

istat working papers

N .7
2014

La valutazione delle attività di promozione della cultura statistica.

Esperienza pilota a cura dell'Ufficio territoriale Istat per il Lazio.

Paola Francesca Cortese, Francesca Dota, Daniela Ferrazza, Roberta Panaccione

istat working papers

N .7
2014

La valutazione delle attività di promozione della cultura statistica.

Esperienza pilota a cura dell'Ufficio territoriale Istat per il Lazio.

Paola Francesca Cortese, Francesca Dota, Daniela Ferrazza, Roberta Panaccione

Comitato scientifico

Giorgio Alleva
Tommaso Di Fonzo
Fabrizio Onida

Emanuele Baldacci
Andrea Mancini
Linda Laura Sabbadini

Francesco Billari
Roberto Monducci
Antonio Schizzerotto

Comitato di redazione

Alessandro Brunetti
Romina Fraboni
Maria Pia Sorvillo

Patrizia Cacioli
Stefania Rossetti

Marco Fortini
Daniela Rossi

Segreteria tecnica

Daniela De Luca Laura Peci Marinella Pepe Gilda Sonetti

Istat Working Papers

**La valutazione delle attività di promozione della cultura statistica.
Esperienza pilota a cura dell'Ufficio territoriale Istat per il Lazio.**

N. 7/2014

ISBN 978-88-458-1815-8

© 2014

Istituto nazionale di statistica
Via Cesare Balbo, 16 – Roma

Salvo diversa indicazione la riproduzione è libera,
a condizione che venga citata la fonte.

Immagini, loghi (compreso il logo dell'Istat),
marchi registrati e altri contenuti di proprietà di terzi
appartengono ai rispettivi proprietari e
non possono essere riprodotti senza il loro consenso.

La valutazione delle attività di promozione della cultura statistica: “Esperienza pilota a cura dell’Ufficio territoriale Istat per il Lazio”

Paola Francesca Cortese, Francesca Dota, Daniela Ferrazza, Roberta Panaccione

Sommario

Il raggiungimento di livelli di qualità sempre più elevati dei processi e dei prodotti della statistica ufficiale è obiettivo strategico dell’Istituto nazionale di statistica. Le azioni di carattere multidimensionale attraverso le quali l’obiettivo è perseguito hanno una matrice comune: l’innovazione metodologica e organizzativa. In tale contesto si inserisce a pieno titolo l’attività di valutazione dei processi e dei prodotti che l’Istat restituisce alla collettività e delle molteplici attività che concorrono alla realizzazione della *mission* dell’Istituto. Tra queste ultime vi è la promozione della cultura statistica, affidata alla Scuola superiore di statistica e di analisi sociali e economiche - ex SAES e alla Direzione centrale per lo sviluppo e il coordinamento della rete territoriale e del Sistan – DCSR. In tale ambito si inserisce l’esperienza pilota di valutazione di attività di promozione della cultura statistica realizzate dall’Ufficio territoriale Istat per il Lazio. Questa ha avuto ad oggetto eventi¹ progettati e realizzati in occasione del 15° censimento generale della popolazione e delle abitazioni² che hanno coinvolto alcune scuole primarie laziali. Tali eventi hanno introdotto elementi di novità nel panorama della diffusione della cultura statistica in Italia la cui capacità di mirare all’obiettivo prefissato restava tutta da verificare. Nel presente *paper* sono presentati i risultati di tale attività valutativa di tipo qualitativo e quantitativo, condotta con attenzione e rigore metodologico: da essi si possono trarre utili insegnamenti per l’impostazione in futuro di nuove o analoghe iniziative.

Parole chiave: Valutazione, Promozione della cultura statistica, disseminazione, crescita del Sistema statistico nazionale, collaborazione tra enti del Sistema.

Abstract

One of the Italian National Institute of Statistics (Istat) strategic aims is to achieve higher quality levels of official statistics' processes and products. The multi-dimensional activities carried out to pursue this goal are based on a common feature: methodological and organisational innovation. The assessment activity of processes and products carried out by Istat and disseminated to the general public, as well as numerous initiatives contributing to the achievement of the Institute's mission, are also to be considered within this framework. Among these, a special role is played by the promotion of statistical literacy in Italy. The pilot project of Istat *Ufficio territoriale per il Lazio* (territorial office in the region Lazio), particularly developed to support the 15th General Population and Housing Census, represents a clear example of this policy. These activities have been addressed to schools in the region Lazio, especially primary ones, with features partially unheard-of in the field of dissemination of statistical literacy in Italy. In line with Istat strategic policy and in consideration of the innovative contents that have characterised this activity, the territorial office in the region Lazio decided to submit its initiatives to an evaluation process. What is presented in the paper is the outcome of such process (both in its quantitative and qualitative aspects), which was carried out with care and methodological rigour. The lesson learned can be useful in the next future in order to better organise new or similar initiatives.

Keywords: Promotion of Statistical Literacy, dissemination, National Statistical System (*Sistan*) growth, cooperation among Institutions of Sistan (the national Statistical System), evaluation.

¹ Tali esperienze sono state condotte anche con il contributo di indirizzo e i suggerimenti tecnici forniti dalla Scuola Superiore di statistica e di analisi sociali ed economiche dell’Istat, che svolge a livello nazionale ed europeo la *mission* di promozione della cultura statistica, oltre che attività di formazione/alta formazione.

² Così come previsto da Piano generale di censimento, presso le Sedi/Uffici territoriali Istat sono stati istituiti gli Uffici regionali di censimento.

Indice

	Pag.
Premessa	9
1. Il contesto valutativo - Il progetto di promozione del censimento	10
2. L'oggetto della valutazione	11
3. La valutazione - Impianto e caratteristiche	13
4. Il ritorno presso le scuole - I focus group con le insegnanti	15
4.1 Campo di osservazione e obiettivi dei focus group	15
4.2 I contenuti informativi	17
4.3 La numerosità dei gruppi	19
5. Il ritorno presso le famiglie - I questionari di valutazione per i genitori ..	20
5.1 Campo di osservazione e obiettivi della rilevazione	20
5.2 I contenuti informativi	21
5.3 Le famiglie target e le famiglie raggiunte	21
6. I principali risultati – I focus group	22
6.1 Le testimonianze delle insegnanti: un quadro di sintesi	22
6.2 Lo spettacolo teatrale	23
6.3 Le slide-racconto del censimento	24
6.4 Il gioco-simulazione del censimento	25
6.5 L'intervento di promozione, una valutazione complessiva	25
7. I principali risultati – i questionari	26
7.1 Le testimonianze dei genitori	26
7.2 La valutazione degli interventi attraverso i dati del questionario	27
Conclusioni	31
Riferimenti bibliografici	32

Premessa

Uno degli obiettivi strategici perseguiti dall'Istituto nazionale di statistica italiano è la qualità dei processi e dei prodotti della produzione ufficiale di dati statistici. La strada maestra naturalmente è l'innovazione: gli elevati livelli di qualità raggiunti dalla statistica ufficiale prodotta dall'Istituto sono anche il risultato di importanti innovazioni metodologiche e tecnologiche *quality oriented*, capaci di implementare sinergicamente tutti i principi fissati nel codice italiano delle statistiche ufficiali.

Il monitoraggio dei processi produttivi e la valutazione della qualità degli output, per ogni attività concorrente alla realizzazione degli obiettivi strategici dell'Istat, rappresentano elementi di giudizio al fine di individuare gli strumenti correttivi in vista di una costante crescita della qualità.

Da anni l'Istituto sottopone a valutazione i processi attraverso i quali produce ciò che rilascia alla comunità nazionale e internazionale ed è ormai consolidata la prassi dell'audit interno e delle *peer reviews* a vantaggio della crescita complessiva del Sistema statistico nazionale.

Attualmente si assiste a un ulteriore passo in avanti verso la qualità globale degli interventi dell'Istat a favore della collettività. Si fa riferimento alle azioni che concorrono alla realizzazione complessiva della *mission* dell'Istituto anche per quella pluralità di interventi che esulano dal programma statistico nazionale e dalla crescita del Sistema statistico. Obiettivi quali la promozione della cultura statistica, ad oggi perseguito soprattutto dalla Scuola superiore di analisi statistica economica e sociale – ex SAES e dalla Direzione centrale per lo sviluppo e il coordinamento della rete territoriale e del Sistan – DCSR, sono attualmente sotto la lente di ingrandimento dei ricercatori Istat che lavorano a definire/migliorare un frame-work valutativo per la misura della qualità delle molteplici componenti che caratterizzano gli interventi di promozione e l'individuazione delle *best practices*.

Tutti gli Uffici territoriali dell'Istituto concorrono nell'impresa e, tra questi, l'Ufficio territoriale Istat per il Lazio- DCSR/B che ha sottoposto a valutazione uno degli interventi di promozione della cultura statistica più impegnativi e complessi tra quelli che finora ha realizzato.

Il 15° censimento della popolazione ha rappresentato un'occasione importante per lo sviluppo delle attività di promozione della cultura statistica anche per l'Ufficio territoriale per il Lazio, al cui interno si è costituito l'Ufficio regionale di censimento – URC. L'URC è stato promotore di una pluralità di attività, ulteriori rispetto a quelle previste dal Piano generale di censimento, che hanno riguardato l'assistenza tecnica agli organi di censimento e la promozione della cultura statistica.

Il presente documento intende dar conto brevemente delle caratteristiche principali del progetto che ha portato l'Ufficio territoriale Istat per il Lazio nelle scuole della regione, e più specificamente, della parte del progetto dedicata alla valutazione. Gli insegnamenti tratti vanno a costituire i primi paragrafi di un discorso sull'apprendimento organizzativo che anima gli Uffici territoriali dell'Istat in una fase – come quella attuale – di grande innovazione e rilancio del proprio ruolo sul territorio.

Infine, le modalità seguite nella progettazione, realizzazione e valutazione degli interventi dell'Ufficio, finalizzati essenzialmente al miglioramento della qualità del dato censuario e all'aumento della copertura della rilevazione, soprattutto nei contesti territoriali sub regionali più problematici, costituiscono un patrimonio che l'Ufficio territoriale Istat per il Lazio intende mettere a disposizione del sistema. Infatti, al di là dei concreti risultati ottenuti, nelle priorità strategiche rientra la definizione del modo di procedere, l'identificazione delle più efficaci modalità con cui declinare alcune funzioni caratteristiche degli Uffici della rete territoriale Istat (la promozione della cultura statistica, la promozione dello sviluppo del Sistan, l'assistenza tecnica ai soggetti del territorio), traendone indicatori idonei ai fini dello sviluppo della cultura organizzativa dell'Istituto.

1. Il Contesto valutativo - Le attività di promozione del censimento

Come già detto in premessa, le attività censuarie hanno rappresentato il contesto entro il quale sviluppare l'azione valutativa.

In occasione dell'ultimo censimento generale della popolazione e delle abitazioni, l'Ufficio regionale di censimento per il Lazio, istituito presso l'Ufficio territoriale Istat, ha progettato e realizzato una pluralità di interventi a sostegno della copertura censuaria e della qualità dei dati raccolti.

La platea dei destinatari, principalmente gli Uffici comunali di censimento³, si è caratterizzata anche per la consistente componente scolastica.

L'origine del progetto, che ha dato vita agli eventi di promozione denominati "Sotto a chi conta" (attività di promozione presso le scuole) oggetto di valutazione, è da ricercarsi in quel complesso di attività di assistenza alla rilevazione censuaria ulteriori rispetto alle attività previste come di competenza della rete territoriale (§ Piano generale del censimento della popolazione).

In fase di costituzione degli uffici periferici di censimento, l'Ufficio regionale ha incontrato gli Uffici comunali al fine di illustrare le innovazioni tecniche e metodologiche che hanno caratterizzato l'ultimo censimento della popolazione e che hanno riportato a livello locale molte scelte di *governance* del processo. Inoltre, di intesa con gli Uffici provinciali di censimento istituiti presso le Prefetture, sono state realizzate forme di supporto e di collaborazione "speciale" con sei uffici comunali di censimento particolarmente critici⁴. Grazie a queste collaborazioni è stato possibile realizzare, tra le altre cose, le attività di promozione del censimento rivolte alle scuole.

La gestione dei gruppi di lavoro "speciale" ha dato vita a dinamiche complesse che hanno restituito feedback importanti in termini di "scoperta" ulteriore delle caratteristiche del territorio di competenza dell'Ufficio territoriale Istat per il Lazio. Tra questi feedback, non pochi hanno evidenziato la reale portata delle criticità sul territorio e suggerito l'opportunità di programmare sul territorio momenti di promozione del censimento presso la cittadinanza.

In primo luogo si è evidenziata una diffusa scarsa condivisione della *mission* dell'Istat e del Sistan, dei suoi metodi e dei suoi scopi istituzionali di interesse collettivo. Questo è uno dei motivi per cui, nella fase di progettazione degli interventi nelle scuole "Sotto a chi conta", l'Ufficio regionale di censimento ha scelto di perseguire il coinvolgimento attivo degli Uffici comunali di censimento nella promozione delle attività censuarie "sul campo". La strategia è stata dunque quella di puntare sulla costruzione dal "basso" della collaborazione come strumento idoneo ad attivare meccanismi virtuosi di riconoscimento reciproco che migliorano, nel medio e nel lungo periodo, la condivisione degli obiettivi e il riconoscimento identitario tra gli attori coinvolti nei processi di produzione della statistica ufficiale.

Su tali premesse è nato il progetto "Sotto a chi conta" che, di fatto, ha costituito la "costola" delle attività di promozione del censimento organizzate dall'Ufficio regionale di censimento per il Lazio, completandole e potenziandole con modalità di intervento del tutto peculiari e innovative.

3 L'Ufficio regionale di censimento per il Lazio ha programmato e realizzato, a partire dai primi mesi dell'anno 2011 e fino alla conclusione della rilevazione censuaria, numerose attività di assistenza agli Uffici comunali di censimento.

4 L'individuazione dei comuni critici si è basata principalmente sullo storico dei rapporti tra Ufficio territoriale ed Enti locali ma anche su misure oggettive quali l'ampiezza demografica e la complessità territoriale, la presenza di particolari categorie di popolazione, i nuovi assetti urbani (aree di nuova costruzione e urbanizzazione), le modalità di fruizione del territorio di residenza (contesti urbani satelliti rispetto alle città). A questi indicatori si è aggiunta una valutazione per singolo comune di competenza della propensione a rispondere alle indagini statistiche da parte dei cittadini.

Le parole chiave della collaborazione sono state:

- 1) la partecipazione;
- 2) la conoscenza e la familiarità;
- 3) il patto tra generazioni;
- 4) il patto tra cittadini e istituzioni.

2. L'oggetto della valutazione

La valutazione ex-post realizzata dall'Ufficio territoriale Istat per il Lazio ha riguardato solo alcune delle azioni poste in essere dai gruppi di collaborazione "speciale": le azioni di promozione svolte presso alcune scuole primarie del Lazio. La scelta non è casuale. La rete territoriale Istat, come si è detto, ha lo specifico compito di promuovere la cultura statistica, dunque la valutazione proprio degli interventi di promozione del censimento ha costituito un momento importante di riflessione globale sulle metodologie valutative che possono supportarla nella progettazione e realizzazione di prodotti qualitativamente elevati.

Inoltre il progetto "Sotto a chi conta!", nella sua declinazione per i bambini delle scuole primarie, ha ottenuto il patrocinio della Rappresentanza in Italia della commissione europea e della Prefettura – UTG di Roma. In particolare la Rappresentanza in Italia della commissione europea ha realizzato un continuo monitoraggio delle attività svolte e chiesto di poter disporre, al termine delle attività, di un breve rapporto sulla loro valutazione.

Gli obiettivi strategici del progetto erano:

- 1) la promozione della statistica ufficiale e della cultura statistica;
- 2) la stimolazione di un rapporto di stretta collaborazione tra l'Istat (Ufficio territoriale) e gli Enti Sistan (collaborazioni con gli Uffici di censimento comunale che sono stati promotori, insieme all'Istat, dei diversi interventi sul territorio);
- 3) l'instaurazione di un rapporto di familiarità/partecipazione e di fiducia tra l'Istat e gli Enti del Sistan e tra questi e i cittadini.

L'obiettivo operativo era la promozione del 15° Censimento generale della popolazione e delle abitazioni al fine di:

- 1) aumentare la copertura censuaria;
- 2) aumentare la qualità del dato raccolto;
- 3) stimolare ed incentivare la risposta spontanea dei cittadini e, in particolare, la risposta via web.

L'Ufficio regionale di censimento ha ritenuto che la promozione della cultura statistica, in particolare la promozione del censimento, dovesse essere perseguita anche tra i bambini della scuola primaria, per almeno tre motivi:

- 1) l'età dell'apprendimento, che favorisce il radicamento del messaggio;
- 2) la particolare intimità e condivisione delle esperienze quotidiane nel rapporto tra bambino e riferimenti familiari;
- 3) le potenzialità di disseminazione dei contenuti veicolati.

L'obiettivo prefissato nel caso del target dei bambini è stato dichiaratamente quello di far diventare il censimento un'esperienza vicina al loro mondo "fantastico" e ciò tramite la sua messa in

scena teatrale. A tal fine si è ritenuto utile avvalersi della collaborazione di professionisti nel settore⁵.

Nella fase della gestione organizzativa, relativa ai contatti con le scuole (definizione della logistica, aspetti comunicativi, ecc.), e di gestione degli aspetti amministrativi (supporto nella implementazione delle adempimenti formali da assolvere) tra gli Uffici comunali di censimento (gli Enti locali) e le Scuole, da un lato e la compagnia teatrale, dall'altro, l'Ufficio regionale di censimento per il Lazio ha avuto un ruolo di *trait d'union*. Tale attività ha favorito lo sviluppo di rapporti efficaci e diretti, nuovi per tutti gli attori coinvolti, tra persone impegnate in organizzazioni diverse ma orientate al medesimo scopo: la realizzazione del censimento, decodificato come rilevante a livello nazionale e trans-nazionale e fondamentale per il bene dell'intera collettività.

Gli eventi di promozione realizzati nelle scuole primarie sono stati strutturati secondo tre principali componenti, in successione temporale dopo i saluti e la presentazione della giornata (Ufficio regionale e Uffici comunali di censimento). In apertura, infatti, i rappresentanti degli Uffici di censimento regionale e Comunale hanno salutato i bambini presenti, utilizzando un linguaggio confidenziale (uso del tu, presentazione tramite l'utilizzo del solo nome di battesimo) e semplice, ma non banale. In tale occasione, con le modalità comunicative adottate, è stata spiegata l'operazione censuaria secondo le rispettive attività di competenza.

La suddivisione dell'intervento in tre momenti fondamentali ha reso possibile un processo cognitivo che ha visto coinvolte nell'ordine: la sfera emotiva (rappresentazione teatrale), la sfera intellettuale ed evocativa (intervento Istat) e la sfera creativa (gioco).

1) Rappresentazione teatrale a cura della compagnia degli Accettella.

Nella prima fase, attraverso la tecnica mista di recitazione, magia e uso delle marionette, il censimento è stato raccontato ai bambini con la voce di quattro personaggi (il Signor Più, l'Ingegnere Diviso, l'Avvocato Per e il Signor Meno).

2) Intervento Istat: "cosa è il censimento".

Nella seconda fase la decodifica del messaggio teatrale è stata affidata ai ricercatori dell'Ufficio territoriale Istat che si sono avvalsi di materiale esplicativo realizzato ad hoc e proiettato su schermo per spiegare ai bambini cos'è il censimento e perché è importante (focalizzando anche sulla partecipare spontanea). La decodifica si è poggiata sui contenuti emotivi della rappresentazione teatrale per trasformarli in oggetto da conoscere secondo le categorie cognitive delle esperienze concrete. A supporto di tale processo, ai bambini sono stati forniti riferimenti semplici al valore storico documentale del censimento (ricorrente ricorso alla vita quotidiana dei genitori quando questi erano bambini, ovvero il censimento come fotografia del Paese).

3) "Gioco del censimento".

Infine i bambini sono stati coinvolti in un gioco di simulazione della compilazione del questionario censuario (questionario composto da tre domande: età, classe frequentata, sesso) ed in particolare della compilazione on-line dello stesso⁶.

⁵ L'Ufficio regionale di censimento ha chiesto ed ottenuto la collaborazione degli Accettella, gestori del Teatro Mongiovinò – teatro stabile di innovazione per l'infanzia.

⁶ A tal fine è stato realizzato un questionario elettronico on-line che ha consentito la definizione di un data base implementato da ogni singolo questionario compilato e la visualizzazione grafica contestuale dei risultati statistici dell'attività di registrazione dei questionari stessi. Ciò ha restituito ai bambini l'immediata percezione del processo che parte dalla raccolta del dato individuale alla costruzione del dato statistico. La raccolta dei dati ha previsto sia la compilazione cartacea dei questionari che il data entry.

Tra ottobre e dicembre 2011 sono stati realizzati dieci eventi di promozione:

- quattro nelle scuole di Guidonia Montecelio, di cui una in presenza delle autorità cittadine;
- due presso la Sala Consiliare del Comune di Ladispoli, alla presenza delle autorità cittadine e scolastiche;
- una in una scuola di Cerveteri;
- due presso le scuole primarie di Latina;
- una presso una scuola di Ardea,

e sono stati coinvolti circa 900 bambini.

3. La valutazione - Impianto e caratteristiche

L'impianto valutativo di questo intervento è stato progettato sulle base di alcuni assunti fondamentali che ne determinano caratteristiche e potenzialità.

Riprendendo una nota tipologia di Stame (Stame, 2001) e il *fundamenta divisionis* alla base di quella distinzione, si può dire che sono state considerate in maniera combinata diverse “pietre di paragone” per valutare gli esiti ottenuti.

L'evaluando è rappresentato dal singolo evento di promozione, inteso come insieme complesso dei tre elementi sopra citati (rappresentazione teatrale a cura della compagnia degli Accettella; intervento Istat su “cosa è il censimento” e gioco del censimento). Questo oggetto è stato valutato, come si è detto, tenendo in considerazione diverse esigenze organizzative e conoscitive.

Innanzitutto era necessario domandarsi se taluni obiettivi, particolarmente significativi, fossero stati raggiunti e in che misura (secondo un approccio di tradizione positivista – sperimentale). Quindi una prima pietra di paragone sono stati gli obiettivi esplicitati nella descrizione del progetto.

Come è noto, però, rispondere a questo tipo di domanda – di per sé – non fornisce informazioni sul come eventualmente tali obiettivi siano stati raggiunti (grazie all'intervento?, grazie a un effetto inatteso dell'intervento?, per caso? ecc.).

Per integrare questo aspetto è stata posta particolare attenzione al “contributo dei vari attori, a ciò che un programma diventa mentre viene attuato molto più che a come è stato disegnato” (Stame, 2007); assumendo sostanzialmente una prospettiva costruttivista del processo sociale, maggiormente adeguata a rendere conto della dinamicità e della mutevolezza di un intervento di questo tipo. Pertanto, una ulteriore pietra di paragone per giudicare gli interventi realizzati si è identificata con le esperienze e le opinioni – personali e professionali – di alcuni attori chiave coinvolti nell'intervento stesso.

Come si dirà specificatamente più avanti, sono state scelte le maestre come testimoni privilegiati e attrici partecipanti particolarmente adatte per dare un contributo in termini valutativi. Esse sono state coinvolte in alcuni focus group di approfondimento successivi agli interventi⁷ mentre le famiglie dei bambini – tramite la compilazione di un questionario – hanno rappresentato l'interlocutore principale per testare il livello di raggiungimento degli obiettivi specifici del progetto⁸.

Last but not least le domande di valutazione sono state definite con riferimento alla distinzione

⁷ Per i principali risultati dei focus group si veda il capitolo 5.

⁸ Per i principali risultati dei questionari si veda il capitolo 6.

e connessione tra teoria del programma e teoria dell'implementazione (Weiss, 1997), ponendo la teoria come ultima e allo stesso tempo fondamentale pietra di paragone per l'elaborazione di un giudizio valutativo sui risultati ottenuti.

Nel nostro caso la teoria del programma, ovvero la ricostruzione dei meccanismi che si suppone intervengano tra la realizzazione del programma (servizio, intervento) e il verificarsi dei risultati attesi, attribuisce grande importanza alla risposta dei bambini destinatari dell'intervento, nel loro ruolo duplice di referenti diretti e di intermediari di messaggio nei confronti delle proprie famiglie.

Pertanto, l'ipotesi di partenza assumeva che si potesse migliorare la qualità del dato e stimolare la risposta spontanea dei cittadini al censimento della popolazione veicolando alcune informazioni strategiche non sempre adeguatamente diffuse (segretezza del dato, valenza sociale del censimento) proprio ai bambini delle scuole primarie.

In tale fascia di età, infatti, il contatto e lo scambio quotidiano tra bambini e genitori si presenta come particolarmente intenso; pertanto, trasmettendo un messaggio ai bambini attraverso un canale comunicativo giudicato adeguato per loro (il linguaggio teatrale, il coinvolgimento attivo, il gioco) si ritiene che essi possano successivamente trasmettere tale messaggio nel proprio nucleo familiare.

Questa trasmissione "attraverso i bambini" dovrebbe consentire una familiarizzazione del messaggio in questione, in modo da superare la percezione del censimento come obbligo amministrativo a cui adempiere.

L'elemento complementare della teoria del programma è – notoriamente – la teoria dell'implementazione, che si focalizza su come effettivamente quanto progettato viene realizzato sul campo. Ai fini valutativi, il successo o l'insuccesso di un intervento può dipendere da carenze tanto nella teoria del programma – il meccanismo ipotizzato non si è innescato – quanto nella teoria dell'implementazione – qualcosa nel come è stato realizzato l'intervento ne ha determinato il fallimento.

Pur essendo la teoria dell'implementazione importante da un punto di vista organizzativo⁹, in quanto la sua analisi consente di acquisire lezioni importanti da mettere a frutto in futuro, criteri di efficienza e tempestività hanno imposto delle limitazioni al disegno di valutazione.

Date le risorse disponibili (umane, logistiche e temporali) è stato necessario operare delle scelte¹⁰ e in questo processo è stata favorita la teoria del programma. In tal senso, sia la traccia del focus group, sia la struttura del questionario hanno tentato di ripercorrere il meccanismo di familiarizzazione e disseminazione ipotizzato durante la progettazione per verificarne efficacia e tenuta rispetto alla realtà.

Quanto finora detto connota da un punto di vista teorico l'impianto valutativo adottato. Volendo poi analizzare la questione da un punto di vista più propriamente metodologico è opportuno preci-

⁹ Nel nostro caso la domanda di partenza per disegnare la teoria dell'implementazione avrebbe potuto essere: "Cosa devo fare/organizzare per realizzare queste attività?" E, dunque, a seguire, implicare la necessità di verificare una serie di attività in successione, quali, per esempio:

- scegliere il tipo di canale comunicativo (teatro);
- individuare una compagnia teatrale disponibile;
- trovare soluzioni relative ai finanziamenti delle rappresentazioni;
- individuare Comuni (Uffici comunali di censimento) papabili ed interessati;
- scegliere le scuole fornite di adeguata logistica;
- mettere in comunicazione compagnia teatrale con le Scuole (e/o con l'Ufficio comunale di censimento);
- curare il calendario degli eventi compatibilmente con le esigenze degli Uffici coinvolti;

ecc..

¹⁰ D'altro canto di ciò si era consapevoli e avveduti fin dall'inizio. In nessun caso si pretendeva di poter sottoporre a valutazione tutta l'operazione nel suo complesso in tutti i suoi aspetti. Si ritiene che ciò non sia mai opportuno quando si definisce un impianto di valutazione, e che piuttosto sia più opportuno selezionare gli aspetti sui quali si intende investire maggiormente in quello specifico momento organizzativo per concentrare meglio le risorse – sempre poche – disponibili.

sare che proprio la scelta del distinguere (approcci valutativi diversi tra loro) e combinare (ciò che nello specifico caso è più opportuno) ha guidato la linea valutativa tenuta dal gruppo di lavoro.

Il risultato è stato il ricorso a tecniche miste¹¹ per la rilevazione delle informazioni, seguendo uno scopo che Greene e Caracelli definiscono di complementarità ovvero ricorrendo a metodi “quantitativi e qualitativi per conoscere sia aspetti di un fenomeno che tendono a sovrapporsi l’uno all’altro sia aspetti del tutto diversi, nel tentativo di giungere a una comprensione di questo stesso fenomeno più ricca e approfondita” (Caracelli V.J, Greene J.C. e Graham W.F, 1989). Si sono quindi organizzati focus group con le insegnanti e un questionario strutturato per i genitori dei bambini che avevano assistito allo spettacolo, combinati per tentare di rispondere alle domande di valutazione, di cui si dà qui di seguito un elenco orientativo:

- l’idea che i bambini possono essere un veicolo per comunicare con le famiglie è valida? In che termini?
 - i genitori hanno saputo dello spettacolo?
 - da chi lo hanno saputo?
 - quali informazioni sullo spettacolo sono arrivate fino ai genitori?
- si è riusciti a comunicare ai bambini in maniera efficace?
 - il messaggio è arrivato?
 - cosa è rimasto impresso ai bambini dell’evento realizzato?
- cosa si può migliorare dell’intervento realizzato?
 - quali sono stati i suoi punti di forza e i suoi punti di debolezza?

Concludendo, si può riassumere dicendo che la valutazione di questo intervento ha richiesto uno sforzo organizzativo notevole. Ciò è vero sia da un punto di vista intellettuale, poiché ha richiesto lavoro qualificato e impegnativo, sia da un punto di vista psicologico ed emotivo, poiché trattandosi di fatto di un’autovalutazione (le persone coinvolte nella progettazione e realizzazione sono le stesse che si sono occupate della valutazione) il mantenimento di un equilibrio di giudizio è stato molto difficile per quanto professionalmente stimolante.

L’attività di valutazione ha premiato gli sforzi. In primo luogo ha fornito indicazioni precise su come progettare al meglio piani e interventi di promozione della cultura statistica, soprattutto ha rappresentato un momento di riflessione sulla pratica dell’autovalutazione ex-post sottoponendo a valutazione critica quanto realizzato in prima persona: poiché la paternità dei progetti porta naturalmente a sopravvalutare portata ed esiti finali, la funzione valutativa, se correttamente impostata da un punto di vista teorico e metodologico, consente di riflettere più criticamente su quanto fatto, di vedere aspetti positivi e negativi da capitalizzare.

4. Il ritorno presso le scuole - I focus group con le insegnanti

4.1 Campo di osservazione e obiettivi dei focus group

L’attività di valutazione ha coinvolto una platea diversificata di soggetti (insegnanti e famiglie) alla quale è stato affidato il compito di fornire un feed-back sull’efficacia della teoria del programma che ha guidato l’attività di promozione del 15° censimento generale della popolazione e delle abitazioni realizzata dell’Ufficio territoriale Istat per il Lazio.

¹¹ Preferiamo qui il termine tecniche miste a quello più notoriamente utilizzato in letteratura di metodi misti (reso famoso dalla celebre rassegna teorica di cfr. Caracelli V.J, Greene J.C., Graham W.F., “Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs”, in *Educational Evaluation and Policy Analysis*, vol.11, n.3; trad.it “I metodi misti”, in Stame N. (a cura di), 2007, *I classici della valutazione*, Milano, Franco Angeli) poiché maggiormente confacente al “livello” concettuale a cui abbiamo attestato la combinazione dei diversi ingredienti del programma.

Gli strumenti realizzati ad hoc per la valutazione sono stati utilizzati contestualmente ma su differenti target.

Ai questionari strutturati utilizzati in fase di raccolta delle informazioni presso le famiglie dei bambini che hanno fruito dell'intervento di promozione, sono stati affiancati i focus group¹² con le insegnanti che hanno accompagnato i bambini all'evento di promozione.

Secondo il modello standard di focus group proposto in letteratura (Krueger, 1994; Morgani, 1988; Bellenger et al., 1976) i partecipanti ai gruppi di discussione non devono conoscersi né devono conoscere il moderatore (ricercatore dell'Ufficio regionale di censimento) per evitare che precedenti rapporti o dinamiche relazionali possano influenzare il dibattito e la spontaneità degli interventi (Corrao, 2000, p. 47). Nel caso in esame, l'oggetto stesso di approfondimento del focus group ha orientato i criteri di composizione dei gruppi facendo propendere per gruppi precostituiti formati attraverso il coinvolgimento di insegnanti della medesima scuola, eludendo così la regola dell'estraneità dei membri del gruppo tra loro, non solo per superare le evidenti difficoltà logistiche legate a scelte differenti ma anche al fine di privilegiare gli obiettivi e l'oggetto di studio.

Si è ritenuta corretta, infatti, l'assimilazione della figura dell'insegnante a quella dell'interlocutore qualificato in virtù del ruolo di educatore svolto quotidianamente e, pertanto, si è reputato che tale funzione garantisse l'emergere di opinioni e suggerimenti pertinenti, non solo in merito al singolo evento realizzato ma anche con riferimento alle dinamiche cognitive e comunicative che normalmente si innescano nei - e tra i - bambini in situazioni analoghe a quelle promosse dall'Ufficio territoriale Istat per il Lazio.

Dunque, la scelta di coinvolgere le insegnanti¹³ è stata dettata proprio dalla loro familiarità con l'argomento di discussione, sia con riferimento al singolo oggetto della valutazione (l'intervento di promozione del censimento) sia rispetto al target individuato per gli interventi di promozione (i bambini).

In particolare, la partecipazione delle insegnanti alla fase di valutazione ex-post dell'evento ha avuto una doppia valenza nella raccolta di dati utili alla valutazione: da un lato, ha restituito il riscontro registrato presso il pubblico degli adulti fornendo una stima generale dell'impatto prodotto dall'intervento; dall'altro, il dialogo con un pubblico qualificato ha restituito un feedback su come l'intervento abbia funzionato in quanto messaggio specifico per i bambini.

Dunque la scelta di realizzare dei focus group con le insegnanti è stata finalizzata a tre principali obiettivi cognitivi:

- 1) in primo luogo, valutare l'adeguatezza dei contenuti e degli stili comunicativi utilizzati nell'intervento di promozione rivolto ai bambini della scuola primaria e comprendere in che misura si fosse raggiunto l'obiettivo di confezionare un messaggio a misura di bambino;
- 2) in secondo luogo, valutare i possibili effetti scaturiti dall'intervento, distinguendo tra effetti attesi, e pertanto corrispondenti agli obiettivi manifesti del programma, e possibili effetti non previsti ma comunque utili output per l'elaborazione di progetti di intervento finalizzati alla promozione della cultura statistica presso le scuole primarie;

¹² Il focus group è "una tecnica di rilevazione per la ricerca sociale, basata sulla discussione tra un piccolo gruppo di persone, alla presenza di uno o più moderatori, focalizzata su un argomento che si vuole indagare in profondità" (Corrao, 2000, p. 25). La scelta di ricorrere al focus group è stata determinata dalla sua efficacia come tecnica valutativa perché attraverso il confronto e la discussione tra i partecipanti si può analizzare in profondità l'impatto degli interventi di promozione realizzati.

¹³ I gruppi di insegnanti che hanno partecipato all'attività di valutazione ex-post sono stati composti esclusivamente da donne.

- 3) infine, gli incontri con le insegnanti hanno rappresentato un'occasione importante per raccogliere indicazioni funzionali alla programmazione di nuovi eventi di promozione della cultura statistica aventi un target così peculiare (bambini).

4.2 I contenuti informativi

Per rispondere agli obiettivi conoscitivi dichiarati, il gruppo di lavoro si è indirizzato verso un focus group semi-strutturato, con una guida di intervista progettata in modo da garantire un grado, seppur minimo, di strutturazione delle domande e un ordine definito nella sequenza dei temi da affrontare¹⁴. L'esigenza di coprire tutti gli aspetti del tema oggetto di valutazione ha condotto alla scelta di un approccio direttivo del moderatore¹⁵. La parziale apertura della traccia ha comunque favorito la spontaneità dei temi discussi nel corso del focus group, in tal modo garantendo l'emergere di aspetti anche inattesi utili alla valutazione – non considerati in fase di progettazione – e pure importanti rispetto al tema di indagine¹⁶.

La scelta di un focus group semi-strutturato, seppure prioritariamente dettata dagli obiettivi prefissati, ha trovato una ragione anche nella necessità di rispondere a fattori organizzativi e logistici: disporre di una guida semi-strutturata ha permesso, infatti, di condurre contestualmente più focus group, in diversi territori, con l'ausilio di differenti moderatori, riducendo complessivamente i tempi della fase di rilevazione.

Per valutare complessivamente l'adeguatezza dei contenuti e degli strumenti comunicativi utilizzati, la traccia di focus group è stata suddivisa in diverse sezioni tematiche, ciascuna riferita al singolo intervento previsto nel programma di promozione realizzato dall'Ufficio territoriale Istat per il Lazio. L'evento di promozione, infatti, era articolato secondo tre differenti interventi posti in sequenza, ciascuno con propri contenuti e modalità comunicative, tesi a veicolare tra i bambini, e indirettamente presso le famiglie, un messaggio univoco: quello di partecipare a un'impresa così importante per il Paese qual è il censimento della popolazione.

Per ciascun intervento la discussione di gruppo (focus group) è stata orientata a rilevare le opinioni delle insegnanti su:

- i contenuti in sé e il grado di adeguatezza degli stessi dato il target destinatario del messaggio;
- il codice linguistico adottato e la sua adeguatezza dato il target destinatario del messaggio;
- il grado di efficacia degli strumenti di comunicazione utilizzati in ciascun intervento in relazione allo specifico obiettivo perseguito con l'intervento di promozione del censimento della popolazione, ovvero sia comunicare ai bambini messaggi riguardanti il censimento.

L'approfondimento qualitativo ha riguardato anche i possibili effetti scaturiti dall'intervento. In particolare interessava indagare:

- l'entità e la qualità dell'“effetto ricordo” sui bambini, a seguito dell'intervento di promozione, misurate in termini di opinioni e impressioni in merito all'evento così

¹⁴ In tal senso, nella progettazione della traccia di focus sono state previste domande di apertura, di transizione e domande chiave o finali, ben distinte le une dalle altre (Corrao, 2000). Questo tipo di focus group è semi-strutturato dato che le domande se pur preparate in anticipo e poste esattamente come sono scritte, sono aperte (Dawson *et al.*, 1993; Corrao, 2000; Acocella, 2008).

¹⁵ Morgan, 1988; Stewart e Shamdasani, 1990.

¹⁶ Il gruppo di lavoro si è confrontato con alcune evidenze empiriche inaspettate, note in sociologia della conoscenza come *serendipity* della ricerca. Il sociologo R.K. Merton (1949) ha introdotto il termine *serendipity* per riferirsi a quelle scoperte e teorie che nascono dall'osservazione di un dato inaspettato, inusuale o imprevisto.

- come veicolate dai bambini alle maestre;
- la portata del flusso comunicativo dai bambini ai genitori e agli insegnanti non presenti all'evento (capacità di veicolazione - disseminazione), dinamica prevista in fase di progettazione dell'intervento di promozione del censimento della popolazione ma non quantificabile ex-ante;
- i contenuti veicolati dai bambini, al fine di rilevare il grado di rispondenza tra i contenuti proposti e quelli recepiti;
- le opinioni raccolte tra genitori dei bambini e insegnanti.

Quadro sinottico: stimoli cognitivi della guida di focus group

Sezioni tematiche	Stimoli cognitivi analitici
Domanda di apertura L'evento: contenuti e linguaggio	Condivisione del ricordo tra le insegnanti Prima della discussione, proiezione del filmato dello spettacolo come stimolo al ricordo Opinioni generali sul tipo di intervento
Lo spettacolo teatrale	Opinioni sul grado di adeguatezza del copione rispetto all'obiettivo del messaggio Opinioni sul grado di efficacia del linguaggio teatrale come strumento comunicativo per i bambini
Il materiale informativo prodotto dalla DCSR/B	Prima della discussione, proiezione delle slide a carattere informativo predisposte dalla DCSR/B, progettate in forma di album foto-ricordo del censimento Opinioni generali su contenuti e modalità di presentazione del materiale informativo rispetto al target dell'intervento Valutazione del grado di adeguatezza dell'intervento a carattere informativo rispetto all'obiettivo del messaggio ¹⁷
Il gioco: "Sotto a chi conta?"	Prima della discussione, distribuzione di qualche questionario compilato dai bambini per stimolare tra le insegnanti il ricordo di questa parte dell'evento Opinioni generali sul gioco come strumento di comunicazione e coinvolgimento per i bambini Valutazione del grado di adeguatezza del gioco effettuato come simulazione della conta che si fa della popolazione attraverso il censimento
Efficacia dell'intervento rispetto al messaggio da lanciare	Valutazione complessiva del grado di efficacia dell'intervento per veicolare ai bambini messaggi riguardanti il censimento su ciascuno dei 3 momenti dello spettacolo (lo spettacolo teatrale, le slide a carattere informativo, il gioco di simulazione del censimento) ¹⁸
"Effetto ricordo" tra i bambini	Impressioni riportate ed eventuali domande dei bambini sull'evento nei giorni successivi all'intervento
Grado veicolazione del messaggio Divulgazione attività di promozione della cultura statistica svolta dall'Istat/DCSR-B	Contenuti veicolati dai bambini a genitori e/o altri insegnanti Eventuali opinioni riportate alle insegnanti da genitori e altri insegnanti Proposte alternative per l'organizzazione e realizzazione di interventi di comunicazione con medesimi contenuti da rivolgersi ai bambini Grado di conoscenza dell'Istat e dell'operazione censuaria in corso al momento dell'intervento Propensione alla collaborazione a future attività promosse dalla sede Istat per il Lazio al fine di promuovere la cultura statistica nelle scuole

Infine, poiché tra gli obiettivi del focus vi era anche quello di stimolare un rapporto di collaborazione tra Istituzione scolastica e Ufficio territoriale Istat per il Lazio nella progettazione di ulteriori interventi aventi le medesime finalità, è stata predisposta una specifica sezione della traccia di focus per raccogliere:

- suggerimenti alternativi proposti dalle insegnanti per l'organizzazione di eventi dello stesso tipo;
- livello di conoscenze dell'Istat e del censimento in corso al momento dell'intervento;
- disposizione alla collaborazione futura per la realizzazione di attività promosse dall'Ufficio territoriale Istat per il Lazio aventi finalità coerenti con la missione della rete territoriale Istat (promozione della cultura statistica).

¹⁷ L'intervento a carattere informativo ha avuto come obiettivo quello di introdurre un momento di riflessione sul tema del censimento e sulla sua importanza come strumento conoscitivo per il Paese.

¹⁸ Per ciascuno dei tre momenti che hanno composto l'intervento, è stata utilizzata una scala auto-ancorante con punteggio minimo da 1 (assolutamente inefficace) a 5 (massimamente efficace).

4.3 La numerosità dei gruppi

Tra maggio e giugno 2012 sono stati realizzati 4 focus group, ritornando in 6 degli 8 istituti scolastici coinvolti nell'attività di promozione rivolta ai bambini¹⁹.

La consistenza dei gruppi è stata subordinata alla necessità di coinvolgere l'intero corpo docente che aveva partecipato all'intervento. L'obiettivo era quello di coinvolgere l'intero universo di riferimento e non solo, dunque, un campione.

Tuttavia la formazione dei gruppi di focus, in teoria definita come detto, è stata il risultato anche della mediazione con gli interlocutori (le istituzioni scolastiche). Negli istituti scolastici coinvolti, infatti, si è attivato un processo di autoselezione dei partecipanti, legato principalmente alla concomitanza delle attività tipiche della chiusura di anno scolastico. Inoltre, in alcuni casi hanno partecipato ai focus group anche insegnanti non eleggibili nell'universo di riferimento (perché non presenti agli eventi di promozione). Tale aspetto è stato tenuto in considerazione in fase di analisi dei risultati: non solo sono state adottate misure di contenimento dell'effetto della presenza nei gruppi di persone non idonee a farne parte ma è stato anche possibile assumere, attraverso i loro interventi, informazioni utili alla misura degli effetti di veicolazione e disseminazione del messaggio di comunicazione così come riportato loro dai bambini. In particolare i focus che si sono tenuti presso le scuole di Latina²⁰ e presso la scuola di Guidonia Montecelio se, da un lato, hanno infranto le regole di individuazione dei partecipanti ai focus group, dall'altro hanno arricchito positivamente il quadro complessivo delle informazioni raccolte proprio nei termini della più corretta misura della capacità disseminativa degli eventi di promozione realizzati dall'Ufficio territoriale Istat per il Lazio.

Complessivamente, per ciascun focus group si è riusciti a rientrare nel range di numerosità consigliato per il buon esito di un focus group; inoltre la variabilità nella numerosità dei componenti dei gruppi ha garantito la raccolta contestuale di posizioni differenziate e di elementi di approfondimento²¹.

Tabella 1 - Numerosità dei partecipanti ai focus group per istituto scolastico

Numerosità dei gruppi per Istituto scolastico	Numero insegnanti eleggibili per focus group
Scuola primaria "Garibaldi" di Guidonia (Rm)	5
Scuola primaria – "Don Milani "di Guidonia (Rm)	7
Scuola primaria "Giovanni Falcone" di Ladispoli (Rm)	8
II e IV Circolo didattico di Latina (Lt)	10
Totale insegnanti partecipanti	30

¹⁹ Una copertura totale degli istituti è stata perseguita con l'attività di valutazione rivolta alle famiglie, per la quale è stato prezioso il supporto dei dirigenti scolastici e degli insegnanti degli istituti scolastici che hanno preso parte all'intervento.

²⁰ Il gruppo di partecipanti al focus group di Latina è stato particolarmente numeroso, ciò nonostante le indicazioni che l'Ufficio territoriale Istat per il Lazio ha fornito, in fase di organizzazione dell'incontro al Dirigente scolastico dei due circoli scolastici coinvolti. La ragione non è da rinvenirsi unicamente nella scelta dell'Ufficio territoriale Istat per il Lazio di raggruppare in un unico incontro due distinte scuole target (in effetti le persone eleggibili e partecipanti erano 10), ma anche nella decisione del Dirigente scolastico (ampliare la convocazione a tutti gli insegnanti disponibili) che ha ritenuto opportuno "ottimizzare" il contributo di crescita che per tutti poteva derivare dalla nostra presenza.

²¹ Il limite inferiore per la dimensione di un gruppo viene considerato di 4 persone, quello superiore di 12, ma si ritiene che il numero ideale per il buon esito del focus group sia 8 (Dawson et al, 1993; Morgan, 1988). I gruppi più numerosi consentono di ottenere un'ampia gamma di posizioni a confronto sul tema di indagine, i piccoli gruppi consentono un maggior approfondimento.

5. Il ritorno presso le famiglie - I questionari di valutazione per i genitori

5.1 Campo di osservazione e obiettivi della rilevazione

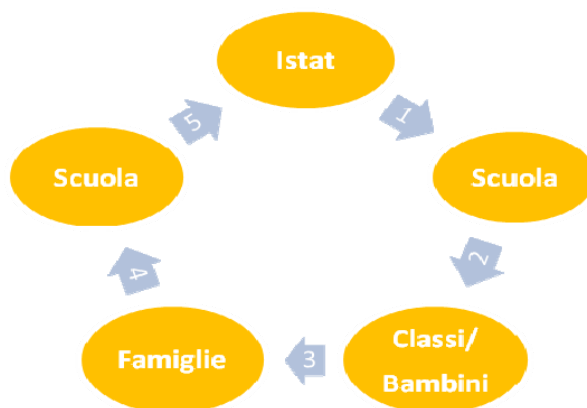
Tra i destinatari degli interventi di promozione, il target “famiglie” è stato raggiunto indirettamente per il tramite dei bambini.

Tra gli strumenti ad uso del disegno di valutazione, il questionario autocompilato dalle famiglie rispondeva all’esigenza di verificare l’efficacia degli interventi di promozione del censimento nei termini della sua capacità disseminativa.

Al fine di rilevare la capacità pervasiva (flusso di veicolazione e impatto disseminativo attraverso i bambini) degli eventi di promozione realizzati dall’Ufficio territoriale Istat per il Lazio, oltre a tornare nelle scuole per raccogliere il feedback delle insegnanti, sono state coinvolte nell’indagine valutativa le famiglie dei bambini che hanno partecipato all’evento di promozione. Queste sono state raggiunte per il tramite delle scuole alle quali è stato demandato il compito di consegnare un breve questionario strutturato da compilare e che aveva come principale obiettivo quello di confrontare l’impatto dell’intervento presso le famiglie e gli obiettivi predefiniti.

Il questionario è stato somministrato per autocompilazione e sottoposto alle famiglie tramite i bambini. In questa attività è stato fondamentale il contributo fornito dai Dirigenti scolastici degli istituti coinvolti e dalle insegnanti che, ancora una volta, si sono fatte promotrici dell’iniziativa promossa dall’Ufficio territoriale Istat per il Lazio. Dunque, il flusso di raccolta dei dati è partito dalla sede territoriale Istat per il Lazio, che ha inviato i questionari cartacei alle sedi scolastiche, e successivamente, supportato da circolari interne a firma del Dirigente scolastico, è arrivato alle famiglie attraverso i bambini. Una volta compilati, i questionari hanno ripercorso a ritroso il flusso iniziale pervenendo presso la sede Istat.

Figura 1 - Flusso raccolta dati – Indagine valutazione presso le famiglie



L’indagine rivolta ai genitori è stata realizzata allo scopo di valutare la riuscita del progetto in relazione a:

- gli obiettivi di promozione della statistica ufficiale e della partecipazione al 15° censimento della popolazione;
- l’ipotesi che i bambini possano funzionare efficacemente da medium per raggiungere le famiglie.

5.2 I contenuti informativi

I contenuti informativi del questionario erano molteplici e volti a rispondere ad alcune domande cruciali per la valutazione degli interventi:

- i genitori hanno saputo della partecipazione dei figli all’evento oggetto di valutazione? (veicolazione del messaggio; effetto ricordo);
- e cosa hanno acquisito in termini di contenuto trasmesso dai figli? (veicolazione del messaggio);
- quali effetti ne sono scaturiti? (disseminazione del messaggio; motivazione alla compilazione del questionario del censimento, promozione della restituzione via web);
- quanto i genitori conoscevano e quanto hanno meglio conosciuto l’Istat a seguito degli interventi?

Il questionario, somministrato per autocompilazione, doveva essere necessariamente breve, conciso e semplice, come raccomandato per questa modalità di rilevazione²²; pertanto il numero di domande era contenuto (nove quesiti, con percorsi alternativi all’interno del questionario, a seconda che i genitori ricordassero o meno l’evento cui avevano partecipato i bambini). Per i genitori che non sapevano o non ricordavano l’evento organizzato dall’Istat, la compilazione del questionario prevedeva solo tre quesiti, tutti volti a misurare la rispondenza all’adempimento censuario secondo quanto richiesto alle famiglie e la conoscenza delle funzioni dell’Istituto nazionale di statistica. Per tutti gli altri genitori il percorso complessivo del questionario ha consentito di raccogliere elementi utili a definire l’effetto ricordo scaturito dall’evento, i canali di informazione/veicolazione del messaggio e il contenuto dello stesso.

Tutte le domande proposte nel questionario erano di tipo fattuale e rimandavano a quesiti retrospettivi volti a rilevare il potenziale ricordo dell’evento tra i genitori. A tal fine, per evitare di incorrere in possibili effetti memoria o rischi di telescoping²³, si è scelto di utilizzare un periodo di riferimento fisso che coincidesse con la data in cui l’evento di promozione era stato realizzato.

Il questionario prevedeva frequentemente domande multi-response strutturate, utili a orientare l’intervistato nel processo di produzione della risposta, stimolando la memoria. Trattandosi di un questionario autocompilato, per garantire l’esaustività delle categorie di risposta sono state sempre previste, dove necessario, alternative di risposta aperta, con richiesta di specifica della risposta, e una categoria di risposta neutra “non so, non saprei”.

5.3 Le famiglie target e le famiglie raggiunte

Per il tramite delle scuole sono stati distribuiti 861 questionari ad altrettante famiglie a copertura quasi totale del target da raggiungere (tutte le famiglie dei bambini che hanno partecipato agli eventi di promozione). Dato il periodo di rilevazione (chiusura anno scolastico) sono stati fissati tempi di riconsegna strettissimi, pertanto non c’è da stupirsi se sono ritornati “solo” 441 questionari compilati.

Si tratta di un 51 per cento di famiglie che si è reso disponibile, dunque, non solo a dedicare del tempo per rispondere ma a farlo tempestivamente. Inoltre, data la particolare fase dell’anno scolastico, si può affermare che si tratta di famiglie che, alla data di raccolta delle informazioni, mantenevano ancora un contatto con la scuola. È infatti possibile ipotizzare che il canale di restituzione (i bambini) alla scuola del materiale compilato si fosse ormai interrotto.

²² Istat, 1989; Pitrone, 1995; Corbetta, 1999.

²³ Istat, 1989.

6. I principali risultati – I focus group

6.1 Le testimonianze delle insegnanti: un quadro di sintesi

La scelta di ricorrere a una guida di focus semistrutturata si è rivelata utile in fase di analisi, poiché il materiale informativo raccolto è risultato più facilmente gestibile e agevolmente organizzabile in base alle dimensioni tematiche costitutive della guida di focus, garantendo una maggior comparabilità nell'analisi delle evidenze empiriche emerse tra componenti di uno stesso gruppo e tra i partecipanti ai diversi focus group.

Al fine di sistematizzare e comparare le opinioni e le posizioni raccolte durante le discussioni di gruppo, è stata costruita una griglia di lettura che ha ripercorso i punti di domanda della guida e quindi i principali obiettivi cognitivi dell'indagine valutativa. In tal senso, la costruzione della griglia di lettura è stata facilitata dalla semistrutturazione del dibattito.

Un'operazione preliminare all'analisi del materiale informativo è stata la trascrizione integrale dei focus, utile, nella ricostruzione dei percorsi di affermazione condivisa (Cataldi, 2009, p. 207) che hanno caratterizzato le discussioni di gruppo, al fine di ricostruire la prospettiva del feedback orizzontale (Stagi, 2005) fornito dalle insegnanti sugli interventi realizzati.

Successivamente, si è proceduto a un'analisi ermeneutica o tematica²⁴ degli output di ciascun focus group per valutare il fabbisogno informativo soddisfatto a partire dagli obiettivi cognitivi iniziali e il livello di profondità con cui sono stati affrontati i diversi argomenti. Si è così giunti a conclusioni preliminari che, per l'intero gruppo di lavoro, hanno poi rappresentato dei punti di partenza in vista della programmazione di nuovi interventi di promozione della cultura statistica nelle scuole. L'intervista di gruppo con le insegnanti ha permesso di far emergere elementi conoscitivi e considerazioni, sia relative al singolo evento oggetto di discussione sia di carattere più generale, sull'importanza tanto della cultura statistica nel percorso formativo dei bambini, quanto della positiva collaborazione tra Istat e Sistema scolastico nella realizzazione di attività finalizzate alla promozione della cultura statistica. Dunque, attraverso l'esperienza valutativa è stato possibile rilevare anche i potenziali esiti degli obiettivi strategici perseguiti dal progetto.

L'evento di promozione del censimento realizzato dall'Ufficio regionale di censimento per il Lazio ha costituito, per molti Dirigenti scolastici e insegnanti, un'occasione per sperimentare le potenzialità della collaborazione tra Istat e Sistema scolastico. L'evento ha rappresentato per la gran parte delle maestre uno spunto per approfondire in classe il tema del censimento nonché del ruolo e delle attività svolte dall'Istat nell'interesse della collettività. A seconda della classe e delle materie insegnate, le insegnanti che hanno ritenuto di dover riprendere in classe il tema dell'evento hanno specializzato lo stimolo, focalizzando l'attenzione, di caso in caso, su aspetti connessi strettamente al censimento o all'importanza della statistica nella crescita della conoscenza dei fenomeni, ovvero sui contenuti dell'evento che facilitano l'apprendimento delle singole materie insegnate (soprattutto la matematica e la statistica).

Oggetto della valutazione attraverso il focus group sono state le differenti articolazioni dell'intervento realizzato: lo spettacolo teatrale portato in scena dalla compagnia degli Accettella; la proiezione di slide-approfondimento sul censimento; la realizzazione di un gioco-simulazione del censimento a cura dei ricercatori dell'Ufficio regionale di censimento del Lazio.

Le insegnanti hanno espresso la propria opinione su ciascuna di tali componenti in riferimento ai

²⁴ L'analisi ermeneutica viene svolta mediante il confronto e la classificazione delle categorie di risposta, fornendo una descrizione dettagliata delle opinioni emerse, corredata delle citazioni degli interventi dei partecipanti (Cataldi, 2009, p. 93). Tale approccio si basa sulle citazioni dirette della discussione di gruppo al fine di fornire una descrizione accurata dei significati e delle opinioni emerse nel corso della discussione.

contenuti proposti, al linguaggio utilizzato e all'efficacia comunicativa del messaggio, considerato il target (bambini). In tal senso, l'analisi dei risultati dei focus group con le insegnanti ha assunto anche i tratti specifici dell'analisi semiotica, proponendosi di analizzare la comprensione, l'efficacia e la coerenza del messaggio prodotto (Cataldi, 2009, p. 111) rispetto al target di destinatari. Nel caso specifico, sono state ascoltate le maestre per arrivare a rilevare il livello di appropriatezza e coerenza dei registri linguistici utilizzati nel corso dell'intervento rispetto al target di destinatari.

Indirettamente, è stato rilevato il grado di comprensione dei significati del messaggio e la capacità di memorizzazione, ovverosia l'effetto ricordo seguito all'intervento²⁵.

Di seguito si riportano alcuni risultati dell'analisi dei focus group e stralci degli interventi più significativi a sostegno.

6.2 Lo spettacolo teatrale

La scelta del linguaggio teatrale per rivolgere il messaggio di promozione ai bambini è stata giudicata da tutte le insegnanti il punto di forza dell'evento di promozione.

*"... il linguaggio teatrale basato su linguaggio interattivo e ludico per i bambini è l'ideale!"
"Avete trovato la chiave giusta per poter arrivare ai bambini?"*

"Un'idea carina, un approccio ai numeri così allegro, coinvolgente (perché poi i bambini partecipavano, anche se soltanto in parte) ha reso tutto particolarmente interessante".

"La cosa che ha colpito sia me che i bambini è stato il contenuto dello spettacolo... il fatto cioè di mettere come protagoniste le operazioni matematiche... di solito gli spettacoli teatrali hanno altri contenuti. Diciamo che avere per protagoniste le operazioni, la matematica ha colpito sia noi che i bambini... e poi è stata un'occasione per noi per parlare del censimento".

Pareri discordanti invece sono emersi rispetto ai contenuti dello spettacolo.

Le insegnanti hanno trovato efficace la scelta della metafora umana delle operazioni aritmetiche, alla base delle elaborazioni statistiche, tuttavia hanno evidenziato la necessità di rielaborare ex-post i contenuti per agevolare la veicolazione del messaggio, al fine di comunicare la finalità e l'importanza del censimento ai bambini.

"... secondo me la cosa delle quattro operazioni doveva andare oltre e far capire che gli statistici sommano, fanno differenze [...], forse andava resa un po' meno astratta. [...]. Il censimento non è certo un argomento semplice da affrontare a livello teatrale, [...] era quello un tramite, cioè le operazioni matematiche per arrivare poi, tramite le insegnanti, a parlare del censimento".

"[Lo spettacolo teatrale] non era proprio collegato al censimento! ... se la domanda è se è stato adeguato all'argomento censimento, forse è stato necessario mediare... per me era un po' scollegato. L'ho fatto arrivare io un po' di più il collegamento al censimento".

Tale rielaborazione, effettivamente perseguita da alcune maestre, ha costituito un effetto inatteso del progetto, che è emerso solo in fase di valutazione dell'intervento realizzato.

"Ho visto che ognuno ha approfondito l'aspetto che più gli interessava, con i più piccoli le operazioni matematiche e con i più grandi il Censimento. Comunque, è stato un ottimo spunto... adeguato nella misura in cui l'insegnante ha approfondito l'aspetto che riteneva più interessante [...]."

²⁵ Gobo, 2005; Cataldi, 2009.

Però per noi è stato un ottimo modo per affrontare poi il tema anche in un'ottica trasversale, lei approfondendo gli aspetti più statistici, io più quelli più legati alla mia materia. Abbiamo fatto una ricerca sull'Istat, i bambini hanno preparato un testo narrativo sullo spettacolo...".

"L'evento mi ha dato lo spunto per poter approfondire l'argomento con la mia classe. Quindi ho colto l'occasione ... da una cosa astratta, come può sembrare il censimento ai bambini, ad una cosa un po' più reale [...]. Ho potuto far vedere che è importante fare un censimento, ad esempio se voglio andare in pizzeria con gli amichetti, capire a quanti fa piacere fare la stessa cosa e poi rappresentare le informazioni sotto forma di grafici e istogrammi".

6.3 Le slide-racconto del censimento

La fase relativa alla presentazione del censimento con slide-show ha ricevuto il consenso più basso, il linguaggio utilizzato, infatti, è stato ritenuto meno adeguato al target di riferimento e complessivamente ambivalente nell'economia globale del progetto.

"Si poteva ipotizzare un linguaggio più semplice, con dei fumetti o addirittura qualcuno che leggesse quello che veniva proiettato".

L'idea di presentare ai bambini, attraverso la sequenza d'immagini e di didascalie, i principali cambiamenti sociali intercorsi tra i vari censimenti (confronto tra le condizioni di vita dei bambini oggi con quelle dei loro genitori quando erano bambini) è piaciuta.

"Come adulta ho capito e mi ha interessato la parte non teatrale [...] per i bambini, soprattutto in seconda, è stato un aggravio".

Tuttavia, le modalità di presentazione del materiale informativo sono state ritenute non pienamente efficaci, a causa della densità dei contenuti.

L'efficacia del messaggio ha risentito in parte anche delle modalità di confezionamento dell'intervento, i contenuti testuali sono risultati di difficile elaborazione e, nonostante le slide presentate si componessero in buona parte di immagini, è emersa la necessità di far prevalere o di utilizzare solo queste.

"Io avrei inserito delle animazioni nelle slide. Con dei personaggi di fantasia che interagiscono tra loro che sicuramente creano nel bambino la giusta curiosità per andare avanti...".

"Però era proprio una mancanza di supporti visivi ai quali i bambini sono più abituati, è stato penalizzante... Al di là di quello che può essere presentato con le parole e con la mimica o con le slide per rendere organico il concetto – ci volevano più immagini... anche nelle slide c'era troppa scrittura, ci volevano più immagini, più fumettistica, sarebbero stati coinvolti sicuramente di più. Essendo scuola elementare sono abituati a vedere più figure... ad astrarre concetti così".

La successione delle fasi inoltre non è stata ritenuta perfettamente adeguata: si è ritenuto, infatti, che l'approfondimento abbia perso di efficacia anche perché successivo alla fase teatrale che, come è stato possibile osservare in ogni intervento realizzato, ha coinvolto molto i bambini.

"Col fatto che venivano dopo lo spettacolo i bambini si annoiavano un po'".

È emerso inoltre (parere diffuso tra le insegnanti) che è più opportuno scorporare gli approfondimenti (decodifica del messaggio emotivo/teatrale) dalla trasmissione emotiva del messaggio (spettacolo teatrale) perché il target di bambini non può sostenere tempi lunghi di attenzione.

"Bisogna tener conto che i tempi di attenzione dei bambini non sono lunghissimi".

"Poi troppo lungo lo spettacolo, i bambini reggono meno a queste digressioni, finché si è tratta-

to di divertirsi, di seguire il mago, ma poi dopo un po' si erano stancati [...]. Sono bambini di 8/9 anni, se li vogliamo coinvolgere dobbiamo usare dei tempi diversi più ristretti, dobbiamo concentrare l'attenzione per breve tempo, per essere più efficaci”.

La soluzione suggerita prevede un ritorno presso gli uditori (le due fasi dunque devono rimanere separate tra loro anche nel tempo) dopo la prima fase, ovvero la realizzazione globale dell'evento dovrebbe essere realizzata in due momenti distinti (alcuni, pochi, giorni). A parere delle insegnanti, tra le due fasi sarebbe necessario prevedere il tempo di una riflessione comune (tra bambini e tra questi e gli insegnanti), utile a sedimentare le tematiche proposte.

“L'intervento di tipo statistico richiedeva un ambiente più raccolto. Secondo me questo andava differenziato per l'età e localizzato in modo diverso per avere un risultato maggiore”.

6.4 Il gioco-simulazione del censimento

L'intervento ludico, che ha previsto il coinvolgimento attivo dei bambini nella compilazione di un brevissimo questionario (le domande si riferivano al sesso, all'età e alla classe frequentata) e nella visualizzazione dello spoglio parziale dei dati e della loro rappresentazione grafica (immissione dei dati su piattaforma web e contestuale reporting grafico dei risultati), ha raccolto invece numerosi consensi.

“Sì, è stata la cosa più efficace e comprensibile, perché li ha coinvolti personalmente, poi anche per la grafica del modulo, poche domande ma presentate molto bene, comprensibili, leggibili”.

“Se pensiamo a quanto è arrivato il messaggio, a prescindere dalla mia mediazione, a prescindere dal lavoro successivo che posso aver fatto, quello del gioco è stato lo strumento più immediato”.

“Devo dire che in generale la presentazione giocosa ha funzionato perché è questo il linguaggio dei bambini”.

In particolare, ne è stata rilevata l'efficacia comunicativa grazie alla quale, nella fase di spoglio dei dati, per esempio, si è potuto assistere alla costituzione spontanea di gruppi di bambini in competizione tra loro, secondo l'appartenenza (elementi identitari) di volta in volta legata al genere, all'età e alla classe frequentata. Tali dinamiche hanno molto sostenuto tanto la trasmissione del messaggio, quanto l'effetto “ricordo” successivo²⁶.

6.5 L'intervento di promozione, una valutazione complessiva

Tra gli elementi di criticità evidenziati con riferimento all'intervento nel suo complesso, le insegnanti hanno indicato la mancata differenziazione degli interventi proposti per classe/età dei bambini. Il giudizio prevalente è che i contenuti dello spettacolo teatrale e delle slide-show fossero adeguati ai bambini più grandi, per i più piccoli (prima e seconda primaria), infatti, è sempre necessario un accompagnamento in itinere e una mediazione ex-post che aiutino nella comprensione e nella decodifica del messaggio.

Attraverso i focus group è stato rilevato anche il livello di raggiungimento di alcuni obiettivi cardine del progetto:

²⁶ Va segnalato che gli strumenti comunicativi impiegati per questo intervento (rilevazione dati tra i ragazzi/bambini, spoglio e visualizzazione dei dati) rappresentano un materiale consolidato, utilizzato in eventi analoghi realizzati dall'Ufficio territoriale per il Lazio nelle scuole primarie e secondarie di primo grado. Tale strumentazione può essere riadattata a diversi contenuti informativi ed utilizzata nella realizzazione di eventi di promozione della cultura statistica rivolti a bambini e ragazzi delle scuole medie inferiori.

- la capacità di generare un efficace “effetto ricordo”, stante le modalità comunicative utilizzate (linguaggio teatrale, gioco, immagini);
- il potenziale di disseminazione/veicolazione del messaggio di promozione che, in ipotesi, parte dal bambino, (destinatario diretto del messaggio) e raggiunge una pluralità di nodi (destinatari indiretti)²⁷.

Le opinioni riportate evidenziano la valenza in buona parte funzionale dell’atteggiamento individuale delle insegnanti (e dunque la necessità che anche tale variabile sia osservata e controllata nella definizione di progetti che coinvolgano le scuole primarie e i bambini che le frequentano), non solo sul successo degli interventi ma anche sulla possibilità di misurare la portata in termini di raggiungimento degli obiettivi prefissati; ipotesi sottese al modello di “generazione di ricordo” e disseminazione del messaggio. In tal senso, sono stati rilevati due atteggiamenti contrapposti:

- un atteggiamento collaborativo, manifestato attraverso approfondimenti successivi sul tema oggetto dell’evento che ha contribuito a rafforzare l’effetto ricordo tra i bambini e ha favorito la disseminazione presso le famiglie;
- un atteggiamento neutro o non collaborativo (nessun approfondimento in aula) che non ha restituito alcuna informazione sulla validità e tenuta del modello.

Le evidenze empiriche emerse dal focus group hanno dunque restituito informazioni preziose particolarmente rilevanti per il ridisegno degli interventi: gli eventi di promozione della cultura statistica rivolti ai bambini necessitano di una introduzione dei contenuti e di una successiva decodifica degli stessi. Il coinvolgimento strutturato delle insegnanti in fase di progettazione, per condividere concept e format dell’evento, che nella fase di realizzazione deve essere perseguito per meglio finalizzare e centrare gli obiettivi di promozione.

A seguito dell’intervento, sarebbe opportuno prevedere una fase di confronto delle modalità con le quali le insegnanti possono procedere ad approfondimenti ex-post in modo da favorire un atteggiamento collaborativo e costruttivo nella fase di decodifica del messaggio.

7. I principali risultati – I questionari

7.1 Le testimonianze dei genitori

Per poter misurare la concorrenza tra l’impianto generale del progetto e gli obiettivi perseguiti nei termini della ipotizzata capacità pervasiva (veicolazione e disseminazione) e della crescita della consapevolezza delle importanti ragioni che sottendono l’operazione censuaria²⁸, si è ritenuto assolutamente necessario un ritorno presso le famiglie dei bambini che hanno partecipato agli eventi di promozione del censimento della popolazione. Tale passaggio, infatti, si è reso necessario per raccogliere le loro testimonianze, ovvero per avere un ritorno immediato di quanto sia stato o meno centrato il complesso degli obiettivi prefissati e delegati al canale comunicativo ipotizzato, come efficace nella trasmissione delle informazioni (ed esattamente di quelle informazioni che si voleva veicolare).

Dalle testimonianze delle famiglie è stato possibile integrare l’analisi con una valutazione sull’efficacia della sintesi tra canale comunicativo e messaggio da veicolare. È stato cioè possibile

²⁷ Il modello di disseminazione riconosce nel bambino un medium efficace verso la famiglia e, nella famiglia, una “cassa di risonanza” verso l’esterno, data la rilevanza per, e l’attenzione de, gli adulti alle esperienze di vita dei bambini.

²⁸ Il progetto si proponeva anche di concorrere al raggiungimento degli obiettivi più generali previsti da Piano generale di censimento, a tal fine il programma proposto concorreva a sostenere le innovazioni specifiche dell’ultimo censimento della popolazione, innovazioni volte anche a contenere il carico statistico sui rispondenti e a facilitare il rilascio delle informazioni richieste alle unità di rilevazione.

avere un ritorno valutativo sull'efficacia della combinazione di come e cosa ha raggiunto il territorio di interesse.

Si ricorda che gli obiettivi conoscitivi direttamente perseguiti attraverso la somministrazione del questionario erano in parte già perseguiti dagli altri strumenti di valutazione (efficacia dell'intervento in termini di promozione e adeguatezza e portata del target – bambini – nei termini della disseminazione dei messaggi presso altri target) e in parte nuovi. In particolare i nuovi obiettivi volgevano a misurare l'adeguatezza del sistema comunicativo nel sostenere gli obiettivi dell'intervento di promozione della cultura statistica:

- i genitori dei bambini sapevano, e attraverso quali canali, che i loro bambini avevano partecipato ad un evento organizzato dall'Istat a scuola? (non solo dunque veicolazione del messaggio ma anche effetto ricordo);
- cosa avevano raccontato i bambini ai genitori? (veicolazione del messaggio);
- i genitori avevano parlato dell'esperienza ad altri? chi altri? (disseminazione del messaggio nei gruppi di socializzazione);
- cosa sapevano i genitori dell'Istat prima dell'intervento?

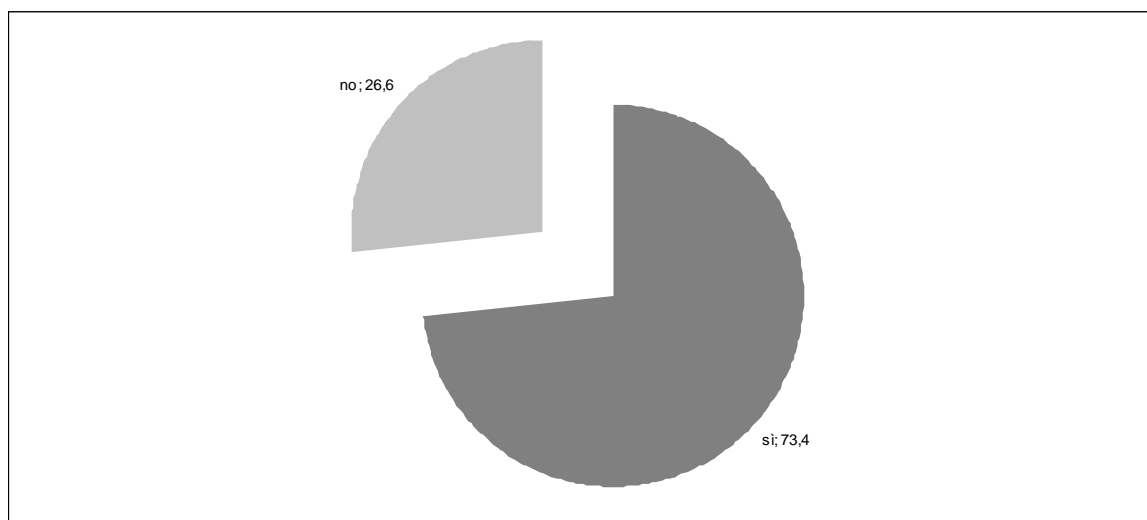
7.2 La valutazione degli interventi attraverso i dati del questionario

Ai genitori è stato somministrato un questionario strutturato per autocompilazione. All'indagine hanno partecipato oltre 441 famiglie sulle 861 raggiunte dal questionario per il tramite dei bambini.

Attraverso l'indagine si è rilevato che il messaggio che s'intendeva trasmettere è arrivato oltre che ai destinatari diretti – i bambini, anche a quelli indiretti – i genitori.

La maggior parte dei genitori intervistati ricorda della partecipazione dei propri figli all'evento "Sotto a chi conta" perché gli è stato raccontato dal proprio bambino (grafico 2). Complessivamente quasi tre famiglie su quattro (73,4 per cento) hanno dichiarato di essere a conoscenza del fatto che il proprio figlio ha partecipato con la classe a un evento di promozione del censimento organizzato dall'Istat (grafico 1).

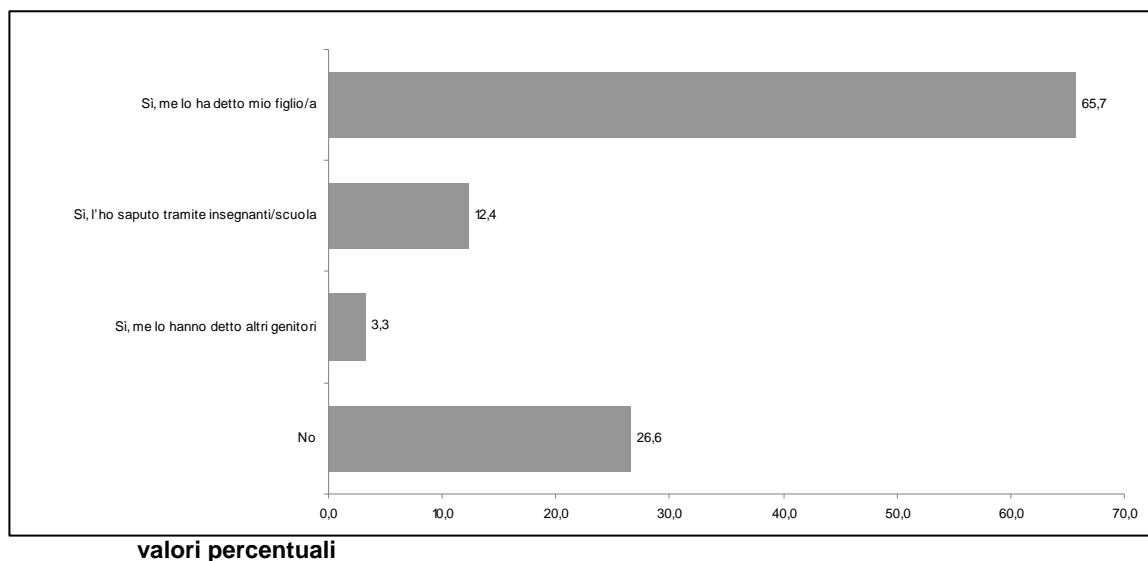
Grafico 1 - Famiglie a conoscenza dell'evento - valori percentuali



Oltre il 65 per cento dei genitori lo ha saputo dal proprio figlio (grafico 2). Per il resto delle famiglie, invece, la notizia dell'evento è stata appresa attraverso i contatti con le insegnanti (12,4 per

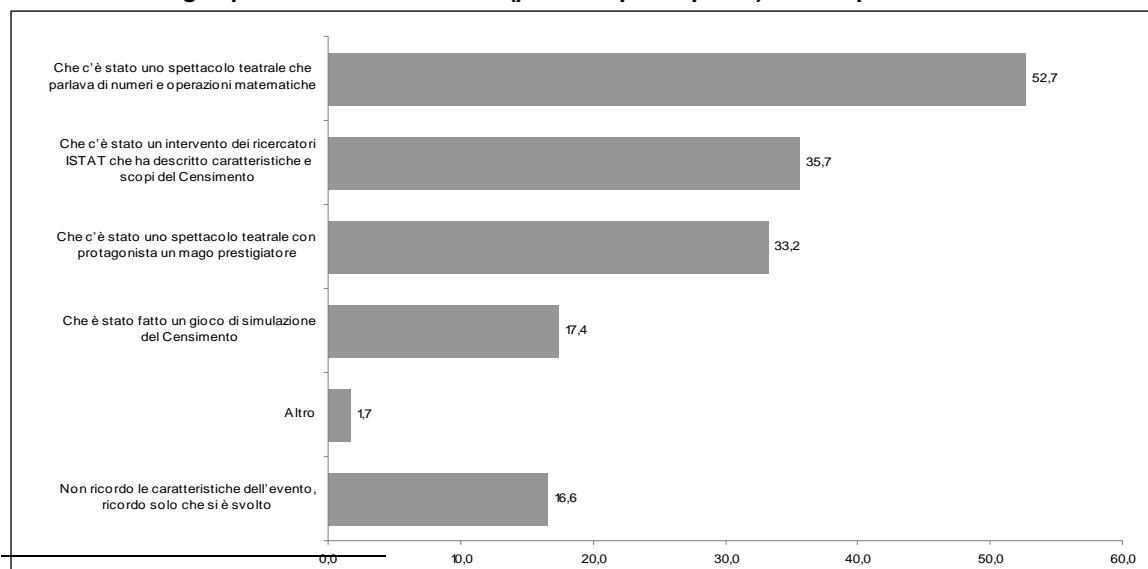
cento) o tramite i genitori dei compagni di scuola (3,3 per cento)²⁹.

Grafico 2 - Famiglie a conoscenza dell'evento per canale di comunicazione (possibili più risposte) -



I bambini hanno raccontato ai genitori dell'evento e delle sue caratteristiche, veicolando, come ipotizzato, il messaggio. Oltre l'83,4 per cento delle famiglie intervistate dichiara di ricordare le caratteristiche dell'evento. Tuttavia, gli elementi di conoscenza riportati dai bambini non sono univoci. Il ricordo dell'evento che i genitori hanno riportato per il tramite del questionario rimanda prevalentemente ai contenuti della rappresentazione teatrale, al censimento, al protagonista dello spettacolo (il mago Iaio). In ordine di rilevanza (grafico 3), il 52,7 per cento dei genitori intervistati ricorda che lo spettacolo teatrale raccontava di numeri e operazioni matematiche, il 35,7 per cento, che i ricercatori dell'Istat hanno descritto caratteristiche e obiettivi del censimento; il 33,2 per cento delle famiglie ha associato l'evento al protagonista dello spettacolo, il mago-prestigiatore.

Grafico 3 - Famiglie per contenuto ricordato (possibili più risposte) - valori percentuali



²⁹ Il totale è superiore a 100 perché erano possibili più risposte.

A seguito dell'evento si sono susseguite le occasioni per parlare del censimento: l'evento è stato uno spunto per parlare del censimento in ambito familiare per quasi i due terzi delle famiglie intervistate. Nello specifico, il 44,4 per cento dei genitori dichiara di aver parlato del censimento nei propri contesti primari di socializzazione (parenti e amici). Non trascurabile la quota di famiglie che hanno avuto l'occasione di parlare del censimento nei propri contesti di socializzazione secondaria: con i genitori dei compagni di scuola (16,4 per cento); e con i colleghi di lavoro (16,1 per cento). Viceversa solo il 3,6 per cento dei genitori ha parlato del censimento con gli insegnanti dei propri figli.

Considerando che, complessivamente, quasi otto famiglie su dieci tra quelle che hanno veicolato il messaggio hanno parlato del censimento in uno solo dei contesti di socializzazione citati e due famiglie su dieci in più di un contesto (in particolare il 79,3 per cento in un solo contesto, il 17,8 in due contesti, l'1,9 in tre contesti e l'1,0 in quattro contesti) si può stimare che siano state prodotte circa 265 "occasioni di disseminazione" (tabella 2).

L'evento "Sotto a chi conta", inoltre, ha contribuito a fornire informazioni utili per rispondere al censimento per il 62,1 per cento delle famiglie. In particolare, l'evento è stato utile per capire le finalità del censimento (26,3 per cento) e per ricordare l'adempimento censuario (21,1 per cento degli intervistati). Va anche segnalato che il 18,9 per cento delle famiglie intervistate è venuto a conoscenza della possibilità di compilare il questionario on-line (grafico 5).

Infine, tra gli obiettivi strategici del progetto di promozione del censimento vi era quello di "avvicinare" l'Istat alle famiglie. Dai risultati dell'indagine si registra che, sebbene il 74,4 per cento delle famiglie fosse a conoscenza del fatto che l'Istat è un Ente pubblico di ricerca che si occupa di indagini sociali utili alla programmazione di politiche per il Paese (grafico 6), almeno per un quarto delle famiglie la partecipazione dei propri figli all'evento di promozione del censimento è servita a promuovere la conoscenza dell'Istat laddove questa era limitata all'appartenenza dell'Istituto agli Enti pubblici (11,0 per cento), oppure non se ne conosceva la missione (10,3 per cento) o non se ne aveva mai sentito parlare (4,3 per cento).

Grafico 4 - Famiglie per reti sociali coinvolte nella comunicazione dell'evento (possibili più risposte) - valori percentuali

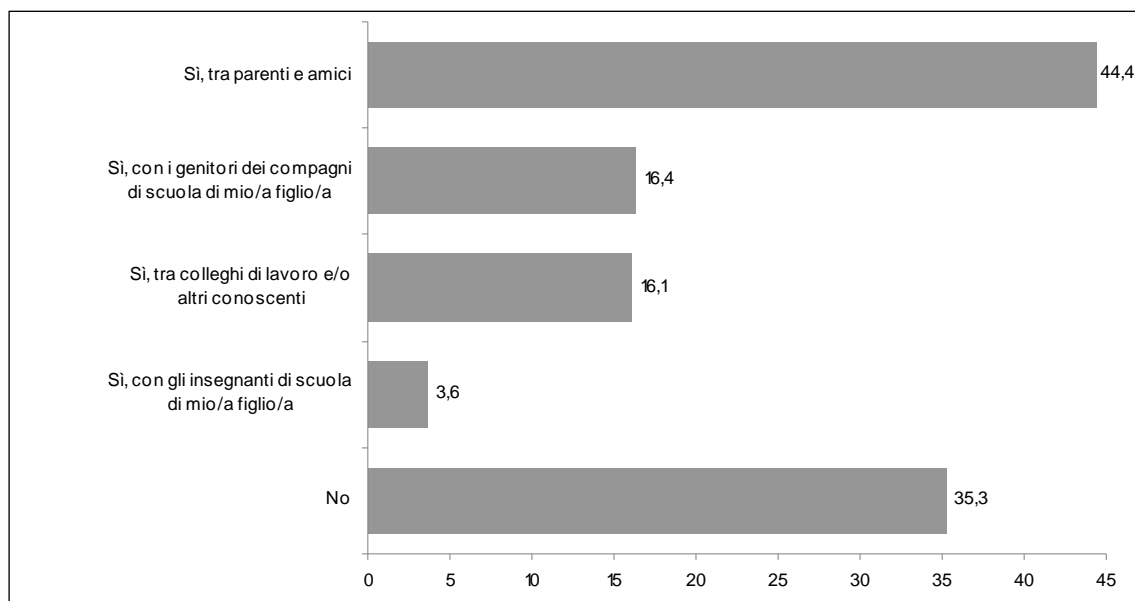


Tabella 2 - Famiglie che hanno trasmesso l'evento nelle reti sociali di riferimento per numero di reti raggiunte - valori assoluti e percentuali

Reti sociali raggiunte	Numero di famiglie (v.a.)	numero di famiglie (v.%)	Potenziale di disseminazione
1	169	79,3	169
2	38	17,8	76
3	4	1,9	12
4	2	1	8
Totale	213	100	265

Grafico 5 - Famiglie che hanno acquisito informazioni utili per rispondere al censimento per tipologia di informazione (possibili più risposte) - valori percentuali

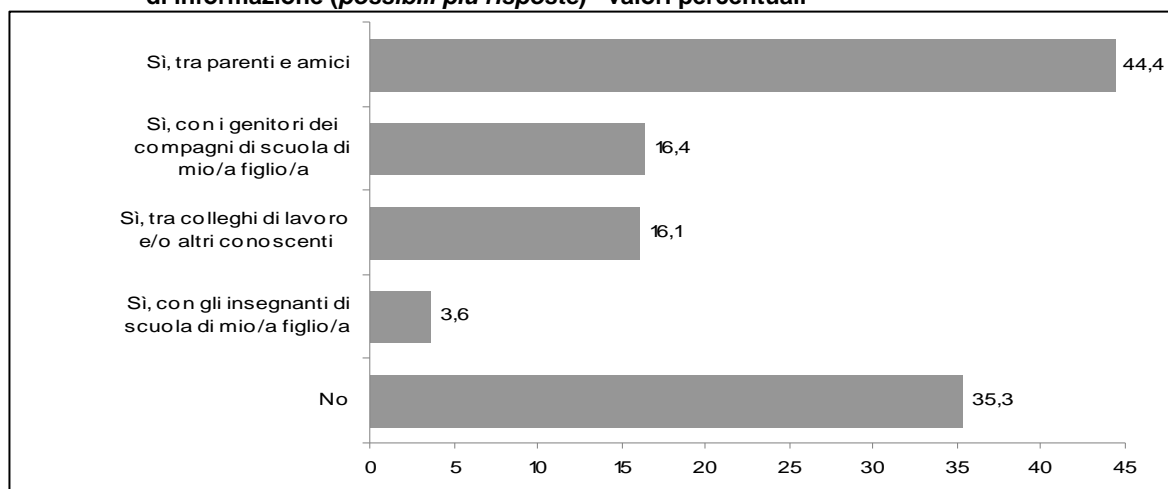
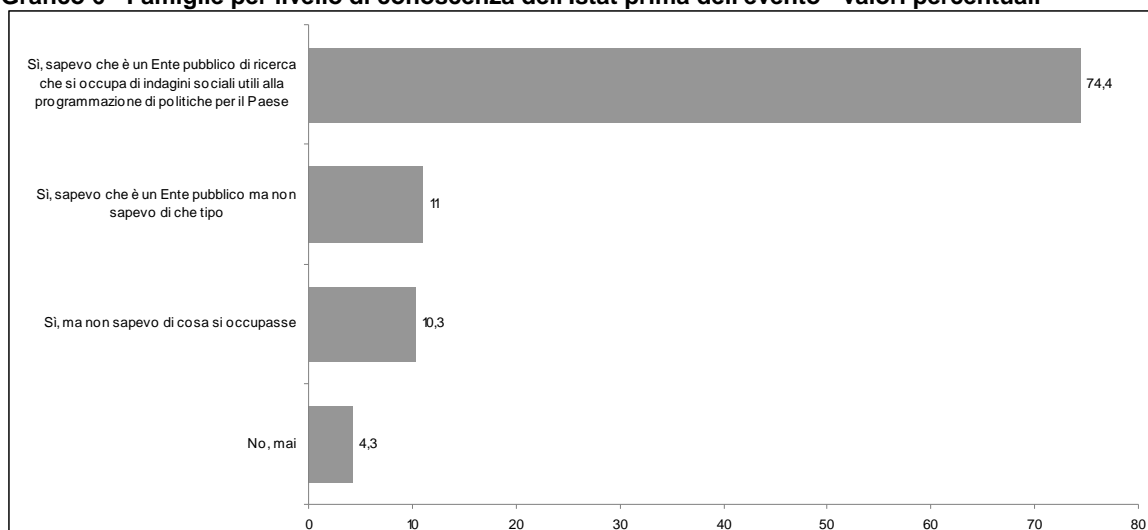


Grafico 6 - Famiglie per livello di conoscenza dell'Istat prima dell'evento - valori percentuali



Conclusioni

Il complesso lavoro che l'Ufficio territoriale Istat per il Lazio ha realizzato concorre alla realizzazione di una pluralità di obiettivi, non tutti raggiungibili nel breve periodo.

L'attività di valutazione realizzata ha restituito informazioni utili per capire quanto le azioni intraprese siano servite a raggiungere alcuni obiettivi e quali tra quelli che il gruppo di lavoro aveva individuato; inoltre ha consentito di comprendere in quale fase o momento della sperimentazione si sono concentrate le maggiori criticità e in quali segmenti, sono emersi i punti di forza.

Sono stati raggiunti risultati conoscitivi su entrambi i versanti con evidenza di aspetti positivi o meno sia nel programma sia nell'implementazione dello stesso.

Il patrimonio informativo che ne risulta rende possibile intervenire in fase di progettazione di eventi futuri che abbiano quale obiettivo la promozione della cultura statistica, che può intendersi concorrente veicolo verso la più piena attuazione della *mission* dell'Ufficio e dell'Istat, che è quella di servire la crescita della conoscenza e della competenza collettiva ed individuale:

- collettiva, creando un humus nel quale la promozione della cultura statistica ufficiale di interesse nazionale e trans-nazionale possa crescere e dove la *statistical literacy* sia intesa nella sua duplice valenza, quella di servire alla conoscenza ed alla crescita di specifiche competenze e quella di essere in sé conoscenza e competenza scientifica, con il fine ultimo di servire la collettività.
- individuale, sviluppando il senso di consapevolezza del cittadino sulla missione della statistica ufficiale e quindi accrescendo la responsabilità individuale nella realizzazione dei processi di produzione della statistica ufficiale che coinvolgono la collettività.

Infine, quanto realizzato si propone come esempio di prassi che può contribuire positivamente allo sviluppo della cultura organizzativa dell'Istituto, sempre più orientata al concetto di qualità a vari livelli e in vari ambiti: qualità del dato (che ci si aspetta aver contribuito a migliorare grazie agli interventi realizzati) e qualità nell'organizzazione (che si costruisce quotidianamente tramite la sedimentazione di prassi strutturate in modo da riuscire a trarre lezioni interessanti dalle attività intraprese e metterle a frutto per il miglioramento continuo).

Riferimenti bibliografici

- Acocella I., 2008, *Il focus group: teoria e tecnica*, Milano, Franco Angeli.
- Bellenger et al., 1976, *Qualitative Research in Marketing*, American Marketing Association, Chicago.
- Cataldi S., 2009, *Come si analizzano i focus group*, Milano, Franco Angeli.
- Caracelli V.J., Greene J.C., Graham W.F., “Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs”, in *Educational Evaluation and Policy Analysis*, vol.11, n.3; trad.it “I metodi misti”, in Stame N. (a cura di), 2007, *I classici della valutazione*, Milano, Franco Angeli.
- Corbetta P. G., 1999, *Metodologia e tecnica della ricerca sociale*, Bologna, il Mulino.
- Corrao S., 2002, *Il focus group*, Milano, Franco Angeli.
- Dawson et al., 1993, *A Manual for the Use of Focus Group*, International Nutrition Foundation for Developing Countries, Boston.
- Frisina A., 2010, *Focus group: una guida pratica*, Bologna, il Mulino.
- Gobo G., 2005, “L’analisi semiotica dei focus group. Il caso della comunità pubblicitaria”, *Sociologia e Ricerca Sociale*, n. 76-77, pp. 72-90.
- Istat, 1989, *Manuali di tecniche di indagine. Il questionario: progettazione, redazione e verifica*, vol. 2, Istat, Collana Metodi e Norme, Roma.
- Krueger A.R., 1994, *Focus groups: a Practical Guide for Applied Research*, Sage Publication.
- Merton R.K., 1949, *Teoria e struttura sociale*, il Mulino.
- Morgan D.L., 1988, *Focus Group As Qualitative Research*, Thousand Oaks CA, Sage.
- Pitrone M.C., 1995, “La formulazione delle domande: alcuni problemi metodologici”, in *Sociologia e ricerca sociale*, n.47-48, pp. 45-75.
- Stame N., 2001, “Tre approcci principali alla valutazione: distinguere e combinare”, in Palumbo M., *Il processo di valutazione: decidere, programmare, valutare*, Milano, Franco Angeli.
- Stame N. (a cura di), 2007, *I classici della valutazione*, Milano, Franco Angeli.
- Stewart S.W. e Shamdasani P.N., 1990, *Focus Group: Theory and Practice*, Thousand Oaks CA, Sage.
- Stagi L., (2005), “Il moderatore e il facilitatore: due concetti diversi per lo stesso ruolo”, in Campelli E. e Brunelli C. (a cura di), *Una tecnica da ritrovare: i focus group*, in *Sociologia e Ricerca Sociale*, n. 76/77, Anno XXIII, Milano, Franco Angeli.
- Weiss C.H., 1997, “Theory-based evaluation: Past, Present and Future”, in Rog D.J.(ed.) *Progress and future direction in Evaluation* in *New Directions for Evaluation*, n. 76; trad. it. “La valutazione basata sulla teoria: passato, presente e futuro”, in Stame N., 2007 (a cura di), *Classici della valutazione*, Milano, Franco Angeli.

Informazioni per gli autori

La collana è aperta ad autori dell'Istat e del Sistema statistico nazionale, e ad altri studiosi che abbiano partecipato ad attività promosse dal Sistan (convegni, seminari, gruppi di lavoro, ecc.). Da gennaio 2011 essa sostituirà Documenti Istat e Contributi Istat.

Coloro che desiderano pubblicare sulla nuova collana dovranno sottoporre il proprio contributo alla redazione degli Istat Working Papers inviandolo per posta elettronica all'indirizzo iwp@istat.it. Il saggio deve essere redatto seguendo gli standard editoriali previsti, corredato di un sommario in italiano e in inglese; deve, altresì, essere accompagnato da una dichiarazione di paternità dell'opera. Per la stesura del testo occorre seguire le indicazioni presenti nel foglio di stile, con le citazioni e i riferimenti bibliografici redatti secondo il protocollo internazionale 'Autore-Data' del *Chicago Manual of Style*.

Per gli autori Istat, la sottomissione dei lavori deve essere accompagnata da una mail del proprio dirigente di Servizio/Struttura, che ne assicura la presa visione. Per gli autori degli altri enti del Sistan la trasmissione avviene attraverso il responsabile dell'ufficio di statistica, che ne prende visione. Per tutti gli altri autori, esterni all'Istat e al Sistan, non è necessaria alcuna presa visione. Tutti i lavori saranno sottoposti al Comitato di redazione, che valuterà la significatività del lavoro per il progresso dell'attività statistica istituzionale. La pubblicazione sarà disponibile su formato digitale e sarà consultabile on line.

Gli articoli pubblicati impegnano esclusivamente gli autori, le opinioni espresse non implicano alcuna responsabilità da parte dell'Istat. Salvo diversa indicazione la riproduzione è libera, a condizione che venga citata la fonte.