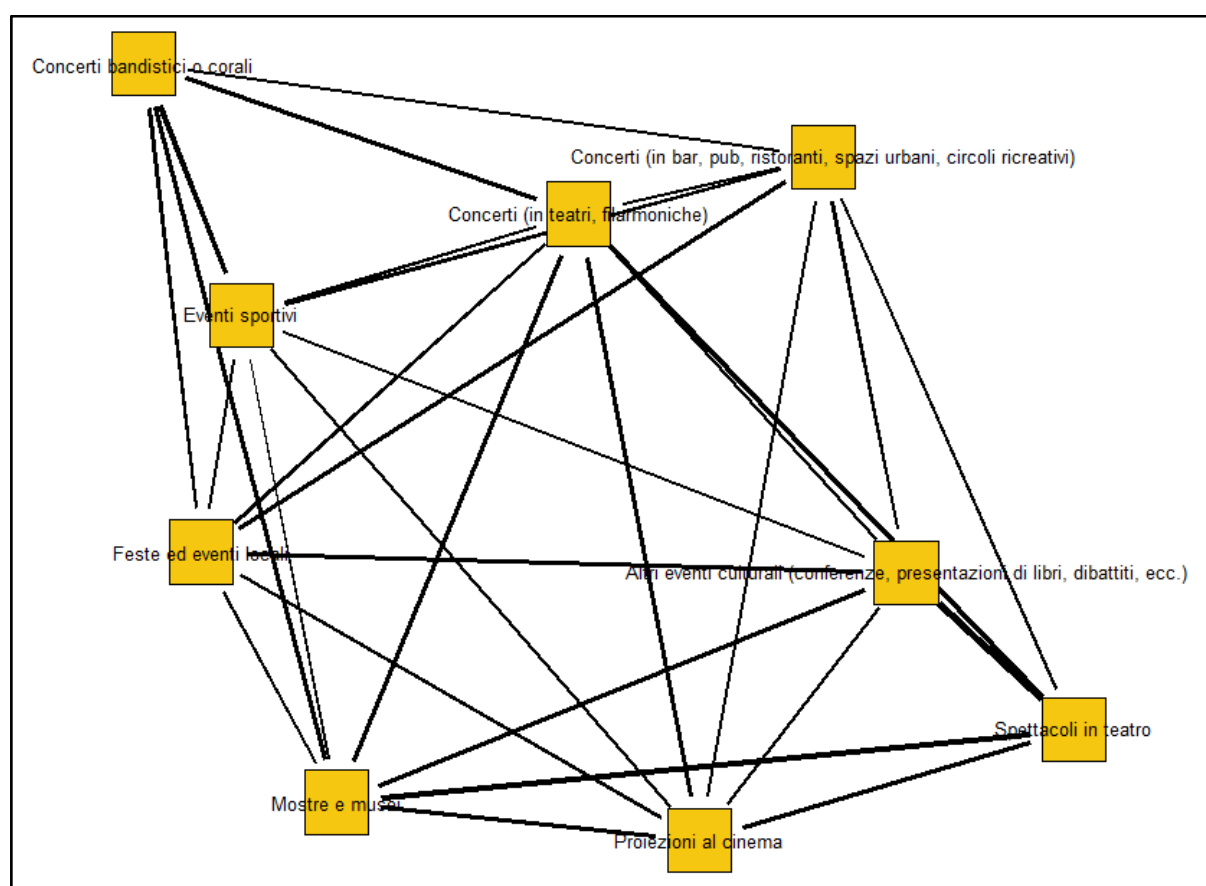


Figura 20: grafo utenti/eventi proiettato su eventi per il pubblico di Contavalle.

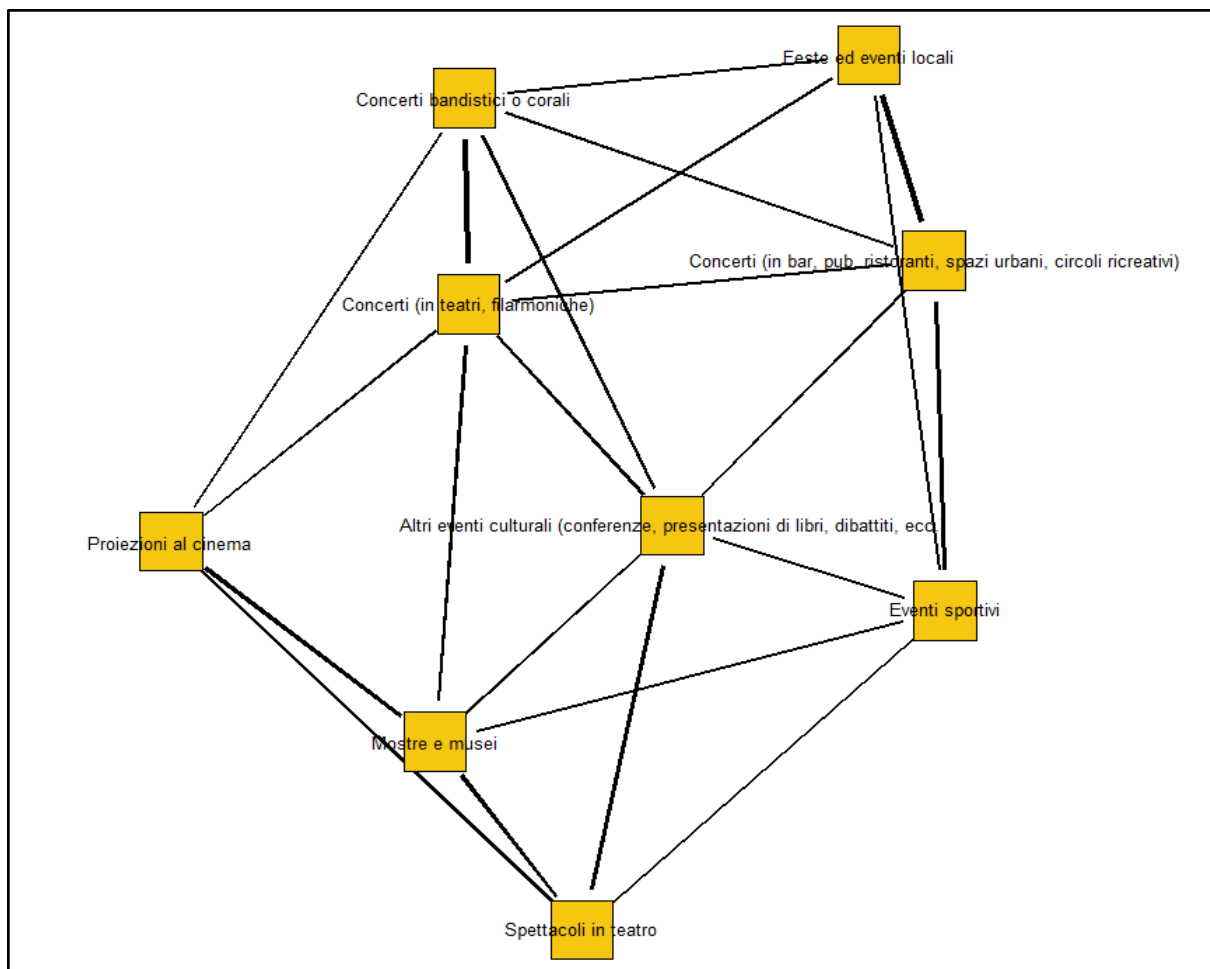


Figura 21: grafo utenti/eventi proiettato su eventi per il pubblico di Oriente Occidente.

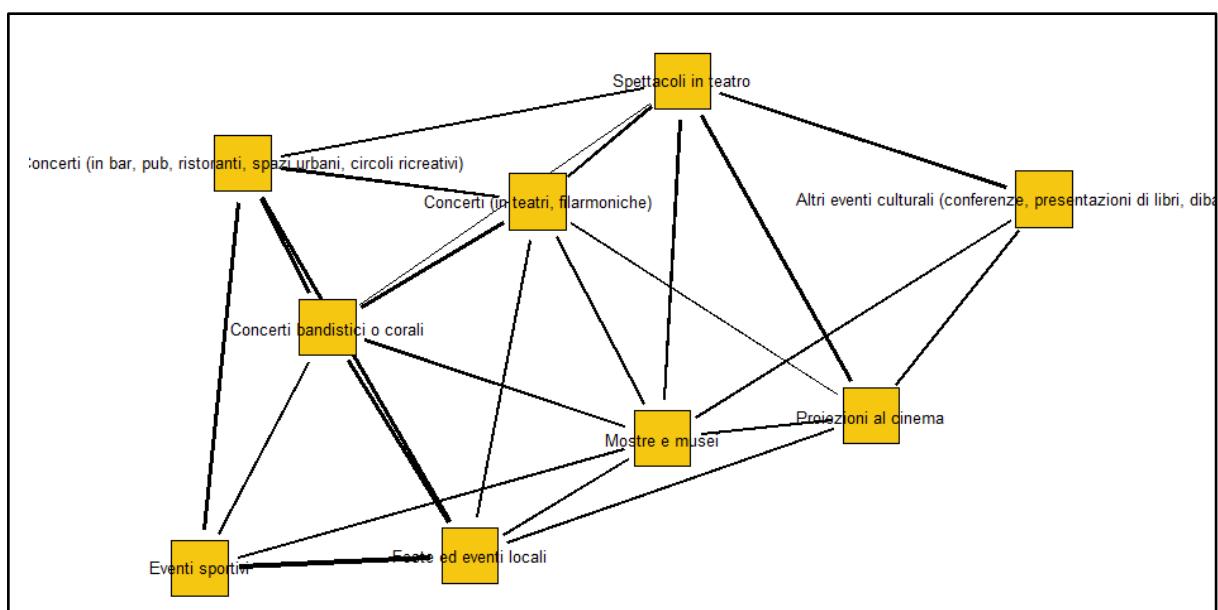


Figura 22: grafo utenti/eventi proiettato su eventi per il pubblico di RAM.

Tab. 22: Eventi Contavalle			
Tipo di evento	Degree ¹²	Normalized Degree	Freeman Closeness ¹³ (normalized)
Spettacoli in teatro	73	0,839	0.725
Altri eventi culturali (conferenze, presentazioni, ecc.)	59	0,678	0.597
Proiezioni al cinema	58	0,667	0.590
Mostre e musei	58	0,667	0.590
Feste ed eventi locali	52	0,598	0.549
Concerti (in teatri, filarmoniche)	50	0,575	0.536
Concerti (in bar, pub, spazi urbani)	33	0,379	0.450
Concerti bandistici o corali	27	0,31	0.426
Eventi sportivi	13	0,149	0.378

Tab. 23: Eventi Oriente Occidente			
Tipo di evento	Degree	Normalized Degree	Freeman Closeness (normalized)
Proiezioni al cinema	94	0,862	0.755
Mostre e musei	93	0,853	0.745
Spettacoli in teatro	88	0,807	0.700
Altri eventi culturali (conferenze, presentazioni, ecc.)	68	0,624	0.565
Concerti (in teatri, filarmoniche)	65	0,596	0.549
Feste ed eventi locali	50	0,459	0.481
Concerti (in bar, pub, spazi urbani)	49	0,45	0.477
Eventi sportivi	22	0,202	0.391
Concerti bandistici o corali	15	0,138	0.373

¹² Il grado di un nodo in un grafo indica il numero di collegamenti diretti che quel nodo ha con altri nodi. Nel caso di un grafo “utenti X eventi”, il grado degli eventi indica quanti utenti hanno indicato quell’evento.

¹³ La Freeman closeness misura quanto un nodo è vicino a tutti gli altri nodi della rete, calcolando la distanza media minima verso tutti gli altri.

Tab. 24: Eventi RAM			
Tipo di evento	Degree	Normalized Degree	Freeman Closeness (normalized)
Mostre e musei	142	0,835	0.735
Proiezioni al cinema	124	0,729	0.640
Spettacoli in teatro	119	0,7	0.618
Altri eventi culturali (conferenze, presentazioni, ecc.)	102	0,6	0.552
Concerti (in teatri, filarmoniche)	100	0,588	0.546
Feste ed eventi locali	74	0,435	0.470
Concerti (in bar, pub, spazi urbani)	69	0,406	0.458
Concerti bandistici o corali	31	0,182	0.383
Eventi sportivi	31	0,182	0.383

5.2 Reti e appartenenza ad associazioni

Si passa ora alla seconda tipologia di grafi, costruiti sulla base dell'appartenenza e della frequentazione di associazioni da parte degli utenti. Questi grafi derivano dall'item A12 ("Nel tuo tempo libero sei impegnata/o, occasionalmente o regolarmente, in attività ricreative o associative/di volontariato?", si veda la Tabella 27). Questa tipologia di rappresentazione si fonda sulla condivisione di appartenenze associative tra gli utenti e rimanda a grafi particolarmente sensibili alle dimensioni stabili del capitale sociale, che vede gli utenti coinvolti in realtà associative nelle quali svolgono attività legate ad impegno civico (gruppi parrocchiali e religiosi, ambientalisti e per i diritti umani, vigili del fuoco e protezione civile, scout, croce rossa, caritas e altri gruppi caritatevoli), culturale (gruppi bandistici, cori, di danza o teatro, folkloristici) e sportivo. Rispetto ai grafi basati sulla partecipazione a eventi, questi network descrivono dimensioni più stabili e strutturate della vita sociale degli individui, meno legate a scelte episodiche.

È tuttavia necessario segnalare che il tasso di risposta a questo item è inferiore rispetto a quello relativo alle preferenze culturali (Tabella 24). Poco più della metà degli utenti dei festival Contavalle e Oriente Occidente dichiara l'appartenenza ad almeno un ente associativo, mentre per il RAM la percentuale scende al 43%. Di conseguenza, l'analisi che segue riguarda

principalmente sottocomunità interne ai pubblici dei festival, ossia gli utenti attivi dal punto di vista associativo. I risultati sono pertanto meno generalizzabili all'intero pubblico, ma risultano comunque particolarmente rilevanti per individuare strutture sociali, forme di aggregazione e tipologie di legami che sottendono la partecipazione culturale.

Per quanto riguarda i grafi utenti/associazioni, i dati di densità vanno interpretati insieme a quelli di modularità emersi dall'analisi delle sottocomunità interne. Tutte le reti presentano una densità molto bassa, indicativa di una rete poco connessa, con legami selettivi e una maggiore frammentazione delle connessioni.

Il RAM registra il valore più basso, con un indice di densità pari a 0,066, circa la metà rispetto agli altri due festival. Al contrario, la modularità risulta particolarmente alta, con valori superiori a 0,4 per tutti e tre i festival. La combinazione di densità bassa e modularità elevata restituisce un quadro piuttosto definito delle comunità presenti: i pubblici risultano segmentati, con utenti appartenenti alle stesse associazioni che condividono altre appartenenze simili tra loro. All'interno di ciascun cluster, gli utenti hanno numerose frequentazioni in comune, mentre risultano poco connessi con utenti appartenenti ad altri cluster. Per il RAM, la modularità più alta registrata è 0,645. L'analisi delle componenti evidenzia la presenza di 11 comunità interne, debolmente connesse tra loro (Figura 34 in appendice). Cinque cluster di associazioni emergono come principali poli di frequentazione simile. È inoltre da segnalare che alcune associazioni svolgono un ruolo di gatekeeping all'interno di comunità così frammentate, come il volontariato, il gruppo teatrale e il coro (Figura 25), contribuendo a mantenere la coesione interna ai cluster e a facilitare l'interazione tra membri affini.

Una situazione analoga si osserva per Oriente Occidente. La modularità molto alta (0,605) indica la presenza di comunità ben definite, internamente molto compatte e scarsamente collegate tra loro. L'analisi evidenzia 9 comunità, di cui 4 raggruppano più associazioni correlate. La rete, suddivisa in due componenti principali, risulta connessa grazie al legame tra il gruppo di danza e le associazioni per l'insegnamento dell'italiano agli stranieri, che fungono da ponte tra le componenti. Sia per Oriente Occidente sia per RAM, la maggior parte degli utenti coinvolti in associazioni appartiene a una sola associazione, con una mediana pari a 1 per il numero di associazioni indicate come frequentate.

Contavalle registra una modularità sensibilmente più bassa (0,484), pur indicando comunque frammentazione e scarsa connessione tra componenti. L'analisi evidenzia 9 comunità totali, di cui cinque aggregano diverse associazioni tra loro. Gli utenti che partecipano ad associazioni

risultano mediamente coinvolti in un numero maggiore di gruppi rispetto agli altri festival, con la mediana della distribuzione del grado degli utenti del network utenti/associazioni pari a 2 (Figura 26). È inoltre da segnalare una percentuale più elevata di utenti membri di almeno quattro associazioni, evidenziando un pubblico mediamente più attivo e associativamente coinvolto.

Tab. 25: Principali proprietà delle reti bipartite utenti/associazioni

Indicatore	Contavalle	Oriente Occidente	RAM
Numero Utenti	52 su 88	64 su 111	77 su 179
Percentuale utenti	59.1 %	57,7 %	43,0 %
Numero Associazioni	15	13	20
Densità	0.111	0.106	0.066
Modularità	0.484	0.605	0.645
Numero di comunità	9	9	11
Comunità con più associazioni (per maggiori dettagli si vedano figure 30, 32 e 34 in appendice)	4	5	5

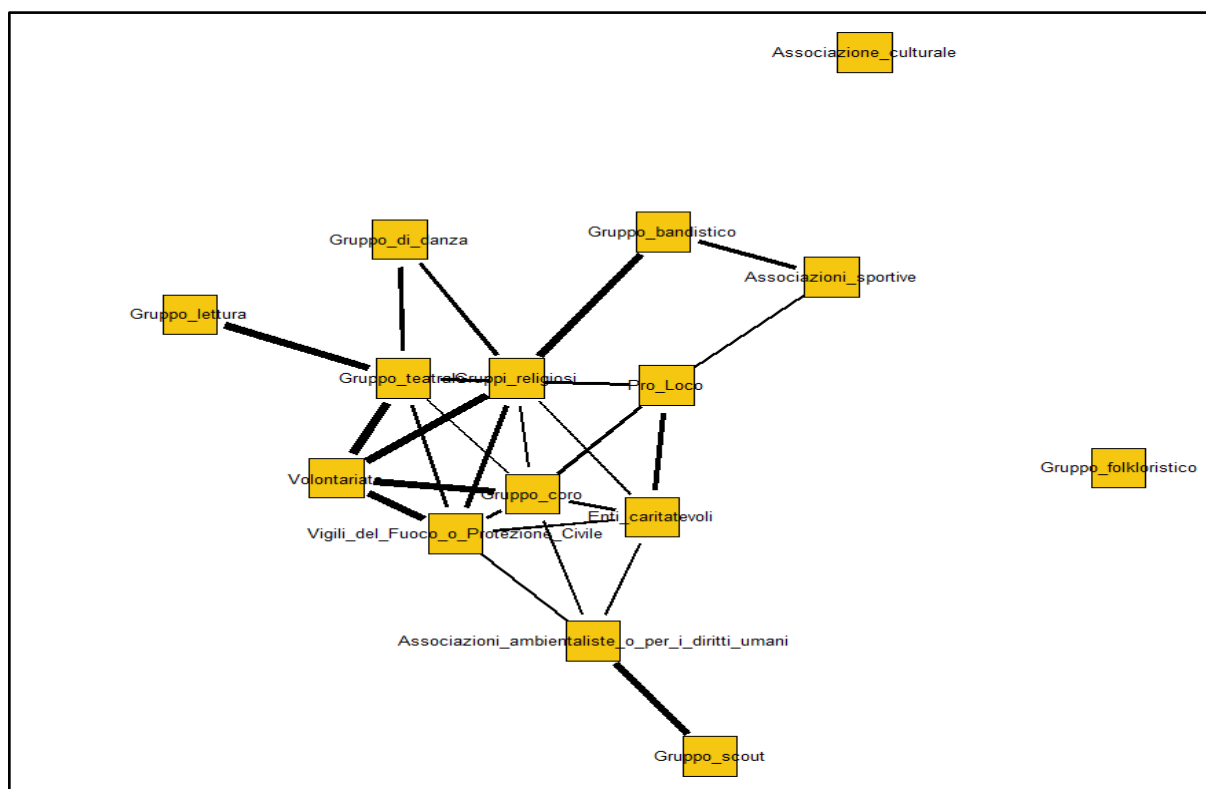


Figura 23: grafo utenti/associazioni proiettato sulle associazioni per il pubblico di Contavalle.

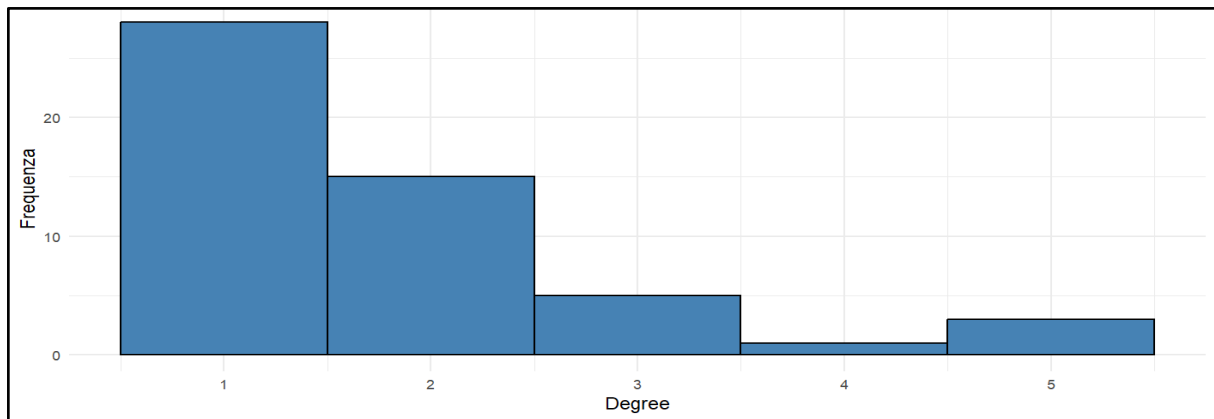


Figura 26: distribuzione degree del grafo utenti/associazioni proiettato sulle associazioni per Contavalle (N = 52; mediana = 2).

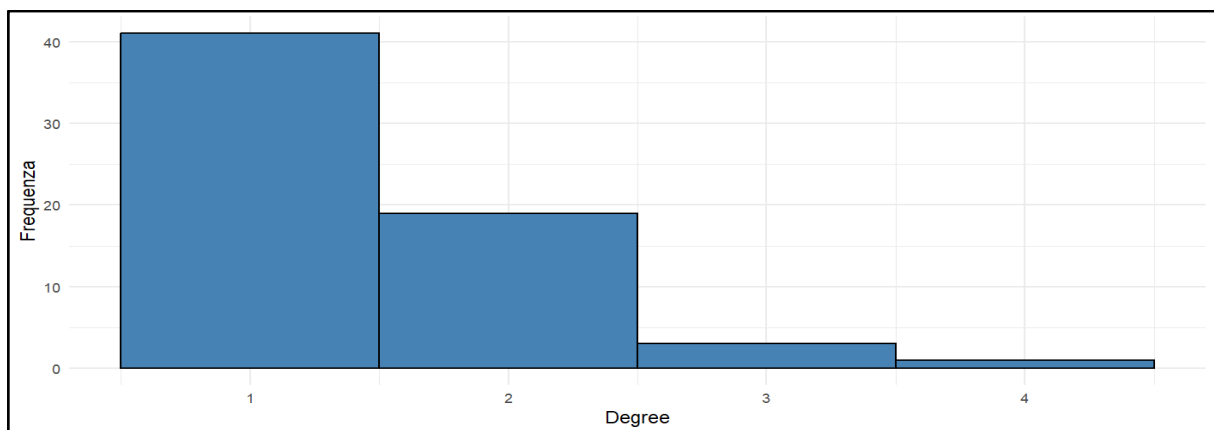


Figura 27: distribuzione degree del grafo utenti/associazioni proiettato sulle associazioni per Oriente Occidente (N = 64; mediana = 1).

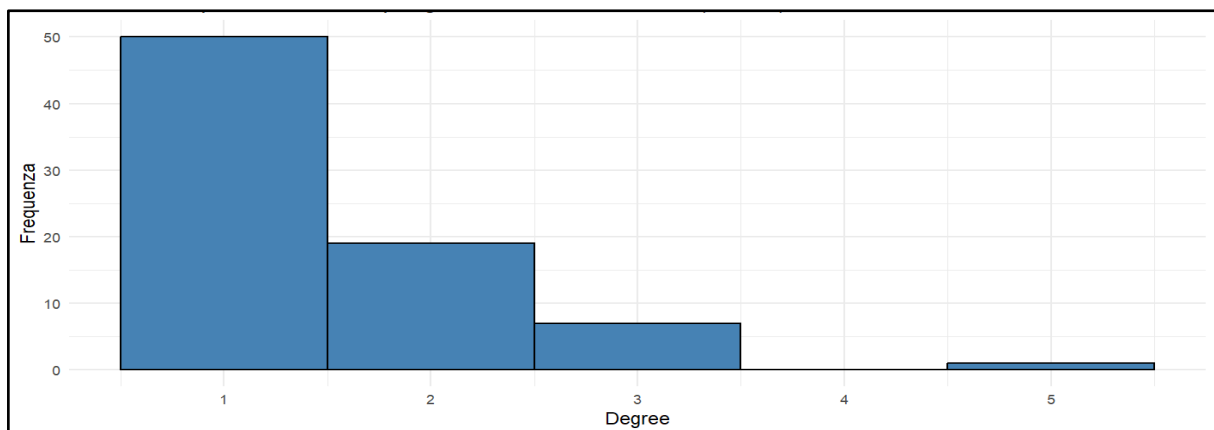


Figura 28: distribuzione degree del grafo utenti/associazioni proiettato sulle associazioni per Ram (N = 77; mediana = 1).

CAPITOLO 6. CONCLUSIONI

6.1 Per chi è la cultura

6.1.1 Profili socio-demografici

Il pubblico dei festival analizzati risulta complessivamente omogeneo rispetto a diverse caratteristiche socio-demografiche, tra cui genere, fasce d'età, livello di istruzione, condizione occupazionale e area di residenza. Considerando l'insieme dei tre festival, l'utente "tipico" risulta più probabilmente donna, con età superiore ai 35 anni, con titolo di studio medio-alto o universitario, occupata a tempo pieno al di fuori del settore artistico oppure pensionata, e residente nello stesso comune in cui si svolge il festival. Analizzando separatamente i singoli festival emergono però alcune differenze rilevanti.

Nel caso di Oriente Occidente aumenta ulteriormente la probabilità di intercettare pubblico femminile. Nel caso di Contavalle diminuisce invece la quota di utenti con istruzione elevata e cresce in modo marcato la presenza di residenti in aree classificate come intermedie, quindi caratterizzate da minore accesso ai servizi e costi di distanza maggiori. Le distribuzioni restano simili su altre dimensioni, ma con scostamenti sistematici tra i festival. Dal punto di vista della composizione interna dei pubblici, Contavalle mostra una maggiore capacità di raggiungere utenti provenienti da un numero più ampio di comuni. Oriente Occidente si distingue invece per una più elevata eterogeneità nella condizione lavorativa dei partecipanti.

6.1.2 Pubblici attivi e collocati culturalmente

La partecipazione degli utenti è inoltre influenzata da fattori come motivazioni, aspettative, ostacoli e preferenze culturali. Queste caratteristiche sono tutte trasversali rispetto ai festival: la ricerca di contenuti di qualità e l'importanza della location e dell'atmosfera emergono in tutti i festival come fattori motivanti centrali. Anche le motivazioni di tipo relazionale risultano rilevanti. La partecipazione agli eventi non va interpretata come una semplice fruizione cognitiva, ma come un'esperienza estetica e relazionale complessiva, in cui l'atmosfera svolge

una funzione di rafforzamento del valore percepito dei contenuti. La dimensione relazionale risulta inoltre legata alla condivisione dell'esperienza culturale, più che alla socialità in sé. I livelli di motivazione dichiarata risultano complessivamente elevati, indicando una partecipazione intenzionale e stabile nel tempo. Il festival viene interpretato soprattutto come occasione per approfondire temi e questioni rilevanti e per aumentare la consapevolezza dell'offerta culturale locale, più che come strumento di gratificazione individuale.

Possiamo inoltre osservare attitudini e preferenze simili tra i festival: queste risultano simili sia per intensità di partecipazione — con pubblici composti da utenti complessivamente attivi nella frequenza di eventi — sia per orientamento verso pratiche riconducibili alla cosiddetta cultura alta, come mostre e musei, spettacoli teatrali, conferenze e presentazioni di libri. Inoltre, oltre la metà degli intervistati dichiara di partecipare anche all'organizzazione di altri eventi sul territorio, con proporzioni sostanzialmente analoghe tra i diversi festival. Accanto all'elevata partecipazione agli eventi si individua anche un sottogruppo di pubblico attivo a livello associativo. Questa forma di coinvolgimento risulta più contenuta, ma con incidenze simili tra i diversi festival. In tutti i pubblici è quindi presente una componente di utenti associati, pari a circa la metà dei rispondenti per ciascun festival.

Gli ostacoli alla partecipazione culturale risultano soprattutto logistici ed economici: distanza geografica e costi complessivi sono i fattori più rilevanti e condivisi. Impegni di lavoro, studio e famiglia incidono in modo moderato, con forte variabilità individuale, mentre trasporto pubblico e impegni associativi pesano meno. La bassa coerenza interna della batteria indica vincoli eterogenei tra segmenti di pubblico. Nell'ultimo anno molti utenti segnalano una riduzione della spesa culturale, altri stabilità. Non emergono differenze significative tra festival. Gli impegni lavorativi risultano più limitanti tra 20 e 50 anni, meno tra giovani e over 50.

Nel complesso, i pubblici dei festival si configurano come un segmento piuttosto definito per caratteristiche quali fascia d'età, condizione lavorativa, prossimità territoriale, orientamento verso pratiche di cultura alta e propensione alla partecipazione culturale. Il capitale culturale dei pubblici risulta generalmente adeguato per orientarsi e partecipare a diverse offerte culturali. Permangono tuttavia differenze interne tra i festival, che riguardano soprattutto la composizione di genere, il livello di istruzione e il grado di perifericità delle aree di residenza dei partecipanti.

6.2 Impatti della partecipazione

6.2.1 Outcome percepiti dagli utenti e inclusività socioeconomica

Dal punto di vista delle difficoltà di partecipazione, i festival presentano valori simili: gli utenti non riportano differenze significative negli ostacoli percepiti. Anche l'eterogeneità delle caratteristiche del pubblico risulta comparabile tra i diversi eventi, evidenziando una buona differenziazione all'interno di un segmento complessivamente definito. Un altro aspetto condiviso è la capacità dei festival di includere utenti la cui disponibilità economica è diminuita rispetto ai 12 mesi precedenti, a testimonianza di un'accessibilità economica diffusa. E' inoltre da sottolineare come l'ostacolo più rilevante, rappresentato dagli impegni lavorativi, incide soprattutto sulle fasce d'età predominanti tra i pubblici dei festival, segno ulteriore della motivazione e della propensione dei pubblici alla partecipazione e della capacità dei festival di andare incontro a questa necessità. I pubblici dei festival dichiarano inoltre effetti della partecipazione di entità simile sulle dimensioni individuali. Gli esiti legati alla realizzazione personale e relazionale non risultano nettamente differenti rispetto agli altri festival. La differenza più marcata riguarda invece il senso di appartenenza territoriale generato dalla partecipazione: su questa dimensione il pubblico di Contavalle registra punteggi sensibilmente superiori.

Contestualizzando questo risultato, si tratta dell'outcome più strettamente collegato alla sfera collettiva, più che a motivazioni estetiche o di preferenza culturale, e va interpretato alla luce delle caratteristiche peculiari di Contavalle, come la diffusione sul territorio e la compartecipazione della comunità alla definizione di obiettivi e attività del festival. Pur mantenendo una funzione di offerta culturale simile agli altri eventi — come evidenziato dagli alti punteggi su qualità e atmosfera — Contavalle evidenzia una componente comunitaria più marcata. L'effetto è riconosciuto dai singoli utenti, segnalando una diffusa consapevolezza del ruolo territoriale del festival; negli altri eventi, pur con valori positivi, la percezione risulta più frammentata e meno omogenea. Tale caratteristica si riflette anche nell'eterogeneità dei pubblici, con utenti provenienti da un numero maggiore di comuni periferici rispetto agli altri festival.

6.2.2 Bonding e bridging

Nei pubblici dei festival sono presenti sottogruppi di utenti coinvolti in attività associative. Questi gruppi sono rilevanti perché le associazioni favoriscono la costruzione di relazioni, la fiducia reciproca e lo scambio di informazioni, risorse e contatti. Dall'analisi emerge una forte coesione interna tra i membri delle stesse associazioni, che spesso condividono anche ulteriori appartenenze associative comuni, rafforzando così la densità e la stabilità dei legami all'interno dei sottogruppi: questo meccanismo, definito *bonding*, consente ai partecipanti di ottenere benefici sia individuali sia collettivi dalla propria appartenenza alla rete.

Quando si creano collegamenti tra gruppi diversi si parla di *bridging*, cioè di estensione delle risorse tra reti differenti. Le reti associative dei tre festival possono rappresentare una struttura a gruppi coesi, con legami interni più forti di quelli esterni. In questo quadro i festival hanno il merito di funzionare come spazio di incontro tra reti diverse, favorito dalla presenza di interessi e gusti culturali simili. Il festival agisce quindi sia come fattore di consolidamento delle reti interne, sia come contesto può agevolare la nascita di collegamenti tra gruppi differenti: l'elevata quota di utenti coinvolti nell'organizzazione di eventi suggerisce che anche la partecipazione degli utenti stessi all'organizzazione e messa terra dei festival possano rappresentare una via di accesso più agevole alle reti di capitale sociale, che rimangono caratterizzate da maggiore chiusura interna.

Va tuttavia segnalato che l'elevata propensione alla partecipazione culturale può produrre un effetto selettivo, rendendo questi spazi più accessibili a un segmento di pubblico già predisposto all'associazionismo e alla partecipazione a eventi, e quindi potenzialmente meno inclusivi verso profili con minore attivazione culturale. Il caso di Contavalle, che presenta il valore di modularità più basso — indicativo di maggiori connessioni tra i cluster associativi — mostra anche una quota elevata di utenti con appartenenze multiple: oltre la metà dei partecipanti associati risulta iscritta a due o più associazioni.

6.3 Considerazioni finali

L'analisi degli utenti restituisce un quadro complessivo della partecipazione ai festival culturali in Trentino e mette in evidenza strutture e processi che mettono i festival in relazione con una

serie di esiti sui pubblici. La partecipazione non emerge solo come comportamento individuale, ma anche come fenomeno di appartenenza a gruppi definiti da confini più o meno fluidi legati ai gusti, territoriali e associativi. I risultati mostrano quindi caratteristiche e configurazioni di pubblico, reti e dinamiche di coinvolgimento che contribuiscono a spiegare modalità e intensità dell'esperienza culturale ed il radicamento degli utenti anche in altre realtà associative del territorio.

I dati presentati vanno tuttavia interpretati come una fotografia riferita al periodo di rilevazione. Il disegno di ricerca è di tipo cross-sectional e consente di descrivere distribuzioni e associazioni tra variabili, ma non di stabilire relazioni causali tra partecipazione e outcome osservati. Per valutare effetti causali sarebbero necessari disegni longitudinali o quasi-sperimentali, con misurazioni ripetute nel tempo, confronti pre/post e controllo dei principali fattori di confondimento. In questo senso, le evidenze qui riportate indicano pattern e correlazioni, non rapporti di causa-effetto. Inoltre gli esiti personali sono definiti sulla base di variabili di percezione e dunque sensibili all'interpretazione del singolo. Il progetto potrebbe essere esteso includendo un numero maggiore di festival, contesti territoriali e modelli organizzativi, così da confrontare pubblici e impatti in contesti istituzionali e culturali differenti. Un ulteriore sviluppo riguarda il coinvolgimento mirato di fasce oggi sottorappresentate, in particolare giovani under 35 e profili a bassa partecipazione culturale. Sarebbe inoltre utile integrare il confronto con dati e indagini a scala nazionale, per distinguere ciò che dipende dalle specificità locali da ciò che riflette trend strutturali più ampi. Un'estensione longitudinale permetterebbe infine di osservare l'evoluzione dei pubblici e degli effetti nel tempo.

BIBLIOGRAFIA

Agenzia per la Coesione Territoriale. (2021). *Nota metodologica Aree interne* [Report].

Agenzia per la Coesione Territoriale. https://www.agenziacoesione.gov.it/wp-content/uploads/2021/01/Nota_metodologica_Aree_interne-2-1.pdf.

Borgatti, S. P., Everett, M. G., Johnson, J. C., & Agneessens, F. (2022). *Analyzing social networks using R*. Sage Publications Limited.

Sacchetti, S.; Mustaffi, V. (2026) *I Festival in Trentino. Organizzazioni ed offerta culturale dei festival di matrice artistica in Trentino: governance, proposta culturale ed esiti collettivi*, rapporto di ricerca No. 3. Progetto “Organizzare e innovare nel settore culturale”. Unità di ricerca su istituzioni economiche e bene comune (Cives), Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale. Università di Trento.

APPENDICE

Summary dell'analisi bivariata e codebook del dataset utilizzato

Tab. 26: Relazioni controllate nella bivariata (*** = $p < 0.001$ ** = $p < 0.01$ * = $p < 0.05$)						
Blocco	Variabile 1	Variabile 2	Test	Valore Statistico	DF	Forza Effetto (V / η^2 -H)
1	Festival	Genere	χ^2	14.20 **	4	0.141 (V)
1	Festival	Popolazione media area residenza	χ^2	62.70 ***	4	0.315 (V)
1	Festival	Tipo di area di residenza	χ^2	85.1***	8	0.367 (V)
1	Festival	Titolo di studio	χ^2	33.10 ***	10	0.213 (V)
2	Popolazione media area residenza	Problemi di partecipazione legati alla distanza geografica (A9.1)	K-Wallis	4.99 (ns)	2	0.008 (η^2 -H)
2	Popolazione media area residenza	Durante il giorno mi sento pieno di energie (A3.1)	K-Wallis	3.47 (ns)	2	0.004 (η^2 -H)
2	Età (a classi)	Problemi di partecipazioni legati al trasporto pubblico (A9.2)	K-Wallis	18.40 ***	3	0.041 (η^2 -H)
2	Età (a classi)	Problemi di partecipazione legati al costo economico (A9.3)	K-Wallis	14.10 **	3	0.030 (η^2 -H)
2	Età (a classi)	Problemi di partecipazione legati ad impegni di lavoro (A9.5)	K-Wallis	72.70 ***	3	0.204 (η^2 -H)
2	Titolo di studio	Problemi di partecipazione legati ad impegni di lavoro (A9.5)	K-Wallis	26.60 ***	5	0.058 (η^2 -H)
4	Festival	Motivazione per partecipare al festival è compagnia di amici (A1.1)	K-Wallis	27.60 ***	2	0.068 (η^2 -H)

4	Festival	Motivazione per partecipare al festival è incontrare persone che condividono miei gusti (A1.2)	K-Wallis	25.10 ***	2	0.062 (η^2 -H)
4	Festival	Motivazione per partecipare al festival è la location è l'atmosfera (A1.4)	K-Wallis	14.20 ***	2	0.033 (η^2 -H)
4	Festival	Partecipare è per me fonte di ispirazione creativa (A2.1)	K-Wallis	3.22 (ns)	2	0.003 (η^2 -H)
4	Festival	Partecipare mi fa sentire realizzato (A2.3)	K-Wallis	19.10 ***	2	0.046 (η^2 -H)
4	Festival	Partecipare mi fa sentire parte della realtà locale (A2.4)	K-Wallis	75.40 ***	2	0.196 (η^2 -H)
4	Festival	Partecipare mi fa sentire consapevole della realtà culturale locale (A2.5)	K-Wallis	22.60 ***	2	0.055 (η^2 -H)
4	Festival	Durante la giornata mi sento pieno di energie (A3.1)	K-Wallis	4.57 (ns)	2	0.007 (η^2 -H)
4	Festival	Mi piace rompere la routine (A3.2)	K-Wallis	1.27 (ns)	2	0.000 (η^2 -H)
4	Livello di istruzione	Motivazione per partecipare al festival è incontrare persone che condividono miei gusti (A1.2)	Rho	-0.18 **	/	/
4	Livello di istruzione	Motivazione per partecipare al festival è la location è l'atmosfera (A1.4)	Rho	0.12 *	/	/
3	Festival	Percezione di offerta del territorio (A5)	K-Wallis	5.91 (ns)	2	0.010 (η^2 -H)
3	Festival	Problemi di partecipazioni legati a distanza geografica (A9.1)	K-Wallis	12.70 **	2	0.028 (η^2 -H)
3	Festival	Problemi di partecipazioni legati al trasporto pubblico (A9.2)	K-Wallis	4.84 (ns)	2	0.007 (η^2 -H)
3	Festival	Problemi di partecipazioni legati al costo economico (A9.3)	K-Wallis	6.17 *	2	0.011 (η^2 -H)
3	Festival	Problemi di partecipazioni legati a impegni di volontariato (A9.6)	K-Wallis	2.41 (ns)	2	0.001 (η^2 -H)

Tab. 27: Lista delle variabili presenti nel dataset, batterie in evidenza		
Variabile	Etichetta	Sezione
ID	Numero del questionario (associato a quello cartaceo fino a ID = 214)	Dati di base
C1	Consenso dato o no alla trattazione dei dati	Dati di base
D1	Festival in cui è stato raccolto il questionario	Dati di base
D2	Modalità di somministrazione del questionario (cartaceo/digitale)	Dati di base
A1	Motivazioni a partecipare al festival corrente	Sezione valoriale ed esiti
A1.1	Stare in compagnia di amici e famigliari	Sezione valoriale ed esiti
A1.2	Incontrare persone che condividono i miei stessi gusti	Sezione valoriale ed esiti
A1.3	I contenuti dell'evento	Sezione valoriale ed esiti
A1.4	La location e l'atmosfera dell'evento	Sezione valoriale ed esiti
A2	Valutazione partecipazione al festival	Sezione valoriale ed esiti
A2.1	Partecipare è per me fonte di ispirazione creativa	Sezione valoriale ed esiti
A2.2	Partecipare stimola in me riflessioni sulla realtà che mi circonda	Sezione valoriale ed esiti
A2.3	Partecipare mi fa sentire realizzato/a	Sezione valoriale ed esiti
A2.4	Partecipare mi fa sentire parte della realtà locale	Sezione valoriale ed esiti
A2.5	Partecipare mi fa sentire consapevole delle attività culturali offerte dal territorio	Sezione valoriale ed esiti
A3	Benessere nella quotidianità	Sezione valoriale ed esiti
A3.1	Durante la giornata mi sento pieno/a di energie	Sezione valoriale ed esiti
A3.2	Mi sento felice quando posso rompere la routine	Sezione valoriale ed esiti
A4	Motivazioni a partecipare rispetto a 12 mesi fa	Sezione valoriale ed esiti
A5	Percezione dell'offerta culturale del territorio	Sezione valoriale ed esiti
A6	Capacità di spesa del nucleo familiare negli ultimi 12 mesi	Sezione valoriale ed esiti
A7	Spesa effettiva per partecipare a eventi culturali	Sezione valoriale ed esiti
A8	Tipologia di eventi culturali frequentati negli ultimi 12 mesi	Sezione valoriale ed esiti
A9	Fattori che limitano la partecipazione ad eventi culturali	Sezione valoriale ed esiti
A9.1	Distanza geografica	Sezione valoriale ed esiti
A9.2	Mancanza di trasporto pubblico	Sezione valoriale ed esiti
A9.3	Il costo economico (biglietto, trasporto, alloggio, ecc.)	Sezione valoriale ed esiti
A9.4	Impegni famigliari	Sezione valoriale ed esiti
A9.5	Impegni di lavoro o di studio	Sezione valoriale ed esiti
A9.6	Impegni associativi, di volontariato	Sezione valoriale ed esiti
A10	Tipologie di eventi culturali preferiti	Sezione valoriale ed esiti
A10.1	Concerti (in teatri, filarmoniche)	Sezione valoriale ed esiti
A10.2	Concerti (in bar, pub, ristoranti, spazi urbani, circoli ricreativi)	Sezione valoriale ed esiti
A10.3	Concerti bandistici o corali	Sezione valoriale ed esiti

A10.4	Spettacoli in teatro	Sezione valoriale ed esiti
A10.5	Proiezioni al cinema	Sezione valoriale ed esiti
A10.6	Mostre e musei	Sezione valoriale ed esiti
A10.7	Feste ed eventi locali	Sezione valoriale ed esiti
A10.8	Altri eventi culturali (conferenze, presentazioni di libri, dibattiti, ecc.)	Sezione valoriale ed esiti
A10.9	Eventi sportivi	Sezione valoriale ed esiti
A11	Numero di eventi culturali partecipati negli ultimi 12 mesi	Sezione valoriale ed esiti
A12	Partecipazione ad attività ricreative o associative/volontariato	Sezione valoriale ed esiti
A12.1	NO (non partecipo ad eventi)	Sezione valoriale ed esiti
A12.2	Parrocchia o gruppi religiosi	Sezione valoriale ed esiti
A12.3	Gruppo teatrale	Sezione valoriale ed esiti
A12.4	Gruppo di danza	Sezione valoriale ed esiti
A12.5	Gruppo bandistico	Sezione valoriale ed esiti
A12.6	Gruppo coro	Sezione valoriale ed esiti
A12.7	Gruppo folkloristico	Sezione valoriale ed esiti
A12.8	Associazioni ambientaliste o per i diritti umani	Sezione valoriale ed esiti
A12.9	Associazioni sportive	Sezione valoriale ed esiti
A12.10	Pro Loco	Sezione valoriale ed esiti
A12.11	Gruppo scout	Sezione valoriale ed esiti
A12.12	Croce Rossa, Caritas, altri enti caritatevoli	Sezione valoriale ed esiti
A12.13	Vigili del Fuoco o Protezione Civile	Sezione valoriale ed esiti
A12.14.1	Altro: hai altro da indicare? (sì o no)	Sezione valoriale ed esiti
A12.14.2	Altro: specifica (character)	Sezione valoriale ed esiti
A13	Partecipazione all'organizzazione di eventi culturali sul territorio	Sezione valoriale ed esiti
E1	Genere	Sezione anagrafica
E2	Anno di nascita	Sezione anagrafica
E3	Luogo di nascita	Sezione anagrafica
E4	Residenza (CAP)	Sezione anagrafica
E6	Titolo di studio più elevato	Sezione anagrafica
E7	Attività lavorativa	Sezione anagrafica
E7.1	Attività lavorativa prevalente	Sezione anagrafica
E7.2	Professione	Sezione anagrafica
E7.3	Settore	Sezione anagrafica
E7.4	Area economica	Sezione anagrafica
E7.5	Lavori in ambito artistico (solo terziario/servizi)	Sezione anagrafica
E8	Domande riservate agli studenti	Sezione anagrafica
E8.a	Livello di istruzione studente	Sezione anagrafica
E8.b	Tipo di scuola superiore	Sezione anagrafica
E8.c	Area del corso di studi universitari	Sezione anagrafica

E10	Utilità percepita del questionario per riflettere sulla partecipazione ad eventi culturali	Sezione valoriale ed esiti
E6_recod	Recoding “titolo di studi più elevato”	Recoding
E7.1_rec	Recoding “Attività lavorativa prevalente”	Recoding
E7.2_recod	Recoding “Professione”	Recoding
E7.4_recod	Recoding “Area economica”	Recoding
Genere_agg	Recoding del genere raggruppando delle categorie sottorappresentate (E4)	Recoding
Eta	Età dell’utente ricavata dall'anno di nascita (E2)	Recoding
Eta_class	Età degli utenti raggruppati in classi	Recoding
Comuni_po ssibili	Comune di provenienza dell’utente ottenuto dal CAP di residenza (E4)	Recoding
Province	Provincia di residenza dell’utente ottenuta dal CAP di residenza (E4)	Recoding
Area_mean _pop	Popolazione media dell’area di residenza ottenuta dal CAP (E4)	Recoding
Distanza_fe stival	Distanza tra il comune di residenza e quello dove si è tenuto il festival (E4)	Recoding
F1	Id risposta questionario online	Dati Lime Survey
F2	Data in cui è stato inviato il questionario	Dati Lime Survey
F3	Ultima pagina compilata	Dati Lime Survey
F4	Lingua iniziale	Dati Lime Survey
F5	Seme del questionario	Dati Lime Survey
F6	Data di inizio compilazione	Dati Lime Survey
F7	Data ultima azione	Dati Lime Survey

Community Detection (attraverso l'algoritmo di Louvain)

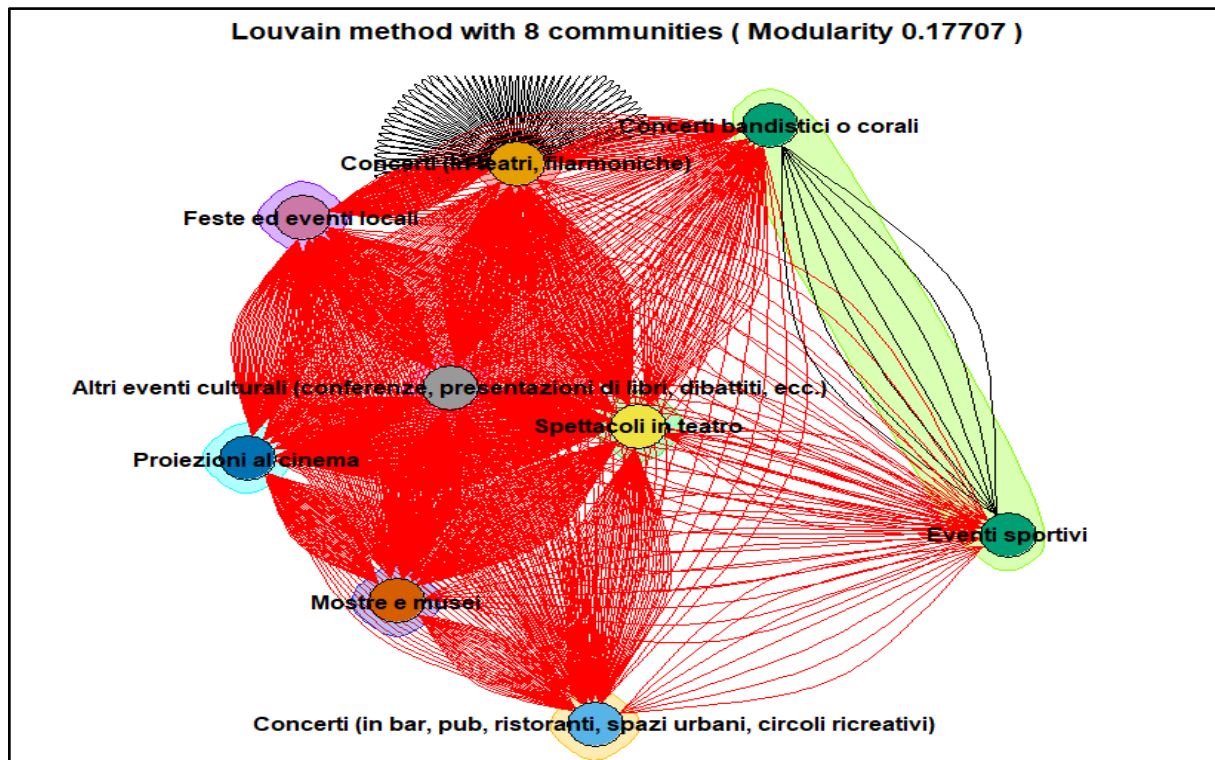


Figura 29: community detection Contavalle eventi.

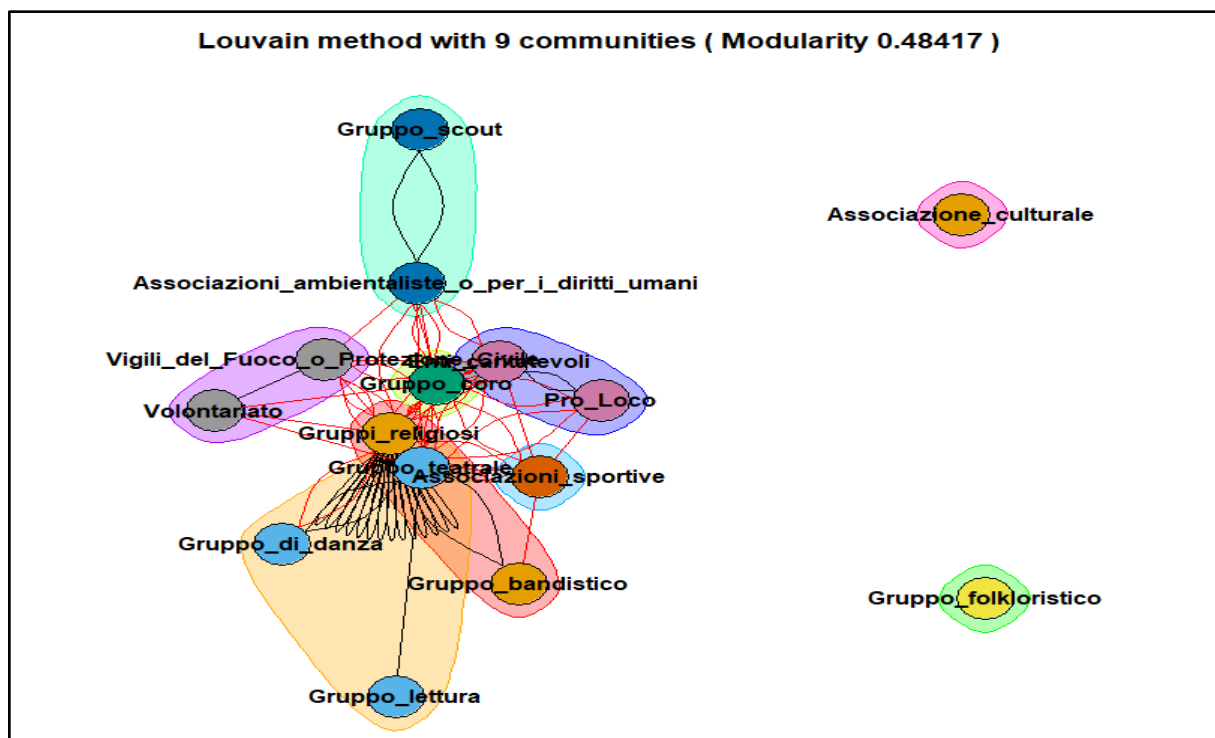


Figura 30: community detection Contavalle associazioni.

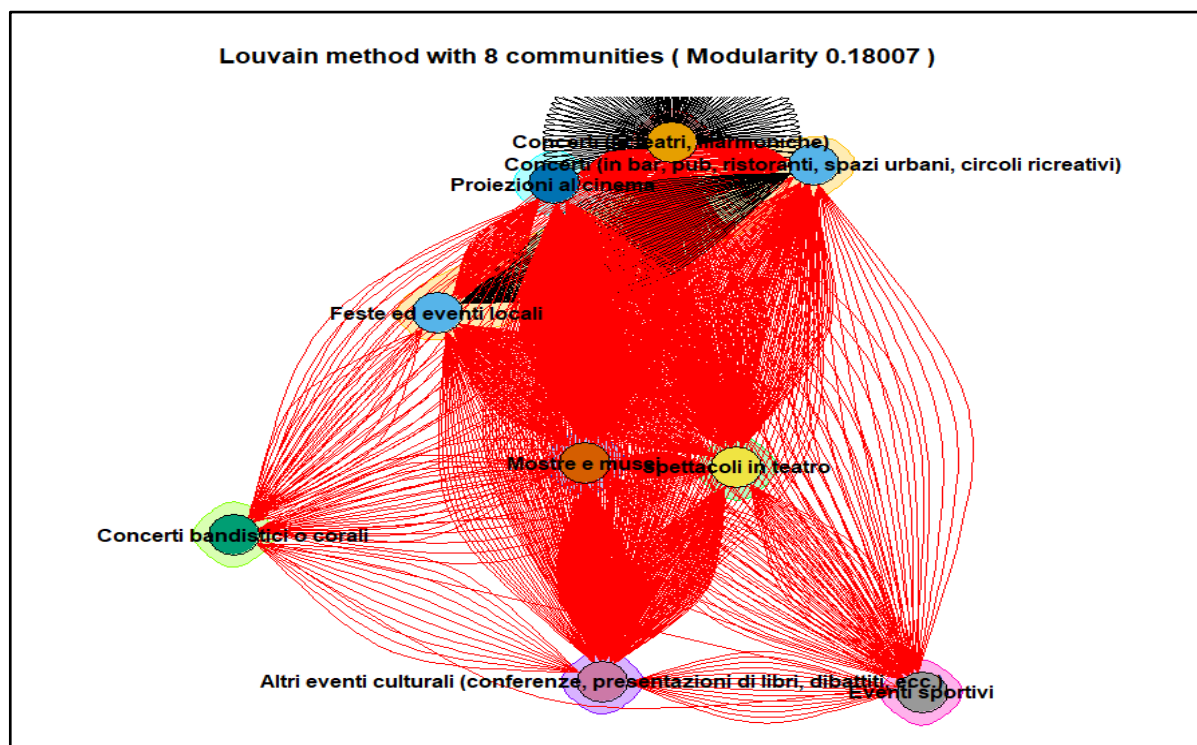


Figura 31: community detection Oriente Occidente eventi

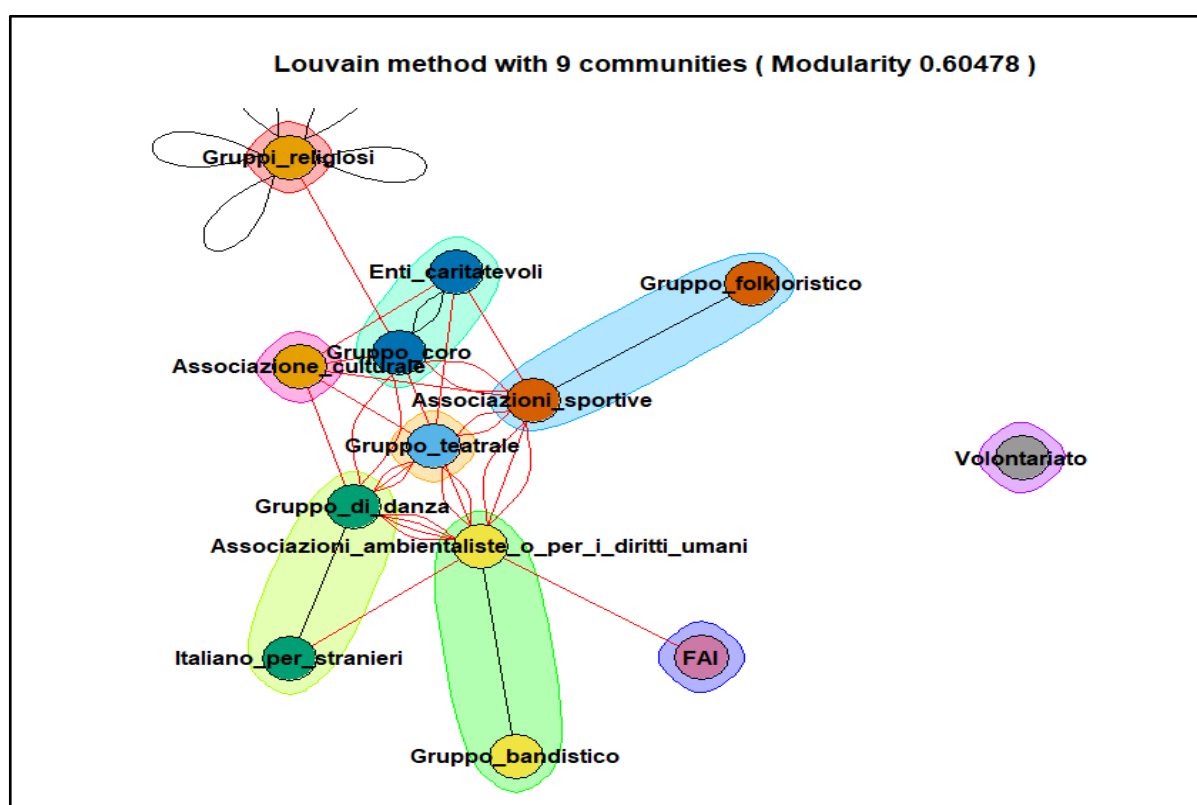


Figura 32: community detection Oriente Occidente associazioni.

