

Alma Mater Studiorum – Università di Bologna
Dipartimento di Sociologia

Dottorato di ricerca in
Sociologia
XIX ciclo

Coordinatore Prof. Pierpaolo Donati

ADOLESCENTI, CONSUMI E IDENTITÀ TRA
GLOBALE E LOCALE: UNA RICERCA VISUALE SU
GIOVANI DELL'EMILIA-ROMAGNA.

SPS/08

Tesi di Dottorato della candidata: Dott.ssa Elisa Pighi

Il coordinatore:
Chiar.mo Prof. Pierpaolo Donati

La tutor:
Chiar.ma Prof.ssa Patrizia Faccioli

Anno Accademico 2005-2006

A A.

Indice

Introduzione.	p.	6
1. Lo scenario della globalizzazione.	p.	10
1.1 Perdita di potere dello stato-nazione e nuovi ordini e disordini.		11
1.2 Spazio, tempo, informazione.		16
2. La globalizzazione culturale e il rapporto tra globale e locale.	p.	24
2.1 Omogeneizzazione.		26
2.2 Differenziazione e creolizzazione.		30
2.3 Il mondo dei consumi.		45
2.3.1 Il linguaggio del consumo.		46
2.3.2 I consumi tra omogeneizzazione e eterogeneizzazione.		51
2.3.3 Consumo attivo, consumo passivo.		53
3. Individuo, identità e consumi.	p.	59
3.1 Il processo di individualizzazione nella società contemporanea.		59
3.1.1 Passaggi di modernità.		59
3.1.2 Individuo e individualizzazione.		63
3.1.3 Pubblico e privato.		65
3.1.4 Effetti collaterali della contemporaneità.		67
3.2 Identità.		71
3.3 L'altro, le differenze.		77
3.4 Identità, consumi e appartenenze.		81
3.4.1 Consumo come appropriazione simbolica dei significati e costruzione creativa dell'identità.		83
3.4.2 Consumo come rischio nella costruzione dell'identità: la mercificazione della vita.		89

4. Adolescenti nel mondo globalizzato.	p.	97
4.1 Essere giovani nella nostra società.		97
4.2 Adolescenza.		104
4.2.1 Caratteristiche dell'età adolescenziale.		104
4.2.2 Adolescenza e identità.		112
4.3 Adolescenti e consumi.		115
5. Consumi e identità tra globale e locale: una ricerca visuale su adolescenti emiliano-romagnoli.	p.	122
5.1 Il contesto locale: la regione Emilia-Romagna.		123
5.1.1 La popolazione e gli adolescenti residenti in Emilia-Romagna.		123
5.1.2 Gli adolescenti e la scuola.		126
5.2 Metodologia.		131
5.2.1 Obiettivi e ipotesi della ricerca.		131
5.2.1.1 Obiettivi.		131
5.2.1.2 Ipotesi.		135
5.2.2 I soggetti della ricerca.		137
5.2.3 Metodi e tecniche: la sociologia visuale.		147
5.2.3.1 Le fasi della ricerca.		148
5.2.3.1.1 Osservazione.		148
5.2.3.1.2 Interviste con fotostimolo.		151
5.2.4 Analisi del contenuto.		161
5.2.4.1 La griglia di analisi.		161
5.2.4.1 Il software Nvivo per l'analisi qualitativa.		165
5.3 Usi e consumi tra globale e locale: il punto di vista degli adolescenti.		167
5.3.1 Cibo: tra sperimentazione e tradizione.		168
5.3.1.1 Sperimentazione.		168
5.3.1.2 Rafforzamento dei legami.		173
5.3.1.3 Promozione interazioni.		177
5.3.1.4 Le affermazioni critiche.		178

5.3.2 Il corpo e l'aspetto fisico: presentazione di sé, moda e atteggiamento critico.	182
5.3.2.1 Presentazione di sé.	183
5.3.2.2 Presentazione di sé e moda.	188
5.3.2.3 Seguire la moda.	189
5.3.2.4 Le affermazioni critiche sul tatuaggio: "scripta manent" e rischi per la salute.	194
5.3.2.4 Il look per affermare diversità.	196
5.3.3 Produzione e consumi culturali: condivisione di significati, presentazione di sé e promozione di interazioni.	201
5.3.3.1 Condivisione di significati e presentazione di sé.	202
5.3.3.2 Promozione di interazioni.	206
5.3.3.3 I gusti musicali.	209
5.3.3.4 Le preferenze televisive.	213
5.3.4 Tecnologie e media: tra culto e critica, opportunità e rischio.	218
5.3.4.1 Promozione di interazioni.	219
5.3.4.2 Consumo strumentale.	226
5.3.4.3 Le affermazioni critiche.	230
5.3.4.4 Condivisione di significati.	235
5.3.5 Gli altri: i consumi dei migranti.	244
5.3.5.1 Rafforzamento dei legami.	245
5.3.5.2 Presentazione di sé.	251
5.3.6 Ideologie consumate?	255
5.3.6.1 Presentazione di sé e atteggiamento critico.	256
Conclusioni.	p. 262
Bibliografia.	p. 269

Introduzione

Oggetto della ricerca qui presentata è la relazione tra consumo e identità, considerata nell'ambito dello scenario attuale della globalizzazione, con particolare attenzione al rapporto tra globale e locale.

I soggetti che sono stati studiati in qualità di individui e consumatori contemporanei, sono adolescenti residenti in Emilia-Romagna.

Nei primi quattro capitoli sono esposti i quadri teorici al cui interno si è mosso lo studio.

Il primo capitolo introduce quello che è lo scenario entro al quale oggi viviamo, ossia la globalizzazione, soffermandosi sui cambiamenti più significativi che questa ha comportato a livello macrosociale: la perdita di potere dello stato-nazione, il cambiamento nella percezione delle categorie di spazio e tempo e la diffusione, potenzialmente illimitata, dell'informazione.

Nel secondo capitolo si affronta la globalizzazione dal punto di vista culturale. Vengono presentati i due filoni di pensiero principali su questo tema, ossia quello che legge gli effetti della globalizzazione sulla cultura come omogeneizzazione e americanizzazione e quello che invece ne sottolinea più le conseguenze di mescolamento e differenziazione.

Si introduce il consumo nella sua valenza di linguaggio capace di veicolare i significati che gli individui gli attribuiscono. Questo rappresenta una dimensione fondamentale nella società

contemporanea dove gli individui ricoprono innanzitutto, nella lettura che ne danno diverse teorie, in modo più o meno critico, il ruolo di consumatori. Si affronta poi il rapporto tra il consumo e le due interpretazioni teoriche citate sul rapporto tra globale e locale, ossia omogeneizzazione e differenziazione o meglio eterogeneizzazione.

Il capitolo tre è dedicato al tema dei processi di individualizzazione nella società contemporanea che hanno portato gli individui di oggi a vivere in una situazione caratterizzata da incertezza e instabilità, ben diversa da quella della prima fase della modernità in cui vi erano appartenenze sicure e identità per molti versi prestabilite.

Si tratta poi il tema dell'identità, nelle sue componenti sociale e personale e del rapporto con l'altro, inteso come chi è percepito come diverso.

Infine si affronta il rapporto tra consumo e identità, ritenendo il primo molto significativo nei processi di costruzione identitaria contemporanei. Si presentano alcune teorie che interpretano questo rapporto e si individuano due approcci: uno che riconosce nel consumo una possibilità di costruzione creativa dell'identità tramite pratiche di appropriazione simbolica degli oggetti e l'altro che mette in guardia dai rischi di mercificazione che corre un'identità basata esclusivamente sui consumi.

Il capitolo quattro tratta innanzitutto del concetto di giovinezza e di come questo sia definito socialmente, assumendo valori diversi in epoche e società differenti ed essendo particolarmente difficile da delineare nella nostra società, dove la categoria di giovane è decisamente molto dilatata.

Si passa poi a definire l'adolescenza, l'età in cui sono collocabili i soggetti studiati nella ricerca, evidenziandone le caratteristiche che permettono di distinguerla da altri passaggi della vita. Viene di seguito affrontato il rapporto tra adolescenza e identità, particolarmente delicato in una fase dell'esistenza che si caratterizza per mutamenti repentini dentro e fuori l'individuo, i

quali lo costringono a una continua riflessione su e a una ridefinizione di se stesso.

Il capitolo si conclude affrontando il rapporto tra adolescenti e consumi e presentando alcune interpretazioni di autori che, come avviene per la relazione tra consumi e individuo in generale ma con una maggior enfasi data l'età di grandi trasformazioni dei soggetti, si posizionano tra l'evidenziare i rischi del consumo come mercificazione della vita e il considerare il rapporto con consumi e oggetti come opportunità per definire liberamente se stessi.

Il quinto capitolo presenta la ricerca, condotta con metodi qualitativi e visuali, con il fine di cogliere il significato del consumo per adolescenti emiliano-romagnoli, di origine sia italiana che straniera, nella situazione culturale attuale, caratterizzata dal rapporto tra globale e locale.

Nel primo paragrafo si presenta il contesto locale al cui interno vivono i soggetti su cui è stata condotta l'indagine: la regione Emilia-Romagna.

Nel secondo paragrafo viene esposta la metodologia di ricerca seguita, focalizzandosi sulle ipotesi e gli obiettivi, le fasi e gli strumenti di indagine e infine le procedure di analisi di quanto emerso.

Avendo la ricerca la finalità di cogliere vissuti soggettivi sul consumo, che permettessero di individuare i significati di questo per gli adolescenti, la scelta metodologica per la fase di rilevazione è stata orientata su interviste condotte con la tecnica della foto-stimolo, assumendo gli approcci della sociologia visuale.

Il terzo ed ultimo paragrafo, suddiviso in più sottoparagrafi che affrontano i diversi tipi di consumo su cui sono stati intervistati gli adolescenti (relativi a cibo, corpo/look, consumi culturali, media e tecnologie, consumi dei migranti e ideologie), presenta quanto è emerso dalle interviste e quindi il rapporto tra consumi

e identità tra globale e locale, secondo il punto di vista e i significati attribuiti dagli adolescenti.

RINGRAZIAMENTI

Desidero ringraziare la Prof.ssa Patrizia Faccioli, mia tutor, per avermi guidata nel percorso di dottorato, introducendomi alla Sociologia Visuale e alla ricerca sociale, e per l'attenta e paziente correzione di questa tesi.

Ringrazio il Dott. Pino Losacco per avermi coinvolta nelle attività condotte nel Laboratorio di Sociologia Visuale trasmettendomi le sue conoscenze in fatto di teorie, tecniche e strumenti.

Ringrazio tutte le persone che mi hanno aiutata, durante lo svolgimento della ricerca, a trovare i soggetti da intervistare e che hanno avuto la generosità di concedermi tempi e spazi delle loro attività; in particolare Andrea Ascari del Centro Studi del "Ceis" di Modena e Gianni Ferraguti, allenatore della squadra di atletica "Cittadella" di Modena.

Grazie a tutti coloro che per me ci sono sempre, senza dimenticare chi c'è stato e ora non c'è più.

Grazie ad Alessandro per saper condividere.

Un ringraziamento infine a tutti i giovani intervistati che hanno partecipato a questa ricerca regalando una parte del loro tempo.

1. Lo scenario della globalizzazione.

“Questa novella e spiacevole percezione che ‘ le cose non sono più sotto controllo’ è stata espressa (con scarsi frutti ai fini della chiarezza intellettuale) col concetto, oggi di moda, di globalizzazione” [Bauman 2001: 67].

“Forse è per questi motivi che il concetto di globalizzazione è così complesso. Lo sforzo di determinare questo concetto è simile al tentativo di inchiodare un budino alla parete” [Beck 1999: 38].

*“Sembrirebbe di poter dire che, alla fine del ventesimo secolo, e nel corso del ventunesimo, è con la comprensione del flusso dell’ecumene globale che possiamo meglio provare a dare un senso all’*homo sapiens*” [Hannerz 1998: 346].*

Globalizzazione. Sulla globalizzazione è stato scritto e detto tanto e di questo termine, da circa una quindicina di anni o forse più, si fa uso e abuso, tanto nei testi scientifici che nei dibattiti quotidiani. Ma anche dell’uso troppo frequente e talora privo di significato di questo sostantivo e degli aggettivi da esso derivati è stato già detto da vari autori [Bauman 1999, Beck 1999, Robertson 1999, ecc].

Dunque, immersi in un mare di parole, discorsi, scritti su questo argomento, che vanno da opinioni di senso comune fino alle

intuizioni degli studiosi più autorevoli, si tratta di armarsi di capacità di sintesi per cercare di circoscrivere un fenomeno grande come il mondo ed estremamente complesso, tanto nelle sue manifestazioni quanto nelle spiegazioni e nelle ipotesi di chi l'ha già studiato.

Poi, ma dico una cosa ovvia per chi si occupa di scienze sociali, la difficoltà di studiare fenomeni dentro cui noi stessi siamo immersi, comporta l'ulteriore disagio di non potere mai avere uno sguardo dall'esterno, una visione oggettiva delle cose, ma, guardando ciò che ci circonda, c'è sempre il rischio di imbatterci nella nostra ombra e di perdere così, anche per inevitabili limiti umani, quel distacco scientifico che ci permette (forse) di fare chiarezza nelle nostre percezioni.

Premessa la complessità dell'argomento e dello studio di esso, proverò ad evidenziare le caratteristiche salienti di quello che è lo scenario all'interno del quale oggi viviamo, mettendo a fuoco i cambiamenti che hanno interessato le strutture sociali a seguito dei processi globalizzanti. Ci si soffermerà in particolare sui mutamenti che si sono riscontrati nel ruolo degli stati-nazione, nelle categorie di spazio e tempo e nell'informazione.

1.1 Perdita di potere dello stato nazione e nuovi ordini e disordini.

Robertson sottolinea che, nonostante lo studio del mondo come insieme e come uno sia una costante della storia umana, "[...] da duemila anni almeno, compaiono con intermittenza movimenti e organizzazioni che si occupano della schematizzazione e/o dell'unificazione del mondo come insieme, e le idee sul rapporto tra l'universale e il particolare sono state al centro delle maggiori civiltà [...]. Tuttavia è essenziale ricordare che soltanto di recente si è realisticamente pensato che l' «umanità si sta rapidamente trasformando in un'unica società, dal punto di vista fisico

(Hobhouse 1906: 331)» e soltanto di recente moltissime persone, dislocate in diverse parti del pianeta, hanno parlato e agito in stretto rapporto al problema della organizzazione dell'intero mondo eliocentrico" [1999: 81].

Con globalizzazione si può intendere una rottura, un cambiamento deciso, rispetto alla prima modernità¹, dove la vita politica, economica e culturale degli individui si svolgeva principalmente o meglio quasi esclusivamente all'interno dello stato-nazione.

Beck ne dà una definizione estremamente chiara: "per globalizzazione si intende l'evidente perdita di confini dell'agire quotidiano nelle diverse dimensioni dell'economia, dell'informazione, dell'ecologia, della tecnica, dei conflitti transculturali e della società civile, cioè, in fondo, qualcosa di familiare e allo stesso tempo inconcepibile, difficile da afferrare, ma che trasforma radicalmente la vita quotidiana, con una forza ben percepibile, costringendo tutti ad adeguarsi, a trovare risposte. Il denaro, le tecnologie, le merci, le informazioni, l'inquinamento «oltrepassano» i confini come se questi non esistessero. Perfino cose, persone e idee che i governi terrebbero volentieri fuori dal paese (droghe, immigrati illegali, critiche alla violazione dei diritti umani) trovano un varco. Così intesa la globalizzazione si traduce in un'uccisione della distanza [...]" [1999: 39].

La dimensione dello stato-nazione concepita come dimensione esclusiva che racchiudeva tutto quanto poteva riguardare la vita di chi lì abitava, permetteva a chi viveva al suo interno di fare i conti con confini tracciati in modo chiaro e con identità altrettanto ben definite che, sebbene costruiti quelli, in molti casi, a tavolino e queste in maniera piuttosto rigida, offrivano comunque una serie di sicurezze e di appartenenze al cittadino che si ripercuotevano su tutti gli aspetti della vita quotidiana: i

¹ La distinzione tra prima modernità come epoca caratterizzata dalla centralità dello stato-nazione e seconda modernità è di Beck [1999]

consumi, l'educazione, la cultura, la politica, la guerra e la pace. "I contorni della società erano pensati come completamente sovrapponibili ai contorni dello stato nazionale [...]. Man mano che si va avanti viene meno il complesso degli assunti di fondo in base ai quali finora società e Stati sono stati rappresentati, organizzati e vissuti come *unità territoriali che si limitano reciprocamente*. Globalità significa la frantumazione di unità tra Stato nazionale e società nazionale; la formazione di nuovi rapporti di potere e di concorrenza, conflitti e incroci tra unità e attori nazional-statali da un lato, e attori, identità, spazi sociali, condizioni e processi transnazionali dall'altro" [Beck 1999: 40]

Sostiene Appadurai: "[...] lo stato e la nazione sono ai ferri corti, e il trattino che collega la forma stato-nazione è più un segnale di disgiuntura che un simbolo della loro unione. Questa relazione disgiuntiva tra nazione e stato si esplica a due livelli: a livello di ogni stato nazionale significa che è in corso una guerra dell'immaginazione, con lo stato e la nazione che cercano di cannibalizzarsi a vicenda [...]. Su di un altro livello, questa relazione disgiuntiva è profondamente intrecciata con le disgiunture globali [...]: le idee di nazione sembrano in continua crescita quanto a scala, e attraversano regolarmente i confini esistenti tra gli stati" [2001: 61].

A parere di Robertson le origini della globalizzazione vanno proprio ricercate nell'importanza che assunse l'idea dello stato nazionale a partire dalla metà circa del XVIII secolo: "dobbiamo riconoscere, ben più di quanto siamo disposti a fare ora, che la prevalenza della società nazionale del XX secolo è un aspetto della globalizzazione (Robertson 1989) - e che la diffusione dell'*idea della* società nazionale come forma di società istituzionalizzata [...] fu un elemento centrale dell'accelerata globalizzazione che prese il via poco più di cent'anni fa" [1999: 86].

Tra le cause della perdita di potere dello stato-nazione, o probabilmente la causa principale di esso, è la crescita di potenza

e di influenza dell'economia che è in grado di muoversi in maniera autonoma da qualsiasi entità politica e di spostare i propri interessi da una parte all'altra del mondo. Così si offrono nuove possibilità per le imprese di riconquistare un potere che lo stato sociale e la politica avevano controllato e ridimensionato: "la globalizzazione rende possibile ciò che per il capitalismo forse è sempre stato valido in modo latente, ma che è rimasto finora ingabbiato in uno schema socio-statale democratico: il fatto che le imprese, in particolare quelle che agiscono globalmente, detengono un ruolo chiave non solo nell'organizzazione dell'economia ma anche in quella della società nel suo complesso; sia pure «solo» in ragione del fatto che possono sottrarre alla società le risorse materiali (capitale, tasse, posti di lavoro)" [Beck 1999: 14].

Secondo Bauman: " 'L'economia', il capitale, cioè il denaro e le altre risorse necessarie a fare delle cose, e ancor più denaro e più cose, si muove rapidamente; tanto da tenersi sempre un passo avanti rispetto a qualsiasi entità politica (come sempre territoriale) che voglia contenerne il moto e farne mutare direzione" [1999: 63].

Dunque si assiste all'impotenza, per entità politiche come lo stato, a farsi portatori di azioni che possano avere una reale efficacia, quando le forze che governano il mondo sono transnazionali e quindi incontrollabili per un'entità che esercita un potere legato a un preciso territorio.

"Dobbiamo quindi sostenere, contro le opinioni spesso ripetute ma non per questo più vere, che non c'è alcuna contraddizione, né logica né pratica, tra la nuova extraterritorialità del capitale (completa nel caso della finanza, quasi completa per il commercio e molto avanzata per la produzione industriale) e il nuovo proliferare di stati deboli e impotenti" [Bauman 1999: 76]. Inoltre, un ulteriore fattore che ha determinato un grosso cambiamento e un passaggio da una fase in cui c'era la sensazione che il mondo fosse sotto controllo, alla fase attuale di

“disordine mondiale” [Bauman 1999], è stato il crollo della politica dei blocchi, seguito alla caduta del comunismo. “Dividendo il mondo, la politica delle potenze trasmetteva un’immagine di totalità. Le divisioni del mondo erano ricomposte assegnando a ogni cantuccio e a ogni buco del globo il suo significato ‘nell’ordine globale delle cose’, ossia nel conflitto che opponeva eppure manteneva le due sfere in un meticoloso equilibrio controllato, anche se sempre precario” [Bauman 1999: 66].

Geertz sostiene che, con la fine della divisione del mondo nei due blocchi est e ovest, è avvenuta una “trasformazione del mondo in un patchwork onnipresente, con il quale ora, in maniera così improvvisa, dobbiamo fare i conti” [1999:16]. “Lo sgretolamento di contesti più grandi, o di ciò che sembrava *un* contesto, in contesti più piccoli e tenuti insieme da legami disinvolti ha reso molto più difficile l’interconnessione tra realtà locali e sovraregionali [...]. Per comprendere l’assetto generale e scoprire nuove entità, è impossibile procedere in maniera diretta e cogliere l’insieme in un sol moto. Quell’insieme va scoperto ed esplorato attraverso esempi, differenze, variazioni e particolarità, un pezzo alla volta e un caso dopo l’altro. In un mondo in frammenti come il nostro è proprio a questi frammenti che dobbiamo prestare attenzione”. [Geertz 1999: 16,17].

Di conseguenza “lo sgretolarsi di raggruppamenti assodati e di ripartizioni a noi familiari, che ha reso il mondo politico così imperscrutabile e difficile da maneggiare, ha complicato anche l’interpretazione delle culture: il modo in cui gli uomini intendono le cose e reagiscono ad esse, il modo in cui se le figurano, le giudicano e vi interagiscono sfugge sempre più alla nostra conoscenza. Oggi l’analisi culturale è un’impresa di gran lunga più difficile che ai tempi in cui sapevamo – o, meglio, credevamo di sapere – cosa coincidesse con cosa e cosa non coincidesse” [Geertz 1999: 20].

Occorre sottolineare che la globalizzazione non è solamente un fatto economico e Beck [1999] mette in guardia dal non confondere globalizzazione e globalismo. Infatti "il termine globalismo contiene l'idea del mercato mondiale, propaganda le virtù della crescita neoliberista e l'utilità di muovere i capitali, i prodotti e le persone al di là dei confini, senza nessun ostacolo" [Beck 2005: 20], quindi con questo termine si indica la concezione neoliberista di globalizzazione che auspica una crescita sfrenata dal mercato libera da impedimenti, accezione del termine diffusa nell'opinione pubblica.

1.2 Spazio, tempo, informazione.

Oggi viviamo in una realtà che è sempre costretta a confrontarsi anche con ciò che si trova a migliaia di chilometri di distanza e che viene a influire sulla nostra vita per effetto delle interconnessioni che si sono create tra le differenti parti del mondo.

Assistiamo quindi ad una circolazione sempre più veloce di mezzi, cose, persone, e di informazioni e immagini, attraverso i media.

Sono proprio i mezzi di comunicazione di massa e le migrazioni, secondo Appadurai, gli elementi principali che hanno causato la frattura con il passato e mandato in polvere la modernità: "le migrazioni di massa (volontarie o forzose) non sono certo un fatto nuovo nella storia dell'umanità, ma quando si affiancano al rapido fluire delle immagini mass-mediatiche, alle sceneggiature e alle sensazioni, siamo di fronte ad un nuovo ordine di instabilità nella produzione delle soggettività moderne" [2001: 17]. Sono questi due elementi in particolare, per l'autore, a causare gli effetti di rottura e a ripercuotersi "[...] sull'*opera dell'immaginazione* in quanto tratto costitutivo della soggettività moderna" [Appadurai 2001:16].

Parlando dei media Hannerz sostiene: “in riferimento alle implicazioni distributive dei media, il fatto saliente è che la produzione di forme e significanti espliciti può avere luogo in un posto, e la fruizione in un altro; e dal momento che spesso i media implicano la registrazione, i significati possono essere conservati per un uso successivo. I flussi culturali possono essere così gestiti, nello spazio così come nel tempo.[...] Per quel che riguarda [...] l’aspetto dello spazio, i media hanno esteso l’esperienza umana e la vita sociale al di là dell’ambito strettamente locale.” [1998: 40].

I cambiamenti che interessano la nostra epoca vanno allora ad agire sulle categorie di spazio e tempo. Questo determina un importante mutamento dello scenario all’interno del quale le persone vivono e va a mettere in discussione le concezioni fino a quel momento esistenti riguardo alla società, alla cultura e alle relazioni.

I mezzi che la tecnica ha messo a disposizione degli uomini, riducendo i tempi necessari al trasporto e al movimento di persone e informazioni, hanno portato a un aumento della velocità con cui si può viaggiare e comunicare. La riduzione dei tempi ha di conseguenza creato una diversa percezione degli spazi: se oggi si possono percorrere distanze enormi in poche ore e la comunicazione che si può effettuare con persone in altre parti del mondo è diventata istantanea, la nostra percezione delle dimensioni spazio-temporali è diversa da quella che si poteva avere cento anni fa, o anche solo cinquanta anni fa.

Così Bauman: “Tutt’ a un tratto appare chiaro che i continenti del mondo, visto nella sua globalità, erano divisi in funzione di distanze un tempo estremamente reali, in virtù e della natura primitiva dei trasporti e della difficoltà di viaggiare. In effetti, lungi dall’essere un ‘dato’ obiettivo, impersonale, fisico, la ‘distanza’ è un prodotto della società” [1999: 15].

“Con l’implosione del tempo necessario a comunicare, un tempo che si va restringendo alla ‘misura zero’ dell’istante, lo spazio e i

fattori spaziali non contano più, almeno per coloro che possono agire con la velocità dei messaggi elettronici" [Bauman 1999: 16].

Afferma Tomlinson: "la prossimità deve essere intesa come descrizione delle condizione globale moderna, generalmente di tipo fenomenologico o metaforico. Nel primo caso descrive un'*apparenza* comune del mondo come parte più riposta, più compressa delle valutazioni quotidiane: ne siamo consapevoli, per esempio, quando sperimentiamo il trasporto veloce o quando utilizziamo le tecnologie medialità per portare immagini lontane all'interno degli spazi che ci sono più familiari. Nel secondo caso comunica, in termini metaforici, il senso di una crescente immediatezza e consequenzialità di relazioni che sono in realtà distanziate" [2001: 15].

Per Giddens l'effetto principale della globalizzazione è dato dall'estendersi delle relazioni sociali nel tempo e nello spazio, con una conseguente liberazione dai vincoli delle interazioni faccia a faccia legate alla località delle società premoderne.

L'autore contesta il concetto di postmodernità ritenendo la fase attuale di sviluppo della società una radicalizzazione della modernità: "anziché andare incontro a un'era postmoderna, stiamo entrando in un'era in cui le conseguenze della modernità si fanno sempre più radicali e universali. Al di là della modernità, direi, possiamo percepire i contorni di un nuovo e diverso ordine che è sì «postmoderno», ma che è anche ben diverso da quello che molti adesso definiscono «postmodernità»" [Giddens 1994: 16].

Le trasformazioni legate alla modernità, sostiene Giddens, sono più profonde della maggior parte dei cambiamenti che sono avvenuti in altri periodi storici sia come estensione, per quanto riguarda le connessioni che si sono stabilite tra le diverse parti del mondo, sia a livello intensionale, con i cambiamenti che si sono ripercossi anche sugli aspetti più intimi e personali della vita delle persone.

Con l'avvento della modernità assistiamo a cambiamenti radicali nelle categorie di spazio e tempo: innanzitutto la separazione del tempo dallo spazio con l'avvento dell'orologio meccanico e la standardizzazione mondiale dei calendari, così che il tempo si slega dai luoghi. Nell'era premoderna, infatti, nessuno era in grado di dire che ora fosse senza fare riferimento a connotazioni spaziali e nelle diverse parti del mondo c'erano differenti sistemi di misurazione temporale.

Passaggio successivo è lo slegarsi dello spazio dal luogo: se spazio e luogo premoderni coincidevano e lo spazio era legato alla località e alle attività che lì si svolgevano, "l'avvento della modernità separa sempre di più lo spazio dal luogo favorendo il rapporto tra persone «assenti», localmente distanti da ogni data situazione di interazione «faccia a faccia»" [Giddens 1994: 30].

La separazione di spazio e tempo, con il conseguente slegarsi dell'attività sociale dai contesti in presenza, vanno a costituire la condizione per i processi di disaggregazione tipici della modernità. Per disaggregazione il nostro autore intende: "l'enuclearsi dei rapporti sociali dai contesti locali di interazione e il loro ristrutturarsi attraverso archi di spazio-tempo indefiniti" [Giddens 1994: 32]. Vi sono due meccanismi di disaggregazione che contribuiscono allo sviluppo delle istituzioni sociali moderne: la creazione di emblemi simbolici e i sistemi esperti. I primi sono quei mezzi che possono passare di mano senza bisogno di considerare le caratteristiche specifiche degli individui o comunque di chi li utilizza (ad es. la moneta e i sistemi di legittimazione politica), i secondi sono quei sistemi che comprendono le realizzazioni tecniche e le competenze professionali che organizzano gli ambienti in cui viviamo e con cui ci imbattiamo continuamente durante la nostra vita da quando stiamo in casa (possiamo ipotizzare che la casa non ci crolli in testa) a quando usciamo per la strada: la progettazione dei semafori, delle strade, delle automobili sono tutte pervase di saperi esperti nei confronti dei quali nutriamo fiducia.

La fiducia è alla base dei meccanismi di disaggregazione, la fiducia infatti è legata alla distanza nel tempo e nello spazio, non sarebbe necessaria se potessimo tenere tutto sotto controllo, quindi nelle situazioni di compresenza spazio-temporale.

Ciascuno dei due meccanismi separa il tempo dallo spazio, promuovendo la distanziamento spazio-temporale e separando le relazioni sociali dall'immediatezza del contesto. L'azione di disaggregazione procede fornendo garanzie di aspettative attraverso lo spazio-tempo distanziato.

La dimensione spaziale, anche in base a quanto già detto a proposito del declino dello stato-nazione, è percepita come sempre più aperta e affrontabile, ma non per tutti, e si viene a creare una discrasia tra chi ha la possibilità di sfruttare le opportunità di movimento e comunicazione veloce e chi invece questa opportunità non ce l'ha.

Per alcuni poi, l'apertura delle frontiere e la perdita di confini ben delimitati, con l'aumento dei movimenti migratori che ne consegue, può essere causa di paure nei confronti dell'altro, del diverso, che portano a fenomeni di chiusura e razzismo. È quanto avviene nei paesi più ricchi ed è un sentimento diffuso tra chi non appartiene alle élite e non si sente tutelato dalle istituzioni, dunque ha la sensazione di non tenere sotto controllo il luogo in cui trascorre la sua esistenza ed ha paura.

"In poche parole: piuttosto che rendere omogenea la condizione umana, l'annullamento tecnologico delle distanze spazio-temporali tende a polarizzarla. Emancipa alcuni dai vincoli territoriali e fa sì che certi fattori generino comunità extraterritoriali, mentre priva il territorio, in cui altri continuano ad essere relegati, del suo significato e della sua capacità di attribuire un'identità" [Bauman 1999: 22].

Mentre per una piccola parte della popolazione mondiale, le élites, l'annullamento delle distanze spazio-temporali garantisce una grandissima libertà di spostamento e azione, per altri significa la progressiva perdita di senso e di controllo della

località in cui risiedono e da cui forse non riusciranno mai a muoversi.

Anche per quanto riguarda i media si viene a creare una situazione di disuguaglianza di opportunità: “le strutture comunicative globali del mondo odierno sono, dopotutto, strutture centro-periferia, fortemente asimmetriche. L’Occidente, grazie al suo controllo sull’industria dell’intrattenimento, sull’informazione, sull’industria pubblicitaria e sui media attraverso i quali queste operano, influenza fortemente le culture delle altre parti del mondo” [Hannerz 1998: 41].

Non bisogna allora dimenticare che gli effetti della globalizzazione non sono uguali per tutti e non sono uguali dappertutto, dunque se il processo tocca tutto il mondo e i cambiamenti descritti finora interessano potenzialmente ogni luogo, c’è però chi domina e chi subisce un dominio, chi sceglie e chi deve sottostare alle scelte altrui. “Quella che per alcuni è una libera scelta, su altri discende come un destino crudele” [Bauman 1999: 79].

Anche i rischi e i problemi travalicano i confini e si diffondono a livello mondiale, mutando la percezione dell’ordine sociale: “Dal punto di vista *spaziale*, ci troviamo di fronte a rischi che non tengono in alcun conto le frontiere tra gli stati nazionali e altri tipi di confine: il mutamento climatico, l’inquinamento atmosferico e il buco dell’ozono riguardano tutti (anche se non nello stesso modo). Qualcosa di analogo è vero per la scomparsa dei confini *temporali*: il lungo periodo di latenza di problemi come, ad esempio, l’eliminazione delle scorie nucleari o il manifestarsi degli effetti degli alimenti geneticamente modificati sfugge alle normali routine della gestione dei rischi industriali” [Beck 2005: 35].

Mentre osserviamo gli effetti che la globalizzazione ha sui paesi occidentali o sui paesi ricchi dove accanto a nuove opportunità offre difficoltà e complessità, dobbiamo considerare che per gran parte della popolazione mondiale essa non offre alcuna occasione

di crescita o riscatto, ma distruzione e messa ai margini dell'economia mondiale.

"I movimenti globali delle risorse finanziarie sono forse altrettanto immateriali delle reti elettroniche che attraversano, ma le tracce che i loro viaggi lasciano nei luoghi sono drammaticamente tangibili e reali: `spopolamento qualitativo', distruzione di economie locali che in passato erano in grado di sostenere i propri abitanti, l'esclusione di milioni di persone, che diventano incapaci di farsi assorbire dalla nuova economia globale" [Bauman 1999: 84].

Crollo del potere dello stato nazione, circolazione più veloce di merci e persone, apertura dei mercati finanziari, diffusione in tutto il mondo di immagini provenienti da qualsiasi parte di esso attraverso i media, nuove possibilità di comunicare attraverso i nuovi mezzi in modo sempre più agevole, veloce ed efficace. Tutto ciò porta a mutamenti che si ripercuotono sulle persone e sulle loro condizioni di vita tanto oggettive, quanto soggettive. Riguardo alle prime, pensiamo, ad esempio, ai cambiamenti che avvengono nel mondo del lavoro con la flessibilizzazione dei contratti o lo spostamento di sedi delle imprese da un paese all'altro, alla ricerca di mano d'opera a basso costo, o alle mutate e già citate nuove possibilità di comunicazione e spostamento. Riguardo alle seconde, consideriamo la crescente incertezza causata dai repentini mutamenti in tutti i settori della società che portano gli individui a tempi e ritmi vitali sempre più veloci, a incontrare persone di paesi diversi, culture, mode, in cui riconoscersi e a cui aderire momentaneamente, sempre differenti e nuovi e a una svalutazione di tutto ciò che è fisso e immobile e, in quanto tale, di intralcio alla possibilità di cogliere tutte le opportunità che si presentano nell'arco delle vita o anche della giornata.

Considerate le dimensioni strutturali della globalizzazione, passerò dunque ad affrontarne gli effetti sugli individui e quindi

le dimensioni soggettive². Affrontiamo ora la globalizzazione da una prospettiva culturale, altrettanto importante quanto quelle politica ed economica.

² La distinzione tra dimensioni strutturali e soggettive è stata proposta anche da Giaccardi e Magatti [2001] e Cesareo [2000].

2. La globalizzazione culturale e il rapporto tra globale e locale.

Nel trattare ora della dimensione culturale della globalizzazione, all'interno della quale si inserisce anche l'oggetto della ricerca empirica, chiaramente mi trovo a fare un restringimento di campo rispetto all'argomento più vasto della globalizzazione e dei suoi portati. Sarebbe difficile fare altrimenti. Secondo Tomlinson: "La portata e la complessità della realtà empirica della connettività globale sono tali da sconfiggere i tentativi di abbracciarla nella sua interezza: possiamo afferrarla soltanto dividendola in segmenti. Questo significa che siamo destinati a perdere *parte* della complessità della globalizzazione in ogni possibile approccio ad essa, ma da ciò non consegue che un approccio a una sola dimensione – a uno soltanto dei segmenti in cui l'abbiamo divisa – debba essere necessariamente «unidimensionale». [...] [L'approccio corretto è] indagare una sola dimensione mantenendo la consapevolezza della pluridimensionalità" [2001: 30,31].

Per cominciare e fare chiarezza su cosa si vuole qui intendere per cultura, prendo a prestito la definizione che ne dà Hannerz: "studiare la cultura significa studiare le idee, le esperienze e i sentimenti, e insieme le forme esteriori che questi aspetti interiori assumono quando diventano pubblici, a portata dei sensi e dunque realmente sociali. Per cultura gli antropologi intendono

dunque i significati che le persone creano, e che a loro volta creano le persone come membri di società. La cultura è in questo senso collettiva" [1998: 5].

La dimensione culturale della globalizzazione che mi propongo di studiare ha allora a che fare con le pratiche attraverso cui gli esseri umani costruiscono significati e tentano di dare un senso alla vita. Rientrano in queste pratiche molte questioni con cui le persone hanno a che fare quotidianamente, senza bisogno che queste abbiano per forza un valore estetico o esistenziale riconosciuto come valore "di un certo tipo". Non si tratta dunque del concetto di cultura, come è stato inteso per tanto tempo e per certi versi si intende anche oggi, come cultura alta, elitaria, legata a certi ambienti, come cultura superiore.

Tomlinson spiega bene l'idea di cultura a cui intendo riferirmi : "Il Tao-te-ching, gli ultimi quartetti di Beethoven, il quadro di Picasso *Guernica* o le fotografie di Robert Mapplethorpe non hanno diritto alla qualifica di testi «culturali» più di quanto non l'abbiano *NYPD Blue*, un album delle Spice Girls, i servizi dei media sulla morte della principessa Diana, le fanzine destinate agli appassionati di calcio e l'ultima pubblicità dei Levi's. E ciò in virtù del fatto che sono tutti "testi" cui le persone attingono per dare senso alla propria esistenza" [2001: 33].

Considerando la letteratura sugli effetti culturali della globalizzazione, l'attenzione cade subito su due tendenze al riguardo: da un lato certi autori sottolineano l'omogeneizzazione causata dal dominio della cultura americana e occidentale, dall'altro alcuni insistono invece sulla differenziazione e sul mescolamento tra culture: sull'eterogeneizzazione.

2.1 Omogeneizzazione.

Gli autori che parlano di omogeneizzazione della cultura, come Ritzer, pongono l'attenzione sul fatto che la cultura americana e occidentale, dominante nei mercati e nell'economia mondiale, è stata in grado di imporsi e di imporre il proprio modello in tutto il mondo e ad aspetti diversi della vita, non solo a quello economico-produttivo. Ritzer parla a tale riguardo di mcDonaldizzazione del mondo, partendo dal nome del fast food più famoso e diffuso che ha saputo imporsi un po' dappertutto con una crescita esponenziale.

Il modello McDonald's si sarebbe imposto e sulla sua scia sono nati diversi tipi di fast food creati a sua immagine e somiglianza, tale modello sarebbe andato a condizionare anche altri aspetti della vita quotidiana: "la mcDonaldizzazione non riguarda soltanto il giro d'affari della ristorazione, ma anche la scuola, il mondo del lavoro, i viaggi, l'organizzazione del tempo libero, l'alimentazione, la politica, la famiglia: in pratica ogni settore della società. Si dimostra a tutti gli effetti un processo inesorabile dal momento che riesce a pervadere istituzioni e parti del mondo apparentemente inaccessibili." [Ritzer 1997:13].

Il successo di McDonald's è legato per Ritzer alla razionalizzazione che sta alla base del suo modello che offre efficienza, calcolabilità, prevedibilità e controllo, tuttavia "i sistemi razionali, inevitabilmente, generano aspetti irrazionali. L'altra faccia della mcDonaldizzazione sarà trattata in modo più sistematico sotto l'etichetta di *irrazionalità della razionalità*; che si può di fatto considerare, paradossalmente, la quinta dimensione della mcDonaldizzazione. L'idea di fondo in questa sede è che i sistemi razionali portino alla negazione della ragione umana, che siano spesso irragionevoli." [1997:30]

Questa irrazionalità dei sistemi razionali causa effetti negativi come le conseguenze nefaste sull'ambiente generate da un certo

modo di coltivare (ad esempio le patate) o dagli sprechi ed effetti negativi anche sulle persone come la disumanizzazione dell'ambiente di lavoro.

Riguardo all'omogeneizzazione Ritzer sostiene: "un ulteriore aspetto disumanizzante del ristorante fast food è il suo contributo alla omogeneizzazione del paese e, in misura sempre crescente, del mondo intero. La diversità, oggetto del desiderio di molti, viene ridotta o eliminata del tutto dai fast food. Un declino reso evidente dall'estensione del modello a ogni genere di cucina tipica e regionale. I clienti vengono stimolati fortemente verso un tipo di alimento veramente diverso in una catena di fast food etnico, ma i pasti che vi ritrovano sono stati razionalizzati e omologati al fine di renderli accettabili a tutti i palati. [...]L'espansione di queste catene da un capo all'altro dell'America significa che si possono trovare differenze di scarsa entità tra una regione e l'altra e tra una città e l'altra. [...]Paesi esotici corrono il rischio di essere invasi da catene di fast food americani o da loro varianti indigene. [...] Inoltre molti paesi stanno applicando il modello McDonald's alla loro cucina tradizionale." [1997: 225, 226].

Un altro autore, Barber, ci parla di omogeneizzazione e dei suoi pericoli e lo fa individuando come caratteristici dei nostri tempi due scenari opposti ma talora compresenti in varie parti del mondo: uno è quello che porta a richiudersi nella comunità, nella razza, "una Jihad in nome di un centinaio di fedi grettamente avverse a ogni tipo di interdipendenza, a ogni tipo di cooperazione sociale e reciprocità: contro le tecnologie, contro le culture pop, contro i mercati integrati, contro la modernità stessa, così come contro il futuro nel quale la modernità si realizza" [1998: 12].

L'altro scenario che l'autore presenta è quello del McMondo, dove in una visione di futuro eccessivamente rosea e in una fiducia eccessiva nella mano invisibile del mercato e dell'economia in espansione, vengono esaltati gli effetti positivi

della diffusione delle tecnologie che creano uniformità e “uniscono la gente in ogni luogo con musica veloce, computer veloci e fast food – MTV, Macintosh e McDonald’s- costringendo le nazioni in un unico parco tematico globale e omogeneo, un McMondo tenuto insieme da comunicazione, informazione, divertimento e commercio” [Barber 1998: 12].

Con il termine Jihad (guerra santa) l’autore non si riferisce solamente alla realtà islamica dove questo termine ha avuto origine e dove, in maniera molto evidente, si manifestano, da parte di gruppi fondamentalisti, reazioni violente di rifiuto a tutto ciò che il mondo occidentale rappresenta, ma a tutte quelle forme di chiusura nella comunità, nella religione, nel nazionalismo che in vari paesi, anche occidentali naturalmente, si verificano. Fenomeni di questo tipo si verificano ad esempio nella Catalogna, nella Svizzera tedesca, nel Québec e, mi verrebbe da aggiungere, nel nord dell’Italia con la Lega Nord. La Jihad, così come la intende Barber, è una chiusura nell’esaltazione di un passato dove vi erano ordine, certezze e appartenenze sicure, ma non un semplice ritorno a tempi premoderni perché essa è “una risposta dialettica alla modernità, le cui caratteristiche riflettono e rinforzano i vizi e le virtù del mondo moderno: Jihad *via* McMondo piuttosto che Jihad *contro* McMondo. Le Forze della Jihad non sono solo ricordate e recuperate dai nemici del McMondo, ma immaginate ed escogitate dai suoi sostenitori e fautori.” [Barber 1998: 143].

Il rifiuto della modernità e del McMondo si traduce in forme di nazionalismo antistataliste e antidemocratiche, quando invece il nazionalismo degli albori che portò alla nascita degli stati-nazione aveva tendenze di integrazione e inclusive, piuttosto che di identità di gruppo fondata sull’esclusione dell’altro.

Per quanto riguarda il McMondo, Barber presenta uno scenario dove il commercio domina tutto e l’individuo, divenuto consumatore, è sottoposto a un bombardamento di immagini, prodotti, tecnologie prevalentemente americane, quindi beve

coca-cola, veste Nike, guarda MTV e parla inglese. Il dominio si realizza in particolare sull'informazione e sull'intrattenimento, quindi cinema ma soprattutto televisione ed anche televisione satellitare, il mondo dell'informazione è dominato da pochi colossi che sono in grado di spartirsi il mercato e di diffondere i propri prodotti in tutto il mondo.

Tutto nel McMondo sembra essere sottomesso alle esigenze del mercato, che punta a fare aumentare sempre di più i consumi e a fare consumare sempre più in fretta.

Il rischio di entrambe le tendenze, Jihad e McMondo è la perdita della democrazia e Barber si chiede: "in un mondo dove lo stato-nazione e le sue istituzioni democratiche vengono spezzati e indeboliti dalle forze di separazione della Jihad e nello stesso momento sono rese antiquate e superflue dalle forze integranti del McMondo, come può sopravvivere la democrazia? Dove sono le vie, sulle tanto decantate autostrade informatiche, che porteranno alla giustizia o i canali che trasporteranno la *vox populi*? Ora che hanno smantellato gli imperi dei despoti e le ideologie politiche stataliste, inclusa la democrazia, come potranno le comunità difendere il loro bene comune contro l'impero del profitto e del monopolio culturale?" [1998: 136].

Ritengo che l'omogeneizzazione sia uno degli effetti sulla cultura della globalizzazione e che gli effetti negativi di essa, che Ritzer e Barber sottolineano, siano reali, tuttavia non penso che sia l'unico effetto ma che la situazione sia più complessa e accanto alle spinte omogeneizzanti siano presenti anche spinte che portano a mescolamenti e a riadattamenti, nelle culture non nordamericane e non occidentali, degli oggetti e dei modelli che provengono dall'occidente. Anche nell'occidente poi vi è un'introduzione, ancora una volta riadattata, di elementi culturali provenienti dall'oriente e dal sud del mondo.

Dunque, se è vero che a livello economico e produttivo i paesi occidentali sono potenti e dominanti e spesso prepotenti rispetto alle altre parti del mondo, si creano a livello culturale spinte

diverse, talora provenienti anche da zone non ricche o periferiche, prodotte spesso dalle migrazioni, che portano a mescolamenti e riadattamenti continui nella cultura, i cui effetti sono visibili anche nelle nostre città occidentali.

La situazione è a mio avviso allora più complessa di quanto non sarebbe se vi fosse solo omogeneizzazione: accanto al McDonald's, nelle città europee, puoi trovare il chiosco col Kebab, che è vero che a volte si chiama McKebab, ma offre un cibo che era del tutto estraneo alla cultura europea e occidentale, poi ci sono i ristoranti giapponesi dove si mangia solo con le bacchette e le posate le devi chiedere, i negozi di artigianato africano, le bancarelle con l'incenso dell'oriente, eccetera, il tutto mescolato in modo vario alla nostra cultura, dove, per lo meno in Italia, anche le differenze regionali si fanno ancora molto sentire.

2.2 Differenziazione e creolizzazione.

L'antropologo Hannerz è uno degli autori che non ritengono sia in corso una omogeneizzazione della cultura e preferiscono sottolineare le modalità di differenziazione culturale. Egli riconosce che il tipo di società che è stato considerato per decenni tipico del Nord America e dell'Europa si è diffuso globalmente: "sempre più, nel ventesimo secolo, il flusso di significato si è incanalato in uno scenario tipico. Si tratta di una società con una spinta divisione del lavoro, che è allo stesso tempo una divisione del sapere [...]. È una società dove lo stato costituisce una cornice per la vita sociale e il flusso di significato, e dove anche la cultura è in parte mercificata, organizzata dal mercato". [Hannerz 1998: 7,8].

Questo ha cambiato anche il punto di vista degli antropologi occidentali che si sono concentrati per molto tempo su culture

altre, molto distanti da quella della propria origine, ora queste culture non sono più così fortemente diverse.

“Le società con cui gli antropologi hanno avuto particolarmente a che fare, in quello che abbiamo chiamato per alcuni decenni il Terzo Mondo, sono anche divenute – in gran parte a causa della loro inclusione in un sistema mondiale – approssimazioni più o meno vicine al tipo di società descritto.³” [Hannerz 1998: 8]. Però, precisa l'autore, “il fatto che questo tipo di società sia diventato così diffuso non significa necessariamente che esista una omogeneizzazione globale della cultura” [Hannerz 1998: 9]. Secondo Hannerz allora, se le strutture delle società diventano sempre più simili tra di loro e simili al modello occidentale, tuttavia “ciò non significa che le idee nelle loro sfumature e le forme simboliche, ossia il «contenuto culturale», che si sviluppano debbano essere le stesse” [1998: 9]. Le culture con cui oggi abbiamo a che fare sono, per l'antropologo, “culture contemporanee complesse”, dove “il termine «complesso» può sembrare solo un sinonimo di «disordinato», ma una delle sue virtù in questo contesto è proprio la sua sobria insistenza sul fatto che dovremmo pensare due volte prima di accettare ogni semplice caratterizzazione delle culture in questione sulle basi di una qualche singola essenza” [Hannerz 1998: 10].

Nella nostra società l'informazione, come si è già detto, ha acquisito un'importanza decisiva, la comunicazione si muove irradiandosi soprattutto da occidente verso il resto del mondo, tramite strutture centro-periferia. L'aumento dell'informazione determina che non tutta l'informazione può essere recepita da tutti, si viene quindi a determinare un aumento della conoscenza, la quale però si distribuisce in maniera diseguale: accanto a un aumento quantitativo dell'informazione vi è una crescita dell'ignoranza relativa. Dunque, secondo Hannerz, la società dell'informazione non coincide esattamente con la cultura

³ La società occidentale.

contemporanea ma ne è una variante ed è in particolare un'idea occidentalista, che non si adatta a paesi come quelli del Terzo Mondo.

L'antropologo concepisce la cultura come organizzazione della diversità e non si trova d'accordo con certe rappresentazioni delle teorie postmoderne: "quando sento dire, per esempio, che le identità diventano soltanto assemblaggi di qualsiasi immagine venga in quel momento sponsorizzata dai media, io mi chiedo chi conoscano coloro che parlano del postmoderno; per quel che mi riguarda, non conosco nessuno per il quale ciò sia vero" [Hannerz 1998: 48].

Hannerz vuole sottolineare che se esistono delle asimmetrie tra le diverse parti del mondo che si concretizzano in rapporti centro-periferia, con il dominio dei paesi occidentali (centro) sul resto del mondo (periferia) queste riguardano soprattutto le sfere economica, politica e militare, mentre a livello culturale non si può dare per scontato che si verifichi lo stesso rapporto.

"In termini economici e militari, per buona parte del ventesimo secolo il mondo ha conosciuto due superpotenze, e la libertà di movimento esercitata da altri paesi, grande o piccola che fosse, tendeva in definitiva a essere limitata da questo stato di cose. In termini economici, si può dire che in linea di massima gli Stati Uniti siano stati in posizione dominante raggruppando intorno a sé una quantità di potenze minori, a seconda dei casi in ascesa o in declino. In termini culturali possiamo riconoscere altre potenze al di fuori di queste?" [Hannerz 1998: 284]. Secondo l'autore i centri culturali del mondo non sono per forza identificabili con i centri politici ed economici, allora i rapporti centro-periferia, in termini culturali, non riflettono semplicemente la potenza politica ed economica.

Le influenze a livello culturale di alcuni paesi nei confronti di altri possono essere causate da motivazioni diverse. Ad esempio, molti paesi ex colonialisti, come la Gran Bretagna e la Francia, esercitano ancora un'influenza sui vecchi domini, in questo caso

l'influenza culturale si verifica a distanza e in ritardo rispetto al rapporto centro-periferia che si era instaurato a livello politico ed economico e la lingua contribuisce a mantenere l'influenza culturale. Paesi diversi, poi, concepiscono in modo differente la propria cultura e il modo in cui può essere esportata: se gli americani tendenzialmente ritengono di inventare una cultura che va bene per chiunque, i francesi hanno un atteggiamento di cultura come dono da offrire al mondo e i giapponesi trovano molto strano il fatto che si possa "diventare giapponesi" non avendo origini nipponiche.

Ancora, i paesi che esercitano un'influenza non lo fanno a tutti i livelli, quindi magari vengono colti e riprodotti alcuni tratti della loro cultura e tralasciati altri. Il trasferimento di forme culturali e di conoscenze, poi, non è concesso in maniera ugualmente libera in tutti i paesi e interessi economici e politici possono impedire che questo avvenga. La struttura centro-periferia inoltre, non vede a livello culturale sempre l'occidente nei panni del centro, ma talora il centro può essere rappresentato da un paese non occidentale che trasmette forme culturali ad altri paesi con cui condivide, ad esempio, lingua e tradizioni culturali. L'autore fa a questo riguardo l'esempio del Messico nell'America Latina e dell'Egitto nel mondo arabo.

Ma i flussi culturali possono anche muoversi sulla traiettoria periferia-centro, Hannerz fa l'esempio della musica reggae e dei romanzi latino-americani, anche se, deve purtroppo osservare l'autore, l'asimmetria dei rapporti è la norma, per cui gli scambi non avvengono in modo equilibrato.

A volte poi dalla periferia vengono esportati verso il centro oggetti materiali con valore artistico o rituale che mentre vanno ad arricchire i musei del centro, impoveriscono le culture della periferia.

Tutto questo sottolinea come "il processo culturale mondiale sembra dunque presentare un'organizzazione della diversità molto più complessa di quanto non sia possibile rappresentarla

immaginando una struttura centro-periferia con pochi centri che concentrano tutte le funzioni. Se poi si tentasse di arrivare a una sorta di diagramma del flusso culturale globale, un'altra questione sarebbe naturalmente quella della capacità di risposta delle periferie, ciò che in buona parte ha a che fare con l'influenza del Terzo Mondo sull'occidente" [Hannerz 1998: 287]. Per l'antropologo è sbagliato ritenere che si vada verso una omogeneizzazione culturale, dove la periferia assorbe sempre di più forme e significati provenienti dal centro divenendo progressivamente indistinguibile da esso. Se è vero che i paesi più poveri spesso hanno poche possibilità di mantenere un apparato culturale proprio e valorizzare le proprie peculiarità, non si può escludere che, anche proprio per mancanza di risorse economiche, vi possa essere un ripiego e una riscoperta dei propri prodotti locali, anche ad opera di imprenditori del Terzo Mondo che, proprio perché fanno parte di quella realtà, conoscono bene i gusti e le necessità del loro popolo. Non bisogna escludere una naturale salvaguardia della propria cultura originaria.

"La cornice della forma di vita, come ho detto altrove, presenta una ridondanza sua propria, formatasi a poco a poco attraverso la ripetizione delle attività quotidiane, che è altrettanto – o forse più - forte di quanto possa mai diventare la ridondanza creata dalla cornice del mercato, e che è fatta di rapporti interpersonali, delle risultanti immagini di sé e degli altri, di un uso caratteristico delle modalità simboliche. Possiamo sospettare che ci sia qui un nucleo irraggiungibile per la cornice del mercato, anche a lungo termine: un nucleo di cultura non facilmente mercificabile e al quale le merci offerte dal mercato non corrispondono molto" [Hannerz 1998: 308].

Hannerz giunge a descrivere la cultura del mondo odierno con la metafora della creolizzazione: come le lingue creole, le culture creole hanno una origine mista e rappresentano il convergere di correnti di origine storicamente diversa che interagiscono in un

rapporto centro-periferia. Nelle culture creole vi sono forme diverse che interagiscono e le differenti strutture che hanno contribuito a costruirle sono visibili e differenziate. In maniera creativa spinte provenienti dal centro e dalla periferia si mescolano dando origine a nuove combinazioni.

“L’uso casalingo di modalità simboliche può essere rinnovato e ampliato attraverso l’influsso di nuove tecnologie culturali; in una società dove entrano nuove competenze specialistiche, il concetto di profano deve essere costruito a partire dalle fonti disponibili del senso comune; i significati affermatasi nel passato cambiano a mano a mano che vengono inseriti in nuovi schemi di classificazione venuti da lontano.[...] La creolizzazione consente anche alla periferia di ribattere sempre di più: via via che si crea una maggiore affinità tra culture del centro e della periferia, e che questa viene a usare sempre più le stesse forme organizzative e la stessa tecnologia, anche alcune delle sue nuove merci culturali diventano sempre più attraenti sul mercato globale” [Hannerz 1998: 344].

Così la cultura dei nostri giorni, la cultura complessa, viene vista come non uniforme e non delimitata ma come un intersecarsi di forme e prospettive sempre diverse, in un processo di scambio che non si esaurisce mai e i cui esiti non sono prevedibili.

“Il pensiero creolizzante è aperto; le tendenze verso la maturazione e la saturazione vi operano fianco a fianco, o vi si intrecciano. Potrà in futuro esservi un tempo di decreolizzazione, lo Standard metropolitano potrà diventare dominante; ma potrebbe anche stabilizzarsi una cultura creola, oppure l’interazione tra centro e periferia potrebbe durare all’infinito, senza mai fissarsi in una forma definita proprio a causa dell’apertura dell’insieme generale” [Hannerz 1998: 345].

Le etnologhe Breidenbach e Zukrigl sono anch’esse convinte che la globalizzazione abbia portato a mescolamenti e alla convivenza di differenti modelli culturali, piuttosto che alla omogeneizzazione con l’imporsi del solo modello occidentale.

Sottolineano come la dimensione culturale della globalizzazione venga spesso tralasciata dai critici del globalismo ⁴ : “Con l’analisi culturale si può scalzare la pretesa di verità di modelli e teorie astratti che l’ideologia del globalismo rappresenta. La prospettiva culturale (cioè in questo caso semplicemente l’inclusione di persone e pratiche quotidiane reali) mette efficacemente in evidenza le tensioni, contraddizioni e ambivalenze della globalizzazione. Finora però i critici del globalismo hanno operato con la stessa immagine dell’uomo a una dimensione dei rappresentanti dell’economia politica” [Breidenbach e Zukrigl 2000: 13]. Dunque spesso, dagli studiosi della globalizzazione, non viene data importanza alle differenze culturali, alle mode e alle immagini del mondo delle persone, quindi alla dimensione espressivo-simbolica delle vita umana. Secondo le autrici oggi, da più parti, le diversità culturali vengono viste semplicemente come problemi e la frammentazione etnica come minaccia per il mondo. Questa visione, a loro parere, non affronterebbe in modo corretto e non darebbe la giusta considerazione alle mescolanze e alle influenze multiculturali che entrano a fare parte delle nostra vita odierna. “Il lavoratore straniero turco, dopo avere vissuto vent’anni a Wolfsburg, conserva ancora gli stessi valori del suo passato in Anatolia? Quanto tedesco è un tedesco che vive a Bangkok e lavora per una ditta americana? Ma anche: quali concordanze esistono tra la Germania degli anni settanta e quella degli anni novanta? Oggi noi pratichiamo il Tai Chi, ci dilettiamo di cucina messicana, balliamo il tango argentino, seguiamo l’indice Nikkei e navighiamo su Internet. Le influenze multiculturali sono diventate parte integrante delle nostra vita quotidiana” [Braidembach e Zukrigl 2000: 20].

⁴ Termine inteso come lo intende Beck, quindi come dottrina del neoliberismo interessato solo alla crescita incontrastata del mercato e dei profitti per chi domina in esso.

A loro parere, vedere le differenti culture come unità chiuse e delimitate, come tessere di un mosaico culturale che comporrrebbe il mondo, è pericoloso, in quanto porta a riconoscere il singolo come semplice prodotto di una data cultura e non come entità più complessa e inoltre non dà conto delle mescolanze e delle interconnessioni che rappresentano il mondo attuale. "Non solo l'immagine [...] del mosaico culturale risulta inadeguata, ma anche la rappresentazione secondo cui la diversità contemporanea del mondo sarebbe nata da evoluzioni storiche isolate e le singole culture sarebbero unità statiche, chiuse in sé, è estremamente discutibile da un punto di vista storico.[...] Un'analisi della dimensione culturale della globalizzazione non deve soltanto partire da una immagine dinamica della società, ma anche basarsi su una comprensione olistica della cultura. La cultura intesa come aspetto espressivo-simbolico del comportamento umano, non è ancorata soltanto a valori, idee, immagini del mondo e significati culturali soggettivi, ma è anche parte di un comportamento oggettivo osservabile, della lingua, delle forme economiche e sociali. La cultura è inseparabilmente legata alla vita sociale" [Breidenbach e Zukrigl 2000: 22].

Con la globalizzazione aumentano i contatti tra persone e società, questo porta ad aumento delle forme di vita, dei valori e delle immagini del mondo con cui gli individui possono venire a contatto. Aumentano le differenziazioni, viste dalle autrici come opportunità e non come semplice reazione o chiusura al mondo esterno, e le influenze estranee vengono rielaborate, accolte o respinte dalle società. L'Occidente, che è il motore dell'interconnessione mondiale da vari secoli, influenza le società non occidentali ma a sua volta subisce influenze su vari aspetti culturali. Esistono però forme di egemonia e rapporti di forza ineguali dove non tutti vengono ascoltati allo stesso modo e non tutte le diversità ugualmente rispettate. L'occidente è dominante nei rapporti di potere internazionali.

La molteplicità delle forme culturali e delle diversità si rapporta, e qui sta una grossa novità introdotta dalla globalizzazione, a un sistema di riferimento globale. Questo genera la cultura globale che, secondo una visione particolarmente ottimista delle autrici, con progetti e standard universali, offrirebbe la possibilità del riconoscimento reciproco e della differenziazione culturale, creando rapporti tra le persone più diverse. Progetti e standard comuni non porterebbero ad una omogeneizzazione, ma permetterebbero di esibire le diversità in modi simili. La cultura globale ha come costante quella di essere continuamente in mutamento.

Le autrici sono critiche verso le teorie di autori come Ritzer e Barber che presentano uno scenario di omogeneizzazione globale, dove alla diffusione mondiale di certe merci seguirebbe la distruzione delle peculiarità delle culture dei paesi non occidentali e successivamente un appiattimento generale sulla cultura occidentale e in particolare americana, oppure una reazione, come quella dei fondamentalismi, di sola chiusura, rifiuto e ripiego sulla tradizione.

Secondo Breidenbach e Zukrigl, se è vero che certi prodotti americani e occidentali si sono diffusi in tutto il mondo, tuttavia non si può ritenere che lo stesso oggetto venga interpretato alla stessa maniera in differenti paesi. "E' vero che sono nati determinati mercati globali per prodotti griffati, cosicché certi strati sociali, a Giacarta come a New York o a Varsavia, possano portare borse Louis Vitton e T-*shirts* Esprit. Ma se si eccettua un piccolo numero di marche veramente globali, che spesso derivano la propria importanza dal far riferimento al globale (Coca-Cola celebra l'unità del mondo, Benetton fa pubblicità con United Colours of the World), la maggior parte dei prodotti ha un orientamento nazionale o regionale e non internazionale" [Breidenbach e Zukrigl 2000: 39].

Le autrici portano l'esempio delle pubblicità di stesse merci in paesi diversi, dove uno stesso prodotto non può essere promosso

efficacemente senza tenere in conto i gusti, i valori e le strutture culturali e sociali, pena l'insuccesso nelle vendite dello stesso.

I prodotti poi vengono reinterpretati all'interno delle diverse culture, talvolta assumendo un significato del tutto diverso da quello originario, ne è un esempio la coca-cola che viene addirittura usata ad Haiti in cerimonie vudù per riportare in vita i morti, in Messico dagli anziani *tzotzil*, in cerimonie per entrare in comunicazione con Dio e in Giappone dove sacerdoti delle isole Ryukyu inseriscono nei loro riti bottiglie vuote di Coca-cola in quanto la forma ricorda il corpo di una donna gravida, simbolo di fertilità.

Lo stesso discorso vale per altri prodotti come quelli di McDonald's o per festività occidentali, come quella del Natale, che è stata integrata in altre culture con valori e significati del tutto diversi dal Natale cristiano.

Ugualmente, per le etnologhe, nel caso dei consumi televisivi non ci sarebbe omogeneizzazione ma "il mito secondo il quale i gusti degli spettatori vengono lentamente ma sicuramente uniformati in tutto il mondo, è confutato anche dal fatto che la maggior parte dei programmi televisivi che sono in cima alla scala del gradimento, sono produzioni nazionali" [Braidenbach e Zukrigl 2000: 58]. Inoltre anche nel caso di fortunate serie televisive, le autrici citano lo storico *Dallas*, che sono state vendute in tutto il mondo e hanno avuto alti indici di ascolto, non si è mai prestata troppa attenzione a come gli spettatori di paesi diversi le interpretassero e le considerassero: vari studi citati dalle nostre mostrano interpretazioni molto variabili da cultura a cultura.

Gli accresciuti contatti che possono avere le persone al giorno d'oggi portano novità nella cultura, "elementi delle diverse culture entrano in insolite combinazioni gli uni con gli altri; sorgono nuove forme di vita. Questo *mélange* culturale si può osservare negli individui, ma è anche un fenomeno sociale che si presenta sempre più spesso. Una identità improntata a influenze

culturali eterogenee è considerata ancora oggi come un fenomeno singolo. Così come non percepiamo senz'altro uno Hata Yogi francese come tipico francese. Se questi poi parla russo come prima lingua e porta riccioli rasta, per molti è chiaro che si tratta di uno «spostato», di un individualista estraniato dalla sua società. Ma il mondo appare sempre più popolato da persone simili" [Breidenbach e Zukrigl 2000: 71].

Dunque la nostra società si popola degli intrecci culturali più vari e ogni singolo individuo, perduta la certezza delle strutture tradizionali, ha la possibilità ma anche la necessità di definire la propria identità facendo riferimento ad elementi che hanno diversa origine. "La biografia normale diventa biografia elettiva. Il futuro non deriva più soltanto dalla origine. Diversamente che in passato, le tradizioni devono essere scelte e reinventate. L'identità, per come la vivono in particolare le persone delle grandi città, non è più garantita dalla tradizione e dipendente da origine, lingua, religione o caratteristiche fenomenologiche, criteri con i quali veniva tradizionalmente determinata una «identità etnica». Nella misura in cui questi criteri diventano irrilevanti nella vita della grande città o scompaiono del tutto, le persone si servono di altri fattori, che però adempiono le stesse funzioni" [Breidenbach e Zukrigl 2000: 72].

Il rapporto tra globale e locale, tra omogeneizzazione e differenziazione, tra tradizionale e importato, è allora un rapporto complesso che non esclude la convivenza di elementi che sembrano opposti e il mescolamento di elementi diversi in nuovi modi rispetto al passato. "Sia nel sistema degli Stati nazionali sia in quello delle culture, omogeneizzazione e differenziazione procedono insieme e si condizionano reciprocamente. Il mondo diventa da un lato sempre più simile, dall'altro sempre più diverso. È vero che questo fenomeno si accenna nel discorso sulla globalizzazione, ma le relazioni tra i due processi non sono descritte e analizzate in modo convincente. La descrizione e interpretazione delle relazioni

transnazionali segue immutata le opposizioni correnti di globale/locale, indigeno/importato, autentico/superficiale. Tuttavia [...] il locale non deve rappresentare un contrasto con il globale. Il locale non è solo parte costitutiva del globale, ma spesso nasce solo in esso. Sempre più si formano strutture globali che incrementano le diversità. Ma i singoli gruppi diventano diversi in modo molto simile, poiché le dimensioni lungo le quali variano sono più limitate e perciò reciprocamente più comprensibili" [Breidenbach e Zukrigl 2000: 81].

Secondo Tomlinson conseguenza della globalizzazione è la necessità di vedere il mondo nella sua dimensione di unicità, idea suggerita dall'approccio di Robertson. Unicità che non significa che si vada verso un processo inevitabile di omogeneizzazione, ma che la connettività complessa che si viene a instaurare tra le diverse parti del mondo, implica, da una parte, il fatto che il globale vada ad agire sul locale modificandolo, ma anche che ciò che avviene nel locale si possa ripercuotere a livello globale.

Per l'autore è vero che il sistema economico capitalista ha "organizzato e strutturato gran parte della vita culturale moderna in base a parametri commerciali molto ristretti. Indubbiamente l'esperienza della mercificazione dell'esperienza culturale riveste un'importanza decisiva nelle società moderne" [Tomlinson 2001: 103]. Tuttavia ciò non basta per sostenere che stia emergendo un'unica cultura globale omogeneizzata, infatti, certamente assistiamo a una convergenza e a una standardizzazione dei beni culturali a livello globale, con marchi che sono diventati icone globali della cultura di massa, ma questo significa che ci sono alcune imprese, per lo più americane, che dominano i mercati del mondo e la presenza globale di un certo prodotto non vuole dire per forza che si stia convergendo verso una stessa cultura. "Se partiamo dal presupposto che la presenza globale di questi beni sia *in sé* il segno di una convergenza verso una monocultura capitalistica, stiamo probabilmente utilizzando un concetto piuttosto

impoverito di cultura, che riduce la cultura ai suoi beni materiali. [...] La cultura dovrebbe (almeno) essere vista come simbolizzazione ed esperienza significativa dell'esistenza. In questa prospettiva, l'argomento della convergenza culturale globale deve contenere l'idea che la nostra (cioè di ciascuno) interazione con questi beni influisca profondamente sul modo in cui costruiamo i nostri «mondi fenomenici» e diamo senso alla nostra vita" [Tomlinson 2001:104].

La mercificazione è ormai parte integrante della vita odierna e sicuramente condiziona l'esperienza culturale delle persone, tuttavia non bisogna esagerarne le conseguenze e ignorare i vari aspetti delle pratiche culturali legate alle relazioni personali, all'appartenenza religiosa o politica, all'orientamento sessuale, al senso dell'identità nazionale o etnica, che non sono stati contaminati da una logica di mercificazione [Tomlinson 2001: 109].

Dubbi sono espressi dal sociologo anche a proposito della tesi dell'occidentalizzazione del mondo, espressa ad esempio da Latouche [1992]. Attualmente gli stati occidentali esercitano un dominio politico ed economico considerevole sul mondo ma niente può far pensare senza dubbi che sarà così per sempre. Inoltre l'esperienza culturale occidentale, parallela al dominio politico ed economico, non è percepita dagli occidentali stessi con la convinzione di un'esperienza superiore con una precisa missione, ma prevalgono la percezione dell'incertezza sui valori un tempo considerati indiscutibili e della varietà di stili di vita, credenze, abitudini. Sostiene l'autore: "ho l'impressione che il livello di corrispondenza tra l'interazione routinaria delle persone con «l'industria culturale» globale contemporanea e la loro consapevolezza della loro identità culturale specificamente occidentale sia molto basso, e che tale identità non costituisca motivo di orgoglio, né sia avvertita come proprio possesso esclusivo. Mi sembra più probabile che cose quali i locali di McDonald's o i cinema multisala che proiettano i film d'azione

hollywoodiani siano percepiti come semplicemente «li», nel nostro ambiente culturale: cose che usiamo, che ci sono divenute familiari e ci possono anche fare sentire bene, ma che non sono «nostre», né in senso letterale, né culturale” [Tomlinson 2001: 116].

Inoltre non si può ritenere che i modelli dell’occidente importati nei paesi non occidentali vengano accettati in tutto e per tutto, senza alcuna interpretazione e modifica. Pensiamo, ad esempio, a come vengano ampiamente accettati la cultura economica, scientifica ed economica dell’occidente mentre ne vengono rifiutati altri aspetti quali la diffusa prospettiva laica o i modelli dei rapporti di coppia e familiari, ecc. Tutto questo “non significa che la globalizzazione avanzi in modo indolore, mostrandosi sensibile al mantenimento delle differenze culturali e del tutto immune da pretese di dominio. Ovviamente le cose non stanno così. La globalizzazione è un processo ineguale in cui si contano, per così dire, vincitori e vinti. Ma il punto è che la complessità di questo processo è di gran lunga superiore a quella che può essere colta nelle tortuose avanzate dell’Occidente” [Tomlinson 2001: 119].

La situazione attuale del mondo porta comunque, in generale, a uno sguardo piuttosto scettico verso l’idea che stia emergendo una cultura globale, qualunque essa possa essere. La percezione dei più, non solo di chi studia i fenomeni globalizzanti ma anche di chi, da comune cittadino, li vive, è quella della complessità della situazione a cui cerca di sopravvivere elaborando una propria risposta. “Dunque, la complessità dell’esperienza culturale tardomoderna – localizzata e distanziata, immediata e mediata – e le incertezze relative all’identità e ai valori che essa produce costituiscono una possibile spiegazione delle opposte tendenze verso l’unicità e la frammentazione” [Tomlinson 2001: 122].

Tomlinson, volendo riassumere e rendere conto di un aspetto e di un presupposto fondamentale della cultura globalizzata,

ovvero del "fatto che la globalizzazione trasforma sostanzialmente la relazione tra i *luoghi* che abitiamo e le nostre pratiche, esperienze e identità culturali" [2001: 129], introduce il concetto di *deterritorializzazione*, concetto peraltro già usato da numerosi autori (ad es. Appadurai, Garcia Canclini, Featherstone, Latouche, solo per citarne alcuni) e che troviamo anche in Giddens come *dis-locazione*. Con deterritorializzazione si intende il mutato rapporto tra cultura e territorio, il cambiamento dell'esperienza ordinaria del territorio in cui viviamo, in seguito ai processi di globalizzazione. Si tratta di una condizione complessa.

"E' un'esperienza fondamentale in relazione al modo in cui viviamo la nostra vita quotidiana nelle società moderne: tocca quasi tutti gli aspetti delle nostre pratiche ordinarie, è stata «naturalizzata» ed è data per scontata nel flusso routinario dell'esperienza. Eppure si tratta di una condizione culturale complessa e ambivalente" [Tomlinson 2001: 131].

La deterritorializzazione avviene sia attraverso l'inserimento nei luoghi di oggetti, elementi, che prima non c'erano e attraverso i consumi di cibi, abbigliamento, intrattenimento, ecc., provenienti da altre parti del mondo, ma anche tramite i media che introducono immagini e notizie provenienti da tutto il mondo e che sono strumenti attraverso cui si può anche entrare in relazione con altre realtà e persone molto distanti.

"Credo si possa affermare a ragion veduta che nelle società industriali «sviluppate» della svolta del secolo, come la Gran Bretagna, si stia sperimentando una forma diversa di deterritorializzazione culturale, estesa a tutta una serie di attività quotidiane. Sebbene, come abbiamo visto, essa presenti aspetti differenti, una caratteristica distintiva fondamentale della deterritorializzazione è l'indebolimento o il dissolvimento della connessione tra cultura della vita quotidiana e luogo geografico. Ma questo fatto non è invariabilmente vissuto come perdita o estraniamento culturale, bensì come ambigua e complessa

mescolanza: di familiarità e differenza, di ampliamento dell'orizzonte culturale e senso acuito di vulnerabilità, di accesso al mondo «là fuori» accompagnato dall'invasione dei nostri mondo privati, di nuove opportunità e nuovi rischi" [Tomlinson 2001: 152,153].

2.3 Il mondo dei consumi.

Nella nostra società è centrale la dimensione del consumo. È stato sottolineato da vari autori come ciascuno di noi nella propria vita possa ricoprire vari ruoli, ma tutti ricoprono quello di consumatore. Così Bauman: "la società postmoderna coinvolge i suoi membri principalmente nella loro capacità di consumatori anziché di produttori" [2002: 79] e Beck: "la società dei consumi è la società mondiale di fatto esistente" [2005: 58].

Secondo Featherstone: "l'accezione di società di consumo ha segnato un cambiamento nel considerare il consumo non più come un mero riflesso della produzione, bensì a concepirlo come centrale rispetto alla riproduzione sociale. L'accezione culturale del consumo indica non solo l'aumento della produzione e l'importanza di beni culturali come merci, ma anche il modo in cui la maggior parte delle attività culturali e delle pratiche significanti vengono mediate attraverso il consumo, che a sua volta implica consumo di segni e di immagini" [1998: 105].

Sostiene Appadurai : "Non è solo che il consumo svolge ora il ruolo centrale in quelle società dove un tempo questo ruolo era svolto dalla produzione, come ha sostenuto Baudrillard (1979) ma, più precisamente, il consumo è diventato il processo di civilizzazione della società postindustriale (Elias, 1982)" [2001: 112].

L'importanza del consumo nella società attuale segna una differenza rispetto alla prima fase della modernità dove l'individuo era soprattutto produttore anche se il consumo

esisteva certamente già in precedenza. “Naturalmente, vivere nella nostra società e avere vissuto in quella immediatamente precedente non comporta un salto tanto radicale da dovere abbandonare del tutto un ruolo per assumerne un altro. In nessuno dei due stadi, la società moderna può rinunciare a che i suoi membri producano le cose da consumare - e che, naturalmente, i componenti di entrambi i tipi di società hanno consumato e consumano -. La differenza tra i due stadi della modernità è «solo» una differenza di enfasi e di priorità; eppure il mutamento nell'enfasi determina una enorme differenza pratica, per ogni aspetto della società, della cultura e della vita individuale”. [Bauman 1999: 90].

Dunque nella nostra società tale enfasi è posta sui consumi.

Sottolinea Paltrinieri: “viviamo in una società dove non tutti sono cittadini, ma tutti sono consumatori (basti pensare agli immigrati), segno di come il consumo rappresenti oggi un'area esperienziale centrale per l'inclusione-appartenenza ad una data società e/o cultura” [2004: 33].

2.3.1 Il linguaggio del consumo.

Si è trattato nei precedenti paragrafi della globalizzazione culturale e delle due principali tendenze interpretative che ne sottolineano gli effetti di omogeneizzazione o di differenziazione (o, meglio, eterogeneizzazione).

I consumi, come qui si vogliono intendere, fanno parte della dimensione culturale della globalizzazione.

Qui e nella parte empirica della tesi il consumo verrà interpretato come linguaggio, come modalità attraverso la quale gli individui comunicano e gestiscono i significati del mondo che li circonda. “L'interpretazione del consumo come linguaggio, pur non misconoscendo il fatto che, dal lato della produzione, siano in atto processi di alienazione e mistificazione, considera prioritario il principio che attraverso il consumo passi inevitabilmente il

rapporto degli individui con gli oggetti nella società industriale” [Paltrinieri 2004: 111]. Siamo nell’ambito della cultura come è stata precedentemente definita, ossia come l’insieme delle pratiche attraverso cui gli individui danno significato al proprio contesto di vita.

“All’interno del linguaggio del consumo si oggettivano – nel vero senso della parola, dato che si parla di cultura materiale – entità, concetti astratti e categorie di pensiero che costituiscono l’orizzonte possibile definito del nostro linguaggio di consumo” [Paltrinieri 2004: 112]. Analizzando il consumo come un linguaggio possiamo, analogamente al linguaggio verbale, considerarlo un ambito socializzante, ossia che a partire dall’infanzia insegna agli appartenenti a una determinata società gli usi e le consuetudini della propria famiglia, del proprio stato, del proprio ambiente di riferimento insomma. È un linguaggio che, una volta acquisito, consente di gestire il proprio universo di simboli e significati.

Uno degli approcci che per primo ha preso in considerazione il consumo come organizzatore della sfera simbolica è quello socio-antropologico.

Occorre fare riferimento all’antropologa Mary Douglas che ha definito le pratiche di consumo come dei rituali.

Il ruolo dei rituali, secondo l’autrice, può essere colto nella vita quotidiana, anche nelle operazioni più semplici e strumentali che facciamo. I rituali permettono di riaffermare le strutture e le categorie che costituiscono la realtà nella quale viviamo.

“Il problema fondamentale della vita sociale consiste nell’inchiudere i significati così che per un po’ di tempo se ne stiano fermi. In mancanza di regole convenzionali per selezionare e stabilire i significati condivisi, viene a mancare la base consensuale minima della società. Questo vale per noi esattamente come per la società tribale: i rituali servono a contenere le fluttuazioni dei significati” [Douglas 1984: 72].

Sostiene Paltrinieri: "Il rituale ha la capacità di mediare la nostra esperienza, di stabilire delle situazioni standard e di creare un legame tra presente e futuro.[...] Rispetto alle società contemporanee, studiando diversi sistemi comunicativi che operano all'interno di uno stesso sistema sociale (per esempio i beni di consumo, il denaro, il cibo), le regole che governano il loro uso e scambio, è possibile comprendere le norme e i rituali su cui si basa un sistema" [2004: 97].

Infatti Douglas sostiene che "in qualsiasi società esiste sempre il problema di disporre di significati comuni, e in questo contesto i rituali svolgono un ruolo fondamentale costituendo le convenzioni che stabiliscono in modo visibile le definizioni pubbliche" [1999: 18, 19].

Secondo l'antropologa, come per l'epistemologia strutturalista di Lévi-Strauss, sono i sistemi simbolici che precedono la vita sociale e non viceversa ed è la comunicazione che la rende possibile. Perché vi possa essere comprensione e interazione tra individui è necessario che esistano dei significati condivisi, i rituali rendono possibile ciò essendo "convenzioni che tracciano definizioni collettive visibili" [Douglas 1984: 72]. A differenza di Lévi-Strauss però per Douglas i simboli non sono pura arbitrarietà ma hanno una dimensione psichica.

"Entro il tempo e lo spazio disponibile l'individuo si serve dei consumi per dire qualcosa su se stesso, la sua famiglia, il luogo in cui risiede [...]. Con le sue affermazioni esprime adesione o dissenso sul tipo di universo in cui si trova, ponendosi a volte, ma non necessariamente, in competizione con gli altri. Attraverso le attività di consumo può gettare le basi di un accordo con altri consumatori per attribuire grande importanza ad eventi cui tradizionalmente si attribuisca scarso rilievo e per lasciarne cadere altri nell'oblio" [Douglas 1984: 76].

Secondo Paltrinieri "l'importanza che deve essere attribuita al consumo deriva dal fatto di riconoscere in esso un processo rituale, un'attività congiunta tra consumatori per la produzione e

stabilizzazione di significati condivisi. Attraverso i rituali di consumo si perviene a delle categorizzazioni, a marcare degli eventi, a rendere intelligibile il mondo" [2004: 99].

Scrive Mary Douglas: "l'uomo è un essere sociale. Non potremo mai spiegare la domanda considerando unicamente le proprietà materiali dei beni. L'uomo ha bisogno di beni per comunicare con gli altri e per dare un senso a ciò che succede intorno a lui. In realtà non ci sono due bisogni, ma uno solo, poiché la comunicazione può prendere forma soltanto in un sistema di significati strutturato" [1984: 105].

In tal modo gli individui, quando scelgono dei prodotti, entrano a fare parte di culture. Mary Douglas non legge il comportamento del consumatore come legato solo a una razionalità economica o al ragionamento utilitarista, ma ne sottolinea il valore nella costruzione di significati che permettono di ordinare e dare senso alla realtà che lo circonda. "Il linguaggio del consumo acquisisce una propria funzione: quella di partecipare alla costruzione e categorizzazione dell'esperienza sociale degli individui, di ciò che essi percepiscono come realtà" [Paltrinieri 2004: 110].

Anche il sociologo francese Baudrillard ha il merito di essere stato tra i primi a interpretare il consumo come linguaggio. In questo caso il consumo viene letto da una prospettiva critica che lo interpreta come legato alle dinamiche di riproduzione delle ineguaglianze e della struttura di potere del capitalismo.

"Attraverso gli oggetti, ogni individuo, ogni gruppo, cerca il suo posto in un ordine, pur tentando di sovvertire quest'ordine secondo la propria carriera personale. Attraverso gli oggetti parla una società stratificata: e se, come del resto i mezzi di comunicazione di massa, essi sembrano parlare a tutti (non esistono più, in linea di diritto, oggetti di casta), è proprio per rimettere ciascuno al proprio posto. In breve, sotto il segno degli oggetti, sotto il sigillo della proprietà privata, ciò che si svolge è un processo sociale continuo del valore. E gli oggetti sono anch'essi, ovunque e sempre, al di là delle loro caratteristiche di

utensili, i termini e la espressione di questo processo sociale del valore" [Baudrillard 1974: 19].

Sostiene Featherstone, commentando l'approccio del sociologo francese: "Baudrillard si basa sulla teoria della mercificazione di Lukàcs e Lefebvre, sostenendo che il consumo implica la manipolazione attiva dei segni e che non sono gli oggetti ad essere consumati ma il sistema degli oggetti, il sistema dei segni che compone il codice. Baudrillard attinge dalla semiologia per sviluppare le implicazioni culturali dell'analisi della merce e sostiene che nella società del tardo capitalismo segno e merce si sono fusi per produrre il segno mercificato" [1998: 34]. La logica dell'economia politica ha così implicato una sostituzione non solo del valore d'uso in valore di scambio ma di entrambi in valore segno. In questo modo il significante può essere manipolato liberandosi da una relazione fissa con gli oggetti e instaurando serie di significati.

"Non vi è oggetto di consumo se non dal momento in cui lo si cambia, e in cui questo cambiamento è determinato dalla LEGGE SOCIALE del rinnovamento del materiale che serve a distinguere e dell'inserimento obbligatorio degli individui, attraverso la mediazione del loro gruppo e in funzione della loro relazione con altri gruppi nella scala di *status* che *costituisce in realtà l'ordine sociale*. L'accettazione di questa gerarchia di segni differenziali, l'interiorizzazione, da parte dell'individuo, di queste norme, di questi valori, di questi imperativi sociali costituiti dai segni, rappresenta la forma decisiva, fondamentale, del controllo sociale: molto più che l'adesione alle norme ideologiche" [Baudrillard 1974: 58].

Negli ultimi scritti di Baudrillard vengono abbandonati i riferimenti all'economia, alla classe e alla modalità di produzione, la nuova fase del sistema è "il mondo postmoderno della simulazione in cui la televisione, la macchina della simulazione *par excellence*, riproduce il mondo all'infinito" [Featherstone 1998: 34]. In questo passaggio di riproduzione di copie, per cui

non vi è più un originale, viene eliminata la distinzione tra realtà e immaginazione portando a vivere gli esseri umani contemporanei in un' "allucinazione estetica della realtà" [Baudrillard 1993]. Attualmente, secondo l'autore, viviamo in una realtà dove tutto può essere trasformato in segno e in immagine e dove siamo bombardati dai segni e dalle informazioni provenienti dai media.

2.3.2 I consumi tra omogeneizzazione ed eterogeneizzazione.

I consumi, nell'analisi della globalizzazione culturale, sono stati analizzati da diversi autori come promotori di omogeneizzazione o di eterogeneizzazione. Spesso infatti, negli esempi citati nei precedenti paragrafi di autori che propendevano per l'una o l'altra delle due tendenze, sono stati chiamati in causa i consumi. In effetti per questi ultimi vale quanto detto in precedenza per quel che attiene alla cultura in generale e quindi ai due citati filoni interpretativi.

Ritengo che nella attuale fase della nostra società non si possa sostenere il prevalere di una sola tendenza ma si assista all'azione di entrambe.

Così sostiene anche Hannerz: "C'è qualcosa di vero in questo scenario di omogeneizzazione e nel senso di perdita culturale, poiché una grande quantità di idee e di modi per fare le cose vengono davvero perduti, non si usano più e nemmeno si ricorderebbero, se non fosse per gli antropologi che li annotano e li registrano.[...] Tuttavia questa non è certo la soluzione definitiva al problema della differenza culturale e può essere considerata solo una parte del risultato culturale della globalizzazione: la redistribuzione della cultura nello spazio e fra gli habitat di significato non è insomma un mero gioco a somma zero, una battaglia per la sopravvivenza di entità esistenti"

[2001: 32]. Secondo l'autore attraverso questi cambiamenti e il mescolamento di significanti e significati può emergere una nuova cultura.

Anche Appadurai ritiene che non si possa parlare di sola omogeneizzazione culturale anche se spesso molti fatti possono far propendere per questa tesi: "il problema centrale delle interazioni globali di oggi riguarda la tensione tra l'omogeneizzazione e l'eterogeneizzazione culturale. Si potrebbe far pesare una vasta serie di fatti empirici a favore della tesi dell'«omogeneizzazione»[...]. Molto spesso la questione dell'omogeneizzazione si inserisce sia nella problematica dell'americanizzazione che in quella della «mercificazione», e molto spesso le due questioni sono strettamente collegate. Quello che tali questioni mancano di considerare è che le forze provenienti da diverse metropoli sono portate in nuove società tanto rapidamente quanto tendono in un modo o nell'altro ad essere indigenizzate: questo vale tanto per la musica e gli stili architettonici, quanto per la scienza e il terrorismo, gli spettacoli e le costituzioni" [1996: 25].

Dunque anche i consumi come la cultura sono soggetti ad entrambe le spinte: quella omogeneizzante, volta a imporre dappertutto il modello occidentale e soprattutto nordamericano, e quella alla differenziazione, creolizzazione, con la sua spinta a valorizzare le diversità e a interpretare anche le stesse tendenze provenienti dall'occidente adattandole a culture diverse o ancora a portare nei paesi occidentali elementi culturali e di consumo provenienti da altre parti del mondo.

2.3.3 Consumo attivo, consumo passivo.

Si pone un'altra questione per quanto riguarda i consumi rispetto alla quale possiamo individuare due tendenze prevalenti: il consumatore è soggetto attivo oppure passivo rispetto al consumo? È veramente libero di scegliere o la sua scelta è in realtà solo apparente?

Per quanto attiene alle teorie dell'omogeneizzazione queste, appartenenti generalmente all'approccio neomarxista, hanno una visione del consumatore come soggetto passivo che subisce le decisioni e il potere del sistema produttivo.

Se pensiamo alla teoria della mcdonaldizzazione di Ritzer e alle tesi di Barber, in precedenza citate, vediamo che la globalizzazione è interpretata come un movimento che si impone agli individui proponendo il modello di mercato dominante occidentale.

Sostiene Paltrinieri trattando di questo approccio "In quanto *alibi democratico* della società capitalistica il consumo, per definizione, riproduce il sistema incrementando forme di differenziazione che sono insite nel sistema. [...] [Il consumo è] non solo lo strumento delle classi sociali, ma soprattutto del sistema produttivo per la costante riproduzione dello stesso e, al contempo, riproduzione del potere politicamente inteso che opera nel più ampio sistema capitalistico" [2004: 56]. Dunque, in base al principio della diversità omogenea [Paltrinieri 2004], il consumo, universalizzando le pratiche dei consumatori, rafforza le diversità esistenti, siano esse culturali, di classe, ideologiche o religiose. La cultura del consumo inoltre tende a colonizzare ambiti che in passato non avevano a che fare con il mercato, come l'educazione, l'arte, lo sport, la salute. La spinta ad omogeneizzare tutto porta a una progressiva perdita del locale e a una predisposizione all'assoggettamento delle culture "colonizzate" a quella principale dominante.

Secondo questa visione, insomma, il consumo è strumento nelle mani della globalizzazione economica per la promozione dell'omogeneizzazione.

Le teorie della eterogeneizzazione tendono invece a focalizzarsi sulla capacità del consumatore di prendere distanza da ciò che il mercato offre o vuole imporre e sulla possibilità degli individui di interpretare i consumi in base alla propria personalità e alla cultura di appartenenza. Si passa in questo caso "da un'interpretazione materialistica del consumo, ancorata a una funzione di riproduzione delle logiche della produzione, a una dimensione culturale, cogliendo nelle pratiche di consumo un ambito nel quale gli esseri umani costruiscono significati mediante prassi di rappresentazione simbolica" [Paltrinieri 2004: 85].

Qui per cultura si intendono, come sostiene Tomlinson: "i modi in cui le persone, individualmente e collettivamente, attribuiscono senso alla loro vita comunicando tra loro [2001: 31].

Teorie dei consumi come quella di Egeria Di Nallo vedono il consumatore come individuo attivo che "partecipa in qualità di fruitore del prodotto, assieme agli altri consumatori e agli attori coinvolti, al dispiegarsi della cultura possibile del *meeting point*" [Paltrinieri 2004: 89].

Il concetto di *meeting point* è stato individuato da Di Nallo per dare conto della complessità della società attuale, complessità che si riflette anche sui consumi. "La nostra realtà dei consumi si connota [...] per il passaggio dallo studio degli stili di vita, categoria ormai incapace di dare conto della complessità del fenomeno indagato, all'analisi dei *meeting point*, i quali sono *stili di consumo*, aree culturali di consumo nel quale si incontrano comunicazioni, servizi, prodotti e nei quali i consumatori entrano ed escono. [...] Gli stili di consumo coesistono pluralisticamente l'uno accanto all'altro senza alcun tipo di normazione che includa o escluda eventuali contraddizioni" [Di Nallo 2004: 76]. Secondo l'autrice: "se assumiamo che esistono tre livelli in cui si articola

la realtà degli uomini, quello dei sistemi sociali, quello delle relazioni, quello delle percezioni, interagenti l'un l'altro secondo una dinamica di mutua selezione, è in questo spazio interattivo che si costituiscono i meeting point. Ed è in questo spazio che si devono cercare le nuove differenze secondo cui si caratterizzano i consumi oggi, differenze che non si basano su un unico criterio, ma sono mobili e mutevoli, continuamente in movimento e disponibili ad un grande ventaglio di possibilità" [Di Nallo 1998: 183].

In quest'ottica il consumo è liberato dai rapporti relativi alla produzione e si caratterizza per essere un linguaggio "con funzione di mediazione simbolica, in grado di oggettivare categorie, significati e valori necessari per i processi di comunicazione" [Paltrinieri 2004: 91].

"Il consumo, che agli inizi della società di massa era diffuso come un linguaggio di rapporti facenti capo alla realtà produttiva, (in società in cui viene meno la centralità produttiva) ripropone come dominante la propria logica interna. Si tratta di una logica che non è individualista, rapace ed esclusiva, ma, essendo propria di un linguaggio, è necessariamente interattiva" [Di Nallo 1997: 46].

Il consumo in questa prospettiva si caratterizza come centrale nei processi di creazione del senso [Paltrinieri 2004].

Abbiamo poi altre direzioni interpretative.

Appadurai, per esempio, pur essendo convinto che i processi di globalizzazione vadano nella direzione della differenziazione culturale, vede nel rapporto tra produzione e consumo l'emergere di due tipi di feticismo che avrebbero sostituito il feticismo di cui parlava Marx. "Si può cominciare con la famosa (e spesso insidiata) visione di Marx del feticismo della merce, e suggerire che questo feticismo sia stato sostituito nel mondo in genere (vedendo ora il mondo come un unico grande sistema interattivo composto di molti sottosistemi complessi) da due «discendenti» che si sostengono reciprocamente, il primo dei

quali chiamerei feticismo di produzione e il secondo feticismo del consumatore" [Appadurai 1996:37].

Per feticismo di produzione l'autore intende l'illusione creata dalla produzione transnazionale che maschera il capitale traslocale, i flussi di guadagno traslocali e, spesso, i lavoratori lontani, nello spettacolo della produttività nazionale. La produzione maschera le relazioni di produzione che sono divenute transnazionali e il luogo è divenuto un feticcio volto a dissimulare le forze globalmente disperse che guidano i processi di produzione.

Per quanto riguarda il feticismo del consumatore, quest'ultimo: "è stato trasformato attraverso i flussi della merce [...] in un segno: sia nel senso di Baudrillard di un simulacro che solo in modo asintomatico si avvicina alla forma di un agente sociale reale; sia nel senso di una maschera del reale punto di partenza dell'organizzazione, che non è il consumatore, ma il produttore e le tante forze che costituiscono la produzione.[...] Il consumatore è conformemente aiutato a credere che sia un attore, laddove nel migliore dei casi è solo colui che sceglie" [Appadurai 1996: 37].

Dunque si nega la possibilità per il consumatore di essere un vero attore e l'opportunità di scelta è dunque in realtà limitata perché comunque situata nei limiti che ha posto la forza produttiva.

Tuttavia, se il consumatore per Appadurai non è libero, non è neppure completamente agito ed è anche capace di azione: "non è che i consumatori siano attori *liberi*, che vivono felicemente in un mondo fatto di centri commerciali sicuri, pasti gratuiti e riparazioni veloci. [...] Il consumo nel mondo contemporaneo è spesso una forma di asservimento, parte del processo capitalista di civilizzazione. Però dove c'è consumo c'è piacere, e dove c'è piacere c'è azione. La libertà d'altra parte, è un bene assai più sfuggente" [2001: 21, 22].

Nella teoria di Bauman il consumatore è visto come soggetto passivo, costruito dalla società stessa perché consumi: “la società attuale forma i propri membri al fine primario che essi svolgano il ruolo di consumatori. Ai propri membri la nostra società impone una norma: saper e voler consumare” [1999: 90].

Lo shopping è visto dall'autore come rito di esorcismo per cercare di superare il senso di perenne instabilità e incertezza che caratterizza l'individuo contemporaneo. “Le comuni interpretazioni dello shopping compulsivo come manifestazione della rivoluzione postmoderna dei valori, la tendenza a rappresentare la dipendenza da shopping come una palese manifestazione di assopiti istinti materialistici ed edonistici, o come un prodotto della «cospirazione commerciale», vale a dire un incitamento artificiale (e alimentato ad arte) a perseguire il piacere quale scopo di vita prioritario, catturano al massimo solo una parte della verità. Un'altra parte, nonché il necessario completamento a tutte queste spiegazioni, è che l'obbligo-trasformato-in-inclinazione per lo shopping è un'ardua lotta contro un'acuta, snervante incertezza e contro lo sgradevole paralizzante sentimento di insicurezza” [Bauman 2002: 86].

Nei consumi, secondo Bauman, l'individuo va alla ricerca di un'identità che è effimera e dura fino a quando egli non decide di “indossarne” una nuova, così può scegliere tra le diverse identità che gli offre il mercato. L'articolo prodotto in massa diviene lo strumento attraverso cui l'individuo si può differenziare. Paradossalmente l'identità «unica» e «individuale» può essere acquisita solo tramite il prodotto che tutti comprano e può essere mantenuta solo per mezzo dello shopping [Bauman 2002].

Il consumatore è così libero di scegliere tra le varie offerte, ma l'autore esprime qualche dubbio sul fatto che tale libertà sia davvero degna di questo nome: “in che misura la libertà radicata nella scelta dei consumatori -e in particolare la loro libertà di autoidentificazione tramite l'uso di articoli pubblicizzati e prodotti

di massa- sia reale o presunta è una questione notoriamente controversa. Tale libertà non può fare a meno di gadget e prodotti forniti dal mercato. Dato ciò, tuttavia, quanto ampio è l'orizzonte di fantasia e sperimentazione dei felici consumatori?" [Bauman 2002: 90].

3. Individuo, identità e consumi.

*L'opera d'arte che desideriamo
plasmare dalla friabile materia
della vita si chiama «identità»
[Bauman 2002: 88]*

*La follia ci ricorda che il senso
del possibile non è mai contenuto interamente
nell'ordine sociale [Melucci 1991: 47]*

3.1 Il processo di individualizzazione nella società contemporanea.

Le caratteristiche della nostra contemporaneità si ripercuotono, come avviene in ogni epoca, sugli individui, sulle loro vite e sulle loro identità.

3.1.1 Passaggi di modernità.

La modernità si trova attualmente, a parere di Bauman [Bauman 2002], in uno stadio fluido o liquido che la differenzia fortemente dal suo precedente stadio solido. “[...] I liquidi, a differenza dei corpi solidi, non mantengono di norma una forma propria. I fluidi per così dire, non fissano lo spazio e non legano il tempo [...], i fluidi non conservano mai a lungo la propria forma e sono sempre pronti (e inclini) a cambiarla; cosicché ciò che conta per essi è il flusso temporale più che lo spazio che si trovano ad occupare e che in pratica occupano «solo per un momento»” [Bauman 2002: VI].

Per i liquidi il tempo è la dimensione più importante, mentre i solidi, mantenendo sempre la stessa forma, possono, in un certo senso, annullarlo. I fluidi come facilmente cambiano forma, così in modo altrettanto agile si muovono e viaggiano.

Se la fase attuale della modernità è liquida, la prima fase, come già detto, fu solida. Anche nella prima fase della modernità vi fu una tensione verso la fusione di ciò che vi era in precedenza: la tradizione, principalmente, con le sue credenze, i diritti e gli obblighi della consuetudine che poco spazio davano all'iniziativa dei singoli; tuttavia si voleva fondere il passato per "preparare il terreno a *corpi solidi nuovi e migliori*; sostituire la serie ereditata di corpi solidi scadenti e inefficaci con un'altra migliore e preferibilmente perfetta e dunque non più alterabile" [Bauman 2002: VIII].

L'obiettivo era il superamento del vecchio ordine con le sue consuetudini e la sostituzione di esso con un nuovo ordine basato sulla razionalità strumentale e sul ruolo dominante dell'economia. Da un solido, dunque, ad un altro.

Se quindi nel periodo premoderno gli individui erano destinati a un particolare tipo di vita per nascita e la loro vita si poteva svolgere solo all'interno di ciò che era previsto per il ceto di appartenenza, con l'avvento dell'epoca moderna tutto il sistema di costellazioni, configurazioni e tradizioni premoderne venne messo in discussione, "fuso" per dirla come Bauman, per essere riplasmato in modo nuovo.

Venne creato un nuovo ordine, quello della società divisa in classi; per gli individui si trattò di passare da un ordine a un altro, dove però rimase sempre chiaro che una volta trovato il posto in cui collocarsi all'interno della società, occorreva comportarsi secondo norme e criteri appropriati per quella posizione.

Diversa è la situazione attuale.

"La situazione odierna nasce dalla radicale opera di abbattimento di tutti gli impedimenti e ostacoli a torto o a ragione sospettati di

limitare la libertà individuale di scegliere e agire" [Bauman 2002: X]. Oggi non è più sentito il compito di abbattere il vecchio ordine per costruirne uno nuovo, dunque la fusione dei corpi solidi, che è caratteristica dell'epoca moderna ha acquisito un significato nuovo: "i corpi solidi per i quali oggi - nell'epoca della modernità liquida - è scoccata l'ora di finire nel crogiuolo ed essere liquefatti sono i legami che trasformano le scelte individuali in progetti e azioni collettive: i modelli di comunicazione e coordinamento tra politiche di vita condotte individualmente da un lato e le azioni politiche delle collettività umane dall'altro". [Bauman 2002: XI].

Oggi sono venuti meno quei modelli di dipendenza e interazione, quelle griglie, quelle stabili cornici all'interno delle quali ci si doveva muovere e da cui ci si poteva lasciare guidare.

"Lo scenario della complessità, di un sistema ormai irreversibilmente planetario e di un futuro sospeso alla minaccia della catastrofe, ha profondamente incrinato l'ottimismo dei miti di salvezza. Ma non ci ha tuttavia sottratti al lascito più esaltante e drammatico della modernità: il bisogno e la responsabilità di *esistere come individui*. Di essere cioè soggetti d'azione capaci di direzione e di senso, ma anche poli di una rete di convivenza e di comunicazione" [Melucci 1991: 49].

L'individuo contemporaneo non vive in un mondo privo di modelli ma, al contrario, si trova a confrontarsi con un eccesso di modelli spesso in contrasto tra loro e privi di reali poteri coercitivi sulla sua azione. Non ci sono più stabili gruppi di riferimento a cui aggrapparsi ma "il nostro è un tipo di modernità individualizzato, privatizzato, in cui l'onere di tesserne l'ordito e la responsabilità del fallimento ricadono principalmente sulle spalle dell'individuo" [Bauman 2002: XIII].

Anche Melucci sottolinea i cambiamenti avvenuti nell'attualità rispetto alla prima modernità (che lui definisce semplicemente epoca moderna): "siamo di fronte alla crisi dell'idea moderna di individuo e nello stesso tempo allo sviluppo intenso di domande

e bisogni che riguardano la realizzazione delle individualità. Si tratta di un processo che diventa visibile proprio quando gli individui hanno a disposizione risorse per pensarsi e per agire come individui. Quando cioè possono costruire la propria identità come qualcosa che non è già dato, e soprattutto non è dato una volta per tutte, ma è sempre più affidato a potenzialità di cui ognuno si sente almeno in parte responsabile" [Melucci 1994: 25].

L'individuo contemporaneo è consapevole del suo essere individuo (quindi riflessivo, non più spontaneo), libero di scegliere, di agire, di vivere come vuole in definitiva, ma a proprio rischio e pericolo.

Sostiene Beck: "nella società individualizzata non soltanto i rischi crescono sotto l'aspetto quantitativo, ma si manifestano anche forme qualitativamente nuove di rischio personale; emergono tipi qualitativamente nuovi di rischio personale, i rischi dell'identità personale scelta e mutata" [Beck 2000b: 196]. L'individuo è così responsabile delle sue scelte: azioni e decisioni e delle conseguenze di queste.

La modernità se ha una caratteristica che accomuna fase solida e liquida è proprio la spinta verso "la compulsiva e ossessiva, continua, irrefrenabile, sempre incompleta *modernizzazione*; l'incontenibile e inestinguibile sete di distruzione creativa" [Bauman 2002: 18] e ad "avere un'identità che può esistere solo in quanto progetto irrealizzato" [Bauman 2002: 19].

Cambiano però le condizioni e le visioni di fondo; nella fase liquida non c'è più la convinzione che stiamo andando verso un fine ultimo da conseguire, uno stadio di perfezione verso cui vogliamo tendere e in più i compiti che si ritenevano propri della modernizzazione si sono andati deregolamentando e privatizzando: si è passati da un'idea di società giusta a un'idea di diritti umani, lasciando liberi gli individui "di restare diversi e di scegliere e adottare a proprio piacimento i propri modelli di felicità e uno stile di vita loro consono" [Bauman 2002: 20].

Sono scomparsi i grandi leader che dicevano cosa bisognava fare e quei grandi serbatoi come la famiglia, la patria, la chiesa, il partito che fornivano risposte già date alle questioni umane "si sono indeboliti e qualche volta sono addirittura scomparsi" [Melucci 1994: 39], sono rimasti solo altri individui da cui si possono magari trarre esempi o modelli, assumendosi comunque la responsabilità di ogni scelta e delle sue possibili conseguenze.

3.1.2 Individuo e individualizzazione.

L'intera modernità si caratterizza per avere rappresentato i propri membri come individui; tuttavia, anche in questo caso, il processo di individualizzazione, presente nell'intera epoca, varia a seconda dei diversi periodi.

In cosa consiste il processo di individualizzazione?

"Il processo di «individualizzazione» consiste nel trasformare l'«identità» umana da una «cosa data» in un «compito» e nell'accollare ai singoli attori la responsabilità di assolvere tale compito nonché delle conseguenze (anche collaterali) delle loro azioni. In altre parole, consiste nel realizzare un'autonomia *de iure* (a prescindere che sia stata conseguita o meno un'autonomia *de facto*)" [Bauman 2002: 23].

Scrive Melucci: "nelle società tradizionali agli individui non era richiesto di realizzarsi in quanto individui. La cultura non prevedeva questa possibilità in modo prioritario e gli individui si percepivano piuttosto come membri di un gruppo, di una parentela, di una collettività" [Melucci 1994: 28].

Nella fase protomoderna il processo di autoidentificazione, compito dell'individuo, consisteva nel vivere in modo conforme alla classe di appartenenza, entrare a far parte delle classi era una questione di acquisizione e non più di ascrizione come per i ceti e l'appartenenza andava sempre confermata tramite la condotta. Inoltre chi aveva meno risorse, che si traducevano in

meno possibilità di scelta, (le classi infatti presentavano una gamma di identità disponibili, variabili però in base alla quantità di risorse possedute) tendeva a orientarsi verso l'azione collettiva che compensava con i numeri del gruppo le scarse risorse individuali.

Lo stesso discorso valeva per il genere: in base all'appartenenza ci si aspettavano determinati comportamenti.

Classe e genere venivano a costituire le coordinate della posizione all'interno della società, l'individuo doveva adattarsi e comportarsi allo stesso modo degli altri che si trovavano nella sua stessa posizione.

Attualmente non è più così. Non vi sono più quelle coordinate che indicano precisamente la nostra posizione all'interno della società, non vi sono più quelle «case», per dirla come Bauman, in cui porsi al sicuro e avere la sensazioni di essere arrivati. "Non esiste alcuna prospettiva di «riaccasamento» al termine della strada imboccata dagli individui (ormai cronicamente) «sfrattati»" [Bauman 2002: 26].

Melucci sostiene che l'individuo moderno (della prima modernità) affronta il problema del cambiamento facendo leva sulle proprie forze contro le resistenze del mondo esterno, lotta contro le forze della natura per piegarle al dominio della ragione, ma lotta anche "contro quella parte oscura di sé che impedisce alla ragione di affermarsi come la forma più alta di libertà" [Melucci 1994: 26].

Diversamente "l'immagine di individuo che sta emergendo nella nostra società sviluppa l'eredità moderna, ma la svuota della sua dimensione sostanziale e la spinge verso l'azione e il processo. L'individuo è potenzialità che si costruisce, utilizzazione e investimento di risorse. Questo individuo ha però il problema di mantenersi, di garantire un nucleo stabile. Se tutto muta, se individuarsi significa ridefinirsi continuamente, il vero ostacolo non è più il cambiamento, ma come assicurare l'unità e la continuità della storia individuale" [Melucci 1994: 27].

L'identità contemporanea è allora concepibile non più come qualcosa di dato ma come processo, questo porta a una grossa frattura con la stessa concezione classica di identità che, come dice la parola stessa nella sua radice semantica, è "un concetto essenzialista che fa riferimento a una sostanza o a una struttura stabile con cui l'individuo o il gruppo si identifica" [Melucci 2000c: 32]. "L'identità si configura sempre più come un campo piuttosto che come una realtà essenziale, come un sistema di coordinate o di vettori di significato, definito da possibilità e limiti che possono essere riconosciuti" [Melucci 2000c: 33].

3.1.3 Pubblico e privato.

Uno degli effetti della individualizzazione è la scomparsa della nozione di cittadino come persona che tende a cercare il proprio benessere nel benessere della città; l'individuo è portato a una certa indifferenza verso idee come il bene comune e la causa comune ed è portato a massimizzare la propria libertà di fare ciò che preferisce e vuole ottenere dal potere pubblico le condizioni perché ciò sia possibile.

La libertà, secondo Beck [Beck 2000a] è la caratteristica delle democrazie occidentali contemporanee che assieme a vantaggi porta anche rischi perché cambiano le esigenze di uomini e donne e di conseguenza le strutture tradizionali con cui si gestivano le convivenze nella società risultano inadeguate alle nuove richieste. Il problema diventa il conciliare le richieste dei singoli con le necessità delle organizzazioni di massa come partiti, sindacati, città, gestire le plurime richieste che si generano nel clima di libertà.

"La nostra vera «malattia» non è dunque una crisi, ma la libertà, o, più precisamente, sono le conseguenze involontarie e le forme in cui trova espressione quel sovrappiù di libertà che, da tempo

riconosciuto e accettato a parole, domina ormai la nostra vita quotidiana" [Beck 2000a: 42].

Il pubblico per Bauman subisce una colonizzazione da parte del privato, gli individui sono spinti verso lo spazio pubblico non per condividere cause comuni ma per il disperato bisogno di interrelarsi, di condividere momentaneamente le proprie paure, le proprie ansie e i propri odi, dando vita e comunità tanto momentanee quanto fragili che interrompono per un attimo la solitudine dei propri partecipanti.

"Il crescente divario tra il diritto di autoaffermazione e la capacità di controllo degli ordinamenti sociali che rendono tale autoaffermazione fattibile o irrealistica sembra essere la principale contraddizione della modernità fluida" [Bauman 2002: 31].

Anche Sciolla [2000] sottolinea l'emergere di processi di de-istituzionalizzazione che portano a una pubblicizzazione della sfera privata con un'esibizione pubblica di problemi e questioni personali e a una privatizzazione della sfera pubblica con l'"ingresso nel sistema politico di strutture di interesse della società civile (ad esempio i sindacati e le associazioni dei datori di lavoro) che tendono a considerare il politico come uno strumento per realizzare i loro fini privati (particolari)" [2000: 23]. Anche l'autrice giunge così alla conclusione che "le società complesse presentino una sorta di paradosso: cresce la domanda sociale di individui responsabili ed autonomi, ma le istituzioni sono sempre meno in grado di farvi fronte. Non solo le fonti di autorità si pluralizzano ed entrano in competizione reciproca ma in molti ambiti si «inaridiscono» e diventano incapaci di orientare gli individui" [Sciolla 2000: 23,24].

La capacità di autoaffermazione che viene richiesta agli individui porta alla domanda da parte di questi alle organizzazioni e alla sfera pubblica del riconoscimento dei propri diritti e bisogni come singoli.

“Nella vita delle grandi organizzazioni contemporanee o nella politica democratica viene richiesta agli individui, almeno formalmente, una capacità di partecipazione e di scelta e si mette l’accento sulla loro responsabilità. D’altra parte, gli individui chiedono di veder riconosciuti i loro diritti, vogliono esprimere la loro autonomia, avanzano domande che riguardano i bisogni personali, la vita affettiva, il benessere psicofisico” [Melucci 1994: 29].

3.1.4 Effetti collaterali della contemporaneità.

Questa spinta all’autonomia individuale rappresenta, a parere di Melucci, l’altra faccia della società di massa con le sue spinte alla razionalizzazione e quindi alla standardizzazione dei consumi, al rendere prevedibili i comportamenti, alla programmazione; la richiesta degli individui di essere riconosciuti come tali e non più come membri di un gruppo, di una famiglia, di un’organizzazione ha portato a cambiamenti nella cultura delle grandi organizzazioni e del consumo che ha fatto della differenza individuale un nuovo slogan e che offre all’individuo, orfano delle appartenenze tradizionali, la possibilità di riconoscersi in mode, stili, linguaggi.

La situazione che si è venuta a creare risulta essere particolarmente complessa da vivere per l’essere umano contemporaneo, portato a una critica della realtà che diviene autocritica, dal momento che l’individualizzazione porta ad addossare solo a se stessi (e a chi se no, non essendoci più forti strutture di appartenenza o chi ti dice cosa devi fare?) la colpa delle proprie sconfitte. “Vivere quotidianamente con il rischio dell’autocondanna e della disistima di sé non è questione di poco conto. Allorché si tengono gli occhi puntati esclusivamente sulla propria *performance* e li si distoglie dallo spazio sociale in cui le contraddizioni dell’esistenza individuale vengono collettivamente

prodotte, uomini e donne sono tentati di ridurre la complessità della loro condizione al fine di rendere le cause della propria miseria intelligibili e dunque affrontabili e suscettibili di rimedio. Non che trovino le «soluzioni biografiche» ardue e onerose: semplicemente, non esistono efficaci «soluzioni biografiche a contraddizioni sistemiche», e così la mancanza di soluzioni possibili deve essere compensata con soluzioni immaginarie" [Bauman 2002: 31].

Qui Bauman cita Beck il quale sostiene in "La società del rischio" che "la condotta di vita diventa la *soluzione biografica delle contraddizioni sistemiche* (ad esempio tra formazione e lavoro, o tra biografia standard reale e giuridicamente presunta). Contro Luhmann (1985): la biografia è la *somma delle razionalità sottosistemiche*, e in nessun modo il loro ambiente" [2000b: 197].

La società e le istituzioni dunque producono delle contraddizioni che l'individuo contemporaneo si trova come singolo e non più come membro di un gruppo o di una formazione (sia essa la classe o la famiglia) ad affrontare.

La difficoltà dell'individuo *de iure* (tale perché la società lo pone nella condizione di essere tale) a diventare individuo *de facto*, ossia padrone del proprio destino, non è cosa di poco conto e il compito di ricomporre questo divario è per Bauman della politica con la P maiuscola; l'individuo con le sue singole forze non ci può riuscire, condizione per questo passaggio è il fatto che diventi un cittadino.

L'individuo costretto ad una costante autodeterminazione è messo in difficoltà non solo, come si è detto, dalla mancanza di modelli fissi, solidi, in cui credere e a cui aderire, ma anche dalla infinita gamma di opportunità che il mondo gli presenta e gli offre e che in una sola vita è impossibile cogliere interamente. Quello che manca nell'epoca contemporanea è la presenza di fini precisi verso cui orientare l'azione (e qui ci ricollegiamo al discorso della mancanza di modelli, del venire meno delle grandi

narrazioni della prima modernità che offrivano degli obiettivi, della scomparsa dei leader che ti indicavano la strada giusta da percorrere).

“Testimoni talvolta costernati del tramonto delle grandi narrazioni di salvezza, incombe su di noi il destino della *scelta*. Di fronte al possibile che seduce e minaccia non ci si può sottrarre al rischio della decisione (di cui la catastrofe è figura e metafora estrema)” [Melucci 1991: 51].

Gli esseri umani si trovano allora a dovere scegliere sempre e sono consapevoli che ogni scelta dipende solo da loro stessi e che le conseguenze ricadono solo su loro stessi, inoltre ogni scelta ha il sapore di una riduzione di campo e quindi di una perdita di qualcos'altro. Ci troviamo allora di fronte a esseri umani che sanno che il propendere per alcune possibilità ne esclude altre, liberi sì di scegliere nella miriade infinita di opportunità, ma anche pieni di incertezze e di desideri sempre nuovi, impossibili da appagare appieno perché perennemente in crescita, generati dalle sempre nuove, infinite possibilità, schiavi del “si vive una volta sola” che spinge a non rinunciare ad esaudire l'ennesimo capriccio.

La scelta diventa così necessità: “di fronte all'incertezza, che costituisce l'orizzonte permanente dell'esperienza di ogni giorno, nei sistemi contemporanei la scelta e la decisione diventano così il nuovo fato” [Melucci 2000c: 31]. Ma, come si è affermato, ogni scelta ne esclude altre e trovandoci di fronte a innumerevoli possibilità impossibili da cogliere totalmente percepiamo sempre un senso di perdita.

“Quindi la perdita diventa una condizione permanente dell'esperienza contemporanea, che corre però in parallelo con la percezione di avere un'infinità di possibilità a disposizione, un'infinità di tempi e spazi per l'azione. La complessità significa infatti moltiplicazione degli ambiti, dei tempi, dei possibili corsi d'azione, ma nella realtà l'esperienza dell'agire si compie soltanto attraverso la perdita permanente” [Melucci 2000c: 32].

Esiste la necessità di riconoscersi ma non è più nello stato, nella città (si è detto della perdita di importanza della nozione di cittadinanza) ma in altri individui che vengono riconosciuti portatori di problematiche e di un sentire simili al proprio, nascono delle reti che fanno sentire partecipi e danno l'idea di appartenenza.

“Talvolta si spiegano a partire di qui anche fenomeni apparentemente regressivi di identificazione primaria, come il rilancio dell'etnicità o della cultura locale, tema quest'ultimo che è stato al centro della fortuna iniziale della Lega in Italia. Si tratta di fenomeni estremi con rischi di tipo involutivo, che però segnano un processo proprio delle società complesse: la ricerca immediata, quotidiana, per trovare le ragioni del nostro esistere come individui e per partecipare a un «noi» collettivo che ci supera. Queste ragioni non sono più delegate ad organismi lontani (lo stato, la classe, il partito), ma vengono create nel proprio campo immediato di esperienza” [Melucci 1994: 34].

La realtà contemporanea presenta due facce: una è quella della fortissima spinta all'autonomia individuale e all'affermarsi come singolo con le proprie particolari diversità, ma al tempo stesso non si può negare che, in seguito ai processi globalizzanti, sia sempre più diffusa la consapevolezza di appartenere a un mondo i cui confini interni appaiono sempre più permeabili. “Non abbiamo un altro posto dove andare, un'altra casa da abitare diversa da questo mondo. La risposta alla domanda «chi sono io?» ha a che fare con questa interdipendenza globale, con il legame planetario che ci costituisce ormai in maniera irreversibile” [Melucci 1994: 40].

Spinta all'individualizzazione e globalizzazione determinano un aumento delle identità disponibili, scrive Geertz: “il catalogo delle identità disponibili cresce, diminuisce, muta, si ramifica e si sviluppa a mano a mano che nel mondo si infittisce la rete dei rapporti politici ed economici. Con la definizione di nuove e la cancellazione di vecchie frontiere la complessità di quel catalogo

aumenterà ulteriormente, tanto più in quanto un numero sempre più grande di uomini è disposto a mettersi in movimento in maniera imprevedibile e solo in parte controllabile" [1999: 23].

3.2 Identità.

Dopo avere analizzato gli effetti dell'epoca contemporanea sull'individuo e conseguentemente sulla sua identità, andiamo ora a vedere quali sono i processi di costruzione di quest'ultima. Abbiamo visto come la concezione di individuo in quanto essere umano che si deve autodeterminare emerga a partire dall'epoca moderna; per i motivi analizzati in precedenza a partire da questa epoca il concetto di identità viene, per la prima volta, "vissuto come *problema*, al punto che si è potuto affermare che l'identità è un concetto assolutamente moderno" [Crespi 2004: 3].

La riflessione sul concetto di identità si sviluppa a partire dal secolo scorso, dal momento in cui si riscontra "un diffuso fenomeno di *crisi* delle identità, ovvero il fatto che sono state rimesse radicalmente in discussione le basi sulle quali tradizionalmente tali identità venivano definite" [Crespi 2004: 3]. Melucci individua nell'esperienza della mancanza, segnalata dall'emergere di bisogni, la condizione che ci porta a dovere rispondere a questa, ad elaborarla culturalmente e definire così chi siamo. "L'esperienza della mancanza ci porta dunque inevitabilmente a interrogarci su di noi. Quando tentiamo di rispondere a questa domanda ci occupiamo della nostra identità. [...] Di identità possiamo parlare a proposito di un individuo o di un gruppo, ma nei due casi ci riferiamo a queste tre caratteristiche: continuità di un soggetto, al di là delle variazioni nel tempo e degli adattamenti all'ambiente; delimitazione di questo soggetto rispetto agli altri; capacità di riconoscersi e di essere riconosciuto" [Melucci 1991: 35,36]. L'autore sottolinea

come quando parliamo di identità dobbiamo sempre riferirci alle "sue radici relazionali e sociali" [Melucci 1991: 36].

Proprio perché non si può prescindere dalla dimensione culturale, relazionale e sociale dell'identità, seguendo Crespi [2004] e Sciolla [2000] possiamo distinguere due tipi: identità personale e identità sociale.

Questi rispondono a due diverse domande: "l'identità può essere vista come ciò che risponde alle domande «*chi* sono io?», «*che cosa* sono io?», ovvero come ciò che permette di definire noi stessi sia nella nostra individualità irripetibile, sia in quanto appartenenti a un gruppo, a un'unità sociale, a un mondo" [Crespi 2004: IX].

La domanda "chi sono io?" riguarda l'identità personale, "l'individuo singolo nella sua unicità, fondata sul fatto di avere un corpo determinato e una propria esperienza di vita" [Crespi 2004: IX]. La risposta a questa domanda può avvenire solo dopo una elaborazione riflessiva piuttosto lunga ed è sempre una risposta parziale, valida ad un determinato momento e mai in assoluto, in definitiva mai data una volta per tutte. L'identità personale è quella che definisce il singolo individuo nella sua particolarità, nel suo essere unico e diverso dagli altri.

La domanda "che cosa sono io?" riguarda l'identità sociale e "trova invece una risposta nelle definizioni culturali e sociali sia dell'essere umano in generale [...] sia dell'individuo in quanto appartenente a una società concreta in una determinata epoca storica" [Crespi 2004: X]. In questo caso l'identità è definita da attributi quali il sesso, l'appartenenza sociale, la posizione nella famiglia, la professione, la nazione di provenienza, la religione professata, eccetera. Tutti questi criteri sono variabili e assumono un peso e un valore differente nello spazio e nel tempo, ossia in luoghi diversi e in epoche differenti.

In questo caso si fa riferimento a caratteri più oggettivi che soggettivi che possono rendere l'individuo uguale ad altri individui.

Si è trattato nel paragrafo precedente del processo di individualizzazione tipico della nostra epoca e quindi pare che oggi la domanda su "chi si è" prevalga rispetto alla domanda su "cosa si è", tuttavia l'identità non è mai solamente personale o sociale ed entrambi i suoi due aspetti sono sempre connessi tra loro. L'individuo si barcamena tra le due dimensioni, infatti "il processo di formazione dell'identità personale [...] avviene sia attraverso *identificazioni* selettive con immagini culturali e sociali, sia attraverso la *presa di distanza* rispetto a queste ultime o, al limite, la loro *negazione*. D'altra parte, l'identità sociale può gradualmente definirsi anche attraverso scelte ed elaborazioni derivanti dall'identità personale" [Crespi 2004: XI]. Secondo Sciolla: "l'identità, infatti, ha due volti, uno *personale* e uno *sociale*, solo in apparenza opposti. Con il primo si sottolinea la *differenza* rispetto agli altri, l'aspetto di distinzione e di individuazione. Con il secondo si mette in luce l'*uguaglianza* con altri, il riconoscersi in persone, categorie, gruppi sociali che trascendono l'individuo" [2000: 7].

L'individuo acquisisce attraverso il suo rapporto con gli altri, con il mondo e con le cose l'identità sociale che anche per Crespi si fonda "sulla *similarità* con gli altri, che costituisce la base a partire dalla quale, elaborando riflessivamente la sua esperienza, egli può costruire la sua identità *personale*, fondata sulla sua *differenza*" [Crespi 2004: 54]. Mentre l'identità sociale è basata sul riconoscimento altrui, l'identità personale consente di prendere le distanze da questo, anche se non ne può prescindere, consente di essere riconosciuti senza perdersi nelle aspettative degli altri ma ponendo le proprie condizioni per tale riconoscimento.

Vediamo ora il processo di formazione dell'identità personale.

Innanzitutto, come già sottolineato, identità personale e sociale non sono separate ma costituiscono un continuum. L'individuo nasce in un ambiente portatore di modelli culturali e quindi la prima cosa con cui viene a contatto nei primi anni di vita è

l'identità sociale, legata ai modelli che gli vengono proposti dagli adulti di riferimento. Progressivamente, con il passare degli anni e il suo passaggio dall'infanzia all'età adulta, egli è portato a rielaborare i modelli proposti e a "elaborare successivamente, a partire dalla propria esperienza personale, una forma di identità maggiormente fondata sulla rivendicazione della sua singolarità o differenza" [Crespi 2004: 77].

Crespi [2004: 78, 79] propone una distinzione tra senso e significato importante per la costruzione e distinzione di identità sociale e personale.

Il senso, secondo l'autore, rappresenta l'ambito originario costituito da bisogni, stimoli, emozioni, l'insieme di tutte quelle potenzialità a partire dalle quali l'essere umano può pervenire a significati attraverso i quali interpretare se stesso e il mondo che lo circonda. Il significato risulta così essere sempre una riduzione di complessità rispetto al senso originario sempre inesauribile.

L'identità sociale si costruisce sui significati codificati in un particolare contesto sociale e per questo è sempre insoddisfacente per l'individuo che, percependo la ricchezza esperienziale individuale, trova limitanti i significati che gli offre il contesto di riferimento e rivendica la propria differenza rispetto a questi e un senso che, nella sua indeterminatezza, è solo personale e può essere tradotto in significati particolari che comunque non possono mai essere disgiunti dal proprio contesto di riferimento.

L'identificazione con i modelli sociali proposti risulta essere sempre limitante, anche se necessaria per ottenere il riconoscimento degli altri; inoltre l'aderire in modo eccessivamente rigoroso ai modelli offerti dalla società rende le persone troppo prevedibili per i propri simili con il rischio di essere dati per scontati e per questo non essere più riconosciuti. Per ottenere il riconoscimento allora non è più sufficiente essere simili ma occorre mostrare anche la propria differenza.

“L’individuo ha un’identità personale, distinta da quella di tutti gli altri, non *benché* sia condizionato dall’ambiente e dalla circostanze sociali di cui fa parte, ma *perché* lo è, in virtù del fatto che non è un individuo isolato. È proprio nel tentativo di rendere conto dell’apparente paradosso di un’identità personale socialmente costruita (nello stesso tempo uguale agli altri e distinta dagli altri) che il concetto di riconoscimento assume un ruolo centrale” [Sciolla 2000: 8].

Così Melucci: “l’identità definisce dunque la nostra capacità di parlare e di agire differenziandoci dagli altri e restando noi stessi. Ma l’autoidentificazione deve godere di un riconoscimento intersoggettivo per potere fondare la nostra identità. La possibilità di distinguerci dagli altri deve essere riconosciuta da questi “altri”. Dunque la nostra unità personale, che è prodotta e mantenuta attraverso l’auto-identificazione, si appoggia a sua volta sull’appartenenza a un gruppo, sulla possibilità di situarci all’interno di un sistema di relazioni. Nessuno può costruire la sua identità indipendentemente dalle identificazioni che gli altri gli rinviano” [Melucci 1991: 37].

Qui sta l’ambivalenza [Crespi 2004] o il paradosso [Melucci 1991, Sciolla 2000] del rapporto tra identità sociale e personale e la necessità di gestire similarità e differenza, con il rischio dei due opposti eccessi: il conformismo che rende schiavi e l’eccesso di singolarità che rende estranei e porta all’emarginazione o alla follia.

“Il grado di potere proprio dell’individuo chiamato in altra sede *potere intrinseco* [Crespi 1999], si colloca nel *continuum* tra quei due poli opposti: un individuo avrà tanta più autonomia quanto meglio saprà gestire le esigenze contraddittorie di similarità e differenza implicite nell’identità e nella richiesta di riconoscimento, affermando la sua similarità pur conservando un certo grado di imprevedibilità e la sua singolarità senza con ciò compromettere totalmente la sua capacità di comunicare con gli altri” [Crespi 2004: 82].

L'identità sociale può essere talora assolutizzata e questo comporta il fatto che, inseguendo la certezza di un riconoscimento della società, si giunga alla incapacità di affermare la propria autonomia e singolarità. Crespi [2004: 57] riconosce due casi al riguardo: il conformismo e la logica delle istituzioni totalizzanti; entrambi i casi rappresentano tipi ideali.

Il conformismo è la tendenza ad adottare certe modalità di comportamento, di pensiero e di azione solo perché sono diffusi e prevalenti nella società o nel gruppo di cui si fa parte; è tipico di persone che hanno poca autonomia e autostima e sono incapaci di sviluppare la propria identità personale; così per essere accettati cercano, comportandosi in modo conformista, di ottenere il riconoscimento altrui. Questo atteggiamento può essere assunto però anche per interesse, ossia per motivi opportunistici e quindi può essere il risultato di una scelta razionale.

Nel caso delle istituzioni totalizzanti (da non confondere con le istituzioni totali di cui parla Goffman) ci troviamo di fronte a istituzioni che "tendono ad assolvere *in modo manifesto* determinate funzioni (diffusione di una fede religiosa, realizzazione di un progetto politico, assolvimento di una funzione assistenziale, profitto economico, ecc.), ma possono anche perseguire di fatto altri obiettivi *in modo latente*, come, per esempio, quello di mantenere in vita l'istituzione stessa" [Crespi 2004: 60]. Quindi in tali istituzioni è presente una logica di autoconservazione dell'istituzione stessa; quando tale logica prende il sopravvento, soprattutto in presenza di forti componenti ideologiche di tipo religioso o politico, l'istituzione tende a diventare totalizzante, ossia a presentarsi come orizzonte al cui interno l'individuo può soddisfare tutte le sue esigenze. Le istituzioni totalizzanti si presentano solitamente come entità perfette che non devono cambiare; i propri membri sono riconosciuti solo se rispondono a modelli che sono stati codificati.

L'individuo da parte sua trova all'interno di queste istituzioni la possibilità di fuggire quelle insicurezze e quei rischi che sono propri della vita umana normale e di trovare un riconoscimento stabile. In questo caso abbiamo un'assolutizzazione dell'identità sociale e una negazione dell'identità personale; infatti l'individuo è riconosciuto solo se si identifica completamente con il ruolo che gli è stato attribuito.

3.3 L'altro, le differenze.

Finora si è presa in considerazione l'identità dal punto di vista del singolo in rapporto con la società e quindi sono stati introdotti i concetti di identità personale e sociale come due poli tra i quali si colloca l'individuo. La differenza finora presa in considerazione è stata quella del singolo nei confronti della società e dei suoi modelli, quindi differenza come capacità di mantenere la propria singolarità e unicità.

Ora si prenderà in considerazione la differenza anche in altri termini, in questo caso si tratta della diversità dall'altro, da chi riconosciamo come diverso da noi o estraneo al nostro ambiente abituale e con cui ci troviamo a rapportarci.

Nelle dinamiche quotidiane infatti, oltre a confrontarci con i modelli che ci vengono socialmente proposti e talora imposti, ci troviamo anche a doverci rapportare con altri individui portatori di diversità.

L'identità si costruisce infatti nell'incontro con ciò che non siamo, che è diverso da noi, non c'è idem senza alter.

"Se realizzarsi e diventare individui sono esigenze che guidano la trasformazione dell'identità nella cultura contemporanea, viene allo stesso tempo in primo piano la domanda su che cosa ci rende simili e in che cosa siamo diversi gli uni dagli altri. La differenza diventa una chiave centrale sia delle relazioni interpersonali che della convivenza civile" [Melucci 1994: 47].

Se consideriamo poi il fatto che la nostra società si caratterizza, come si è detto, per la complessità, per l'incertezza, per la mancanza di modelli stabili e di fini certi, caratteristiche queste che portano a una molteplicità delle appartenenze, a una "pluralizzazione del senso" [Melucci 1994: 48], se prendiamo anche in considerazione la globalizzazione e i suoi effetti, tra interdipendenze transnazionali e circolazione sempre maggiore di persone, cose, immagini, idee, possiamo dire che le differenze e i rapporti tra diversi sono qualcosa che ci riguarda da molto vicino. In effetti "la pluralità di valori, scopi e preferenze, non può più essere vista come una patologia della realtà sociale contemporanea, ma come una sua dimensione costitutiva" [Melucci 1994: 48].

Secondo Geertz: "a fronte della frammentazione del nostro mondo, la concezione tesa a individuare nella cultura – in *una data* cultura, *in questa* cultura – un consenso circa idee di fondo, sentimenti e valori comuni non regge più. Sono invece i rifiuti e le fratture che oggi delineano il paesaggio delle identità collettive. Quale che sia la cosa che definisce un'identità nel capitalismo senza frontiere o nel villaggio globale, non è certo l'armonia profonda su questioni di fondo. È piuttosto qualcosa che assomiglia al ritorno di differenze familiari, all'ostinarsi in scontri e alla residua presenza di minacce - la convinzione che, qualsiasi cosa succeda, l'ordine delle differenze va mantenuto" [1999: 62].

Le differenze portano al tempo stesso rischi e ricchezze: i primi sono la disgregazione, la perdita dei legami che possono garantire la solidarietà, le seconde sono le potenzialità di creare nuove integrazioni e sinergie, impossibili se vi è solo omogeneità.

Gestire le differenze non è facile e richiede capacità di organizzazione "ma con una logica profondamente diversa da quella che abbiamo ereditato dal modello industriale. Organizzare vuole dire stabilire connessioni e lavorare sui

processi e non costringere all'unità. Questa prospettiva comporta margini di rischio maggiori rispetto al passato nel rendere le differenze traducibili" [Melucci 1994: 50].

Parlare di differenze nella nostra società globale, rimanda a due grandi temi che negli ultimi decenni sono venuti sempre più alla ribalta. Uno è quello delle differenze di genere, legato all'emancipazione femminile che ha portato a mettere in discussione i ruoli tradizionali maschili e femminili e a ribadire da parte delle donne il valore della propria differenza.

Un altro aspetto, che è particolarmente legato alle dinamiche tra globale e locale, è quello delle differenze/ appartenenze etniche. Questo fenomeno può essere letto da vari punti di vista.

Uno è legato alla globalizzazione che, come abbiamo in precedenza affermato, ha al suo interno una componente omogeneizzante che tende all'imposizione dei modelli dominanti occidentali sugli altri paesi, in questo caso l'affermazione e ricomparsa di lotte per il riconoscimento di identità etniche nei paesi del sud del mondo è legato a una sorta di "resistenza" all'imporsi della cultura occidentale e a un'affermazione della propria autonomia e diritto ad essere diversi.

Un secondo aspetto è legato alla già citata incertezza e mancanza di punti fissi e appartenenze stabili nella nostra epoca, è questo il caso della ripresa e riaffermazione, talora posticcia e reinventata, di identità etniche e territoriali che servono a vincere l'insicurezza e a crearsi un'identità più stabile. Questo avviene nei paesi non occidentali ma anche i quelli occidentali, ne è un esempio il caso della Lega in Italia con la sua rivendicazione di un'identità padana.

Un terzo aspetto è legato ai processi migratori, costantemente in aumento, che portano all'incontro e alla convivenza di individui portatori di culture diverse e spesso a disagi, incomprensioni e problemi nel rapporto tra gli abitanti del paese ospitante e gli immigrati. Si pone qui il problema di equilibrio tra le differenze di ciascun gruppo e il diritto di affermare la propria diversità con la

necessità di giungere a un compromesso che garantisca una convivenza civile.

Sostiene Geertz: "la concezione dell'identità culturale intesa come un campo di differenze [...] rivela, a mio avviso, un alto grado di validità generale per il mondo moderno" [1999: 69].

Dunque è sulla valorizzazione della differenza che bisognerebbe puntare. Perché si giunga a una accettazione dell'altro non "anche se" diverso ma proprio "perché" diverso occorre cambiare mentalità, riconoscere la parzialità e la plausibilità di ogni punto di vista e il valore delle differenze come arricchimento.

3.4 Identità, consumi e appartenenze.

Nel secondo capitolo si è sostenuto che nella società contemporanea il consumo ricopre un ruolo centrale e che tutti gli individui sono consumatori.

Per quanto attiene all'identità, nei paragrafi precedenti, si è sottolineato come nell'epoca attuale l'incertezza e l'instabilità siano gli attributi che meglio le si confanno.

Vediamo ora come la dimensione dei consumi entri in relazione con quella dell'identità.

Il consumo, interpretato come linguaggio, ossia come mezzo che permette di veicolare significati, appartiene alla sfera della cultura, ossia all'insieme delle pratiche attraverso cui gli individui danno senso a ciò che li circonda. Dunque, attraverso i consumi, è possibile esprimere o trovare significati e appartenenze, soprattutto in una società come la attuale che non fornisce stabili schemi entro cui condurre la propria esistenza.

"Nella definizione del consumo in quanto linguaggio ritroviamo dunque le basi fondanti del rapporto esistente tra agire di consumo e identità dell'individuo nella società contemporanea, nella quale il venir meno di uno stabile e univoco sistema di valori e significati, appare il presupposto per il riconoscimento di una pluralità di autonomi sistemi di significato, di mediazione simbolica" [Parmiggiani 1997: 170, 171].

Sostiene Fabris: "All'interno dello stesso individuo - che si qualificava per esprimere un'identità relativamente stabile nel tempo - si manifestano *tante diverse identità* che danno luogo a scelte e tipologie di consumo non solo diverse ma anche – sulla base dei vecchi paradigmi – contrastanti. Complessità significa anche eccedenza delle possibilità che si prospettano a ciascuno di noi. Una della tante manifestazioni: *l'iper-offerta* con cui ci si deve continuamente confrontare nei mercati" [2003: 26]. Questo porta alla nascita di un nuovo tipo di consumatore, espressione

dell'eclettismo identitario contemporaneo: "il nuovo consumatore – il consumatore postmoderno – è l'espressione, sul versante del consumo, di un individuo *flessibile* che ama procedere con *percorsi ondivaghi come per lo slalom, il surf, lo skate, lo snow board*. Che procede cioè in modo non lineare per perseguire i suoi scopi, si destreggia con maestria tra le tante alternative del mercato, realizza nuovi equilibri flirtando sovente con il rischio e l'avventura" [Fabris 2003: 26].

Secondo l'antropologo Friedman, le pratiche di consumo sono sempre legate alla costruzione dell'identità: "il consumo all'interno dei confini del sistema mondiale è sempre un consumo di identità, canalizzato da una negoziazione tra autodefinizione e la serie di possibilità offerte dal mercato capitalista. Il vecchio detto «sei quello che mangi», un tempo una caratterizzazione di una visione ecologica popolare dell'umanità, è straordinariamente adeguato se inteso come un atto esclusivamente sociale: mangiare è un atto di autoidentificazione, come consumare. Proteine e calorie a parte, il consumo, la metà libidica della riproduzione sociale, è un elemento significativo della definizione differenziata di gruppi e individui" [1996: 182].

Sostiene Siri: "È nel consumo (di oggetti, servizi, evasione, mezzi di comunicazione, esperienze, occasioni sociali di acculturazione) che l'uomo del terzo millennio cerca quel *making sense* della vita quotidiana di cui sembra avere bisogno e che di fatto determina le traiettorie del desiderio e del progetto, il livello di soddisfazione del vivere, la disperazione e la risposta alla morte ed alla sofferenza" [2004: 70].

Riguardo al rapporto tra consumi e identità troviamo due filoni teorici diversi che riconoscono entrambi la significatività del consumo nella costruzione dell'identità contemporanea. Però, mentre da una parte si sottolinea la possibilità per il consumatore di gestire i consumi in modo attivo e creativo per formare la propria identità, dall'altra si segnalano i rischi che

comporta basare la propria identità sui consumi, ossia la mercificazione della vita.

3.4.1 Consumo come appropriazione simbolica dei significati e costruzione creativa dell'identità.

In questo primo filone teorico si colloca la teoria di Miller.

L'antropologo ritiene che attraverso i consumi gli individui si appropriano simbolicamente dei beni e che attraverso questi gestiscano le relazioni con gli altri. Gli oggetti di per sé non sono in grado di esprimere un'identità e non hanno un significato preciso ma lo acquistano nel momento in cui le persone li ritengono importanti e attribuiscono loro un valore simbolico.

In particolare in "Teoria dello shopping", uno studio realizzato negli anni Novanta in un quartiere periferico e popolare di Londra su alcune casalinghe, si collegano le pratiche di consumo volte a comprare beni alimentari, e non solo, per la famiglia, ai rituali di sacrificio. Nel comprare i beni per i propri familiari le casalinghe li accudiscono ed esprimono il proprio amore verso di essi. Lo "shopping è soprattutto un atto d'amore che diventa, nella sua scrupolosità giornaliera, uno dei modi più significativi attraverso cui le relazioni di amore e di sollecitudine vengono realizzate nella pratica. In altre parole, il fare la spesa non rispecchia solamente l'amore ma è una delle forme fondamentali in cui l'amore viene manifestato e riprodotto" [Miller 1998: 33].

Dunque attraverso lo shopping si esprime la relazione tra la casalinga e la propria famiglia. Come si è detto Miller parla però anche di rituali di sacrificio; per porre in relazione questo e lo shopping egli si fonda su due argomenti: "il primo si baserà sulla osservazione che ambedue rappresentano un momento chiave, cioè quello in cui il lavoro di produzione si trasforma nel processo di consumo. In ambedue i casi nasce il timore di un consumo profano e materialistico, e i rituali sono quindi destinati ad

assicurare che i beni siano in primo luogo usati per riaffermare gli obiettivi trascendenti. Il secondo argomento collega sacrificio e shopping a livello di struttura. Si cercherà di dimostrare che esiste una chiara analogia tra le fasi principali del sacrificio e dello shopping, visti come riti devozionali" [1998: 101,102].

Rifacendosi al testo sul sacrificio di Hubert e Mauss ne riprende alcuni elementi di interpretazione dell'atto sacrificale: l'idea che per comprendere l'atto del sacrificio bisogna separarlo nei suoi vari momenti e poi ricomporre le varie fasi osservandole come un tutto unico e l'osservazione che "il sacrificio serve fundamentalmente a creare una relazione tra coloro che vi partecipano e un mondo trascendente o sacralizzato" [Miller 1998: 103].

Inoltre Hubert e Mauss "insistono sul fatto che il sacrificio si differenzia dalla mera consacrazione di un oggetto, in quanto nel corso del sacrificio l'oggetto viene in realtà distrutto o consumato. È proprio questo atto di consumo o di distruzione che in effetti dà al sacrificio la sua potenza speciale" [Miller 1998: 104].

Il sacrificio è un atto devozionale; se ritorniamo alla casalinga londinese possiamo riferirci ai sacrifici che essa fa per la famiglia: come nel sacrificio a sfondo religioso abbiamo degli oggetti che vengono acquisiti (acquistati) e consumati per essere trasformati in qualcosa di trascendente che va quindi oltre il semplice valore d'uso dell'oggetto stesso. Nel caso della casalinga la divinità, il soggetto che chiede, è la famiglia e il rituale vero e proprio avviene nell'acquisto dei beni fatto pensando a ciò che i familiari preferiscono e desiderano e nel successivo consumo di questi.

Miller riconosce tre fasi nel rito. Nella prima si spendono o consumano risorse in precedenza accumulate: nel rito classico, magari, i migliori frutti del raccolto o i migliori capi di bestiame, nello shopping i soldi guadagnati che vengono spesi. Nella seconda fase, quella definita dall'autore del fumo ascendente alla

divinità, abbiamo il fine di ottenere determinati risultati dal divino; nel nostro caso lo shopping viene trasformato in un'immagine astratta e la spesa acquista un significato simbolico di offerta al divino. "Il punto cruciale del rituale è la separazione di ciò che viene sacrificato in due elementi, uno dei quali viene dedicato al trascendente e l'altro torna al mondo profano" [1998: 132].

Nel caso della spesa della casalinga l'elemento che la trasforma in rituale è l'attenzione al risparmio; questo segna la differenza tra la prima fase del rito, caratterizzata dall'eccesso, e questa seconda che si distingue per la parsimonia. L'intenzione di chi va a fare la spesa è ovviamente quella di spendere, ma in realtà durante l'atto pratico dell'acquisto l'impegno e gli obiettivi sono rivolti alla possibilità di risparmiare. Quando la persona ha fatto i suoi acquisti la sua esperienza si è trasformata in un ethos che è la negazione stessa dello spendere, poiché è stata assorbita dall'attenzione al denaro che ha risparmiato [Miller 1998].

"La parsimonia [...] non ha bisogno di un motivo particolare per giustificare il risparmio. È un senso di rinvio al dopo, generalizzato ed estremamente vago e indeterminato" [Miller 1998: 137]; attraverso di essa si rifiuta il desiderio immediato per poter rendere la vita più bella di quello che sarebbe altrimenti. Lo shopping diventa in tal modo un'attività idealizzata, la cui santità viene garantita proprio dalla trasformazione del rituale in risparmio.

La terza e ultima fase consiste nel ritorno alla dimensione concreta, quotidiana e nel caso della casalinga corrisponde al dare da mangiare alla famiglia o provvedere ai bisogni di questa.

"Si può dire che nel sistema attuale del consumo provvedere al sostentamento della famiglia corrisponde a quello che nell'antico sacrificio era offrire la vittima sacrificale alla comunità in forma di cibo. È la fase finale dove ciò che non è stato dato al trascendente, in quanto si è trattato di risparmio di denaro, ritorna come cibo santificato distribuito ai commensali come se si

trattasse di ciò che rimane dell'atto sacrificale" [Miller 1998: 142].

Anche Miller sostiene che l'identità attuale sia instabile così come è l'attuale rapporto con gli oggetti di consumo, che non dimostrano di per sé la personalità dell'individuo: "lo shopping non è un possesso *per sé*, non è capace *per sé* di esprimere una personalità. Lo shopping mira ad ottenere beni o a immaginare il possesso e l'uso di beni. Quello che viene comprato viene in gran parte consumato in breve tempo.[...] Il risultato di tutto questo è che oggetti particolari non devono necessariamente essere rappresentativi di certe persone e di certi caratteri" [1998: 183]. Il senso degli oggetti emerge nel rapporto che la gente ha con essi: "i prodotti non hanno un significato in quanto né la relazione né l'identità sono una forma di linguaggio. Piuttosto, acquistano un senso, diventano importanti come strumenti per la gente che li considera importanti. Si può dire che lo shopping sia una evoluzione del sacrificio, in quanto il sacrificio tende a una tassonomia piuttosto severa dell'ordine sociale santificato dalla consumazione della vittima sacrificale. Lo shopping, al contrario, si basa su una gamma straordinariamente vasta di tipi e di scelte possibili, che si combinano con i tanti elementi complementari e contraddittori di una relazione" [Miller 1998: 196].

Anche secondo la sociologa italiana Di Nallo il consumo, di cui sottolinea le valenze interattive, può fungere da modalità privilegiata con cui gli individui si rapportano al mondo e attraverso cui veicolano significati simbolici.

Secondo l'autrice nella società contemporanea il consumo si è liberato dalla sottomissione alla logica di produzione e non è più linguaggio solo di essa, così che "si ripropone come linguaggio di se stesso. I termini di utilità, individualità e convenienza, che avevano connotato la ricerca sul consumo, vengono a perdere il loro monopolio di quadri di analisi, a favore di categorie più vaste e soddisfacenti" [Di Nallo 1997: 45].

Il consumo è come ogni linguaggio “al contempo strutturato, fluido e mutevole, in continua evoluzione, cambiamento e diversificazione” [Di Nallo 1997: 46].

Anche secondo la sociologa, il consumo ha una valenza centrale nella società contemporanea e la sua caratteristica è di essere “un’importante se non la principale area esperienziale. Ogni società ha una sua area esperienziale centrale. [...] Oggi la nuova centralità esperienziale è quella del consumo. Dove, però, lo sottolineo, il consumo non si identifica con individualismo rapace ed escludente – come la teoria critica ed i suoi eredi tendono a connotarlo – bensì esprime un modo corale di usare le cose, di confondersi con esse e stabilire rapporti umani con altri soggetti” [Di Nallo 2004: 77].

Dunque l’autrice prende le distanze dalle teorie che sottolineano le dimensioni di alienazione e mistificazione del consumo e ne sottolinea la capacità di valorizzare piani della ragione diversi da quella strumentale. “Altri piani della ragione, come la ragione dei sentimenti, quella della fede e quella estetica e altre ancora, riacquistano diritto di cittadinanza. [...] Questi e altri elementi sono segni di una nuova società del consumo, che non necessariamente sarà una società dello spreco o individualista, anzi, tenendo conto delle nuove soggettività sociali portatrici di interessi diffusi e dello stretto rapporto fra consumo e ambiente (in termini collaborativi non antitetici), sarà una società in cui la riduzione degli sprechi andrà nel segno di un’ulteriore diversificazione e varietà dei consumi” [Di Nallo 1997: 47].

Scrive Parmiggiani commentando questo approccio: “il consumo descritto dalla Di Nallo si dispone secondo principi analogici, ovvero attraverso rassomiglianze, significazioni iconiche; sembra non osservare il principio di non contraddizione, così che i comportamenti di consumo appaiono mossi da logiche e valori spesso contrastanti; infine appare il veicolo privilegiato della godibilità del presente. Sotto l’aspetto soggettivo ne deriva un concetto di consumo decisamente orientato alla mutevolezza,

che si esprime nell'emergere di una razionalità aperta e pluralistica, in grado di comprendere in sé i molteplici piani della ragione, attraverso cui l'individuo può rapportarsi alla realtà" [1997: 164].

Il sociologo italiano Fabris vede il consumatore contemporaneo come estremamente eclettico, libero e creativo nelle sue scelte. Anch'egli si rifà ad un'interpretazione del consumo come linguaggio: "potremmo ricondurre il consumo a una *forma di metalinguaggio con cui costantemente comunichiamo*, tramite le nostre scelte, a noi stessi e agli altri: un testo, anzi un *ipertesto*, che veicola messaggi che seguono *una grammatica e una sintassi e un sistema di regole*. Per cui, ad esempio, è un errore di grammatica bere il vino rosso con il pesce; di sintassi prendere il dessert prima di un antipasto; un'infrazione delle regole fumare durante un pasto" [Fabris 2003: 18].

Fabris sostiene che, nella postmodernità, è nato un nuovo tipo di uomo: "*l'homo aestheticus* che inventa nuove forme di socialità coerenti con l'epicureismo quotidiano, animato dalle emozioni, proteso ad «epifanizzare» il reale. Ed il consumo, in molte circostanze, diviene collante e maieuta di queste nuove forme di socialità" [2003: 21].

Dunque l'uomo postmoderno è volto al consumo come mezzo attraverso cui esprimere se stesso, dando spazio alle parti più irrazionali di sé, a parere dell'autore in maniera creativa e fantasiosa, orientato al ludico e al piacere. Il consumatore attuale dà più spazio alle emozioni, alla sensorialità, utilizza il consumo come segno e comunicazione della propria identità, manifesta una maggiore autonomia dal mondo della produzione, si interessa all'inedito ed al diverso. Inoltre la stessa esploratività dello shopping non si risolve la maggior parte di volte nella ricerca delle soluzioni più convenienti ma si svolge per il nuovo consumatore *flaneur*, ossia bighellone, con un orientamento al gioco e al piacere [Fabris 2003].

A parere dell'autore il consumatore attuale esige sempre più nelle sue scelte "prodotti rispettosi della sua unicità di individuo" [Fabris 2003: 46] e negli ultimi anni la subordinazione alla produzione, la passività del consumatore, che è sempre stata elevata, sembra essere stata eliminata, sostituita dalla "richiesta di un ruolo più dialettico, di una maggiore autonomia, di dialogo" [Fabris 2003: 47].

Le identità contemporanee sono instabili, molteplici e pluricentriche, "una pluralità di identità che coesistono in maniera armonica talvolta in maniera conflittuale. E che si esprimono poi anche, e forse soprattutto, tramite l'adozione di diversi modelli di consumo. Ognuno virtualmente è una molteplicità, dispone di una *molteplicità di maschere* da indossare nei diversi contesti sociali con cui deve interagire. [...] I beni che possediamo divengono il più duttile strumento a disposizione per comunicare, più o meno consapevolmente, la molteplicità delle identità. *Identità aperte e diverse* che generano, a seconda del tipo di ruolo prevalente al momento, diverse scelte e modalità di consumo" [Fabris 2003: 94].

3.4.2 Consumo come rischio nella costruzione dell'identità: la mercificazione della vita.

Tra gli autori critici verso la possibilità che il consumo possa garantire una costruzione veramente libera e creativa dell'identità dell'individuo contemporaneo troviamo Bauman.

Il mondo dei consumatori (ossia la società attuale) è per l'autore un mondo di infinite possibilità e di infiniti obiettivi seducenti che vede i suoi abitanti sempre in corsa a rincorrere offerte che paiono sempre migliori [Bauman 2002].

"Il consumatore di una società di consumatori è una creatura totalmente diversa dal consumatore di qualsiasi altra società precedente. Se tra i nostri antenati filosofi, poeti e predicatori si

ponevano la questione se si lavorasse per vivere o si vivesse per lavorare, il dilemma che più spesso si sente rimuginare oggi è se si abbia bisogno di consumare per vivere o se si viva per consumare. Qualora si sia ancora capaci di separare il vivere e il consumare, e se ne senta la necessità" [Bauman 1999: 91].

In questo mondo lo shopping diventa il modello attraverso cui si partecipa alla vita. "L'archetipo di tale particolare corsa cui ogni membro di una società dei consumatori partecipa (in una società dei consumatori tutto è una questione di scelta, tranne l'obbligo di scegliere, l'obbligo che si trasforma in una inclinazione e che dunque non è più percepito come obbligo) è l'attività dello shopping.[...] Qualsiasi cosa facciamo e qualsiasi nome assegniamo alla nostra attività, è una sorta di shopping, un'attività modellata su quella dello shopping " [Bauman 2002: 76].

In ogni attività, dal cercare il lavoro, al mantenere o creare rapporti di amicizia o di amore, ci si comporta come se si stesse facendo shopping.

Attraverso lo shopping si pone in essere un tentativo di superare il senso di incertezza che pervade la vita degli esseri umani contemporanei e si ha la percezione di essere liberi di scegliere ciò che preferiamo e che più ci si addice; questa libertà però è solo apparente poiché i suoi confini sono definiti dal mercato, da un'entità che precede e supera il consumatore

La dinamica dello shopping si pone in essere anche per quanto riguarda la costruzione e la ricerca di identità.

"Data l'intrinseca volatilità e volubilità di tutte o quasi le identità, è la possibilità di «andare a fare shopping» nel supermercato delle identità, il grado di vera o presunta libertà del consumatore di scegliere la propria identità e restarvi fedele fin quando lo desidera, a fungere da via maestra per il raggiungimento delle fantasie di identità. Acquisita tale capacità, si è liberi di fare e disfare identità a proprio piacimento. O almeno così sembra" [Bauman 2002: 89].

Allo stesso modo dei beni di consumo le identità sono sottoposte a uso e logorio, dal momento che noi siamo tutti *nel* mercato e *sul* mercato, al tempo stesso consumatori e beni di consumo. Così non bisogna meravigliarsi molto che l'uso/logorio delle relazioni umane e di conseguenza anche delle nostre identità (noi ci identifichiamo in riferimento alle persone con cui siamo in relazione) risulti sempre più simile all'uso/logorio delle automobili, seguendo quel ciclo che ha inizio con l'acquisto e termina con la discarica [Bauman 2003].

Il problema allora diventa non quello della scelta dell'identità o del cambio di questa, dal momento che sono infinite le possibilità di assumerne una o più, nuove e diverse: "selezionare i mezzi necessari per ottenere un'identità alternativa di propria scelta non è più un problema (se si ha, cioè, abbastanza denaro per acquistare tutti i necessari accessori): nei negozi c'è un qualche aggeggio che non aspetta altri che voi, pronto a trasformarvi sul momento nel personaggio che volete essere, in come volete essere visti ed essere riconosciuti" [Bauman 2003: 84]. Invece "il problema reale e la maggiore preoccupazione odierna è il dilemma opposto: quale delle diverse identità selezionare e per quanto tempo mantenerla una volta operata la scelta? [...] Non si saprà mai per certo se l'identità che si sfoggia al momento sia la migliore che si possa avere e quella che potrebbe dare maggior soddisfazione" [Bauman 2003: 85].

Dunque l'eccesso di possibilità di scelta e la conseguente indecisione, la perenne corsa a cambiare identità per trovarne una migliore sono la condanna della contemporaneità. "I beni di consumo incarnano il punto estremo di non definitività e revocabilità delle scelte e il punto estremo della facoltà di disporre a piacimento degli oggetti scelti... Cosa ancora più importante, fanno sembrare che il controllo sia nelle nostre mani. Siamo noi, i consumatori, che tracciamo la linea divisoria tra cose utili e cose da buttare. Con i beni di consumo come

partner, possiamo forse smettere di preoccuparci di finire nel bidone dei rifiuti, o forse no?" [Bauman 2003: 94].

Anche il sociologo italiano Codeluppi guarda con occhio critico il legame tra consumo di beni e ricerca di identità.

La nostra società, secondo l'autore, si caratterizza non solo per la centralità della dimensione del consumo, ma anche per il fatto che la cultura del consumo si estende ad ambiti in cui prima non era presente: "la cultura del consumo invade in maniera crescente anche ambiti – naturalmente con i relativi luoghi fisici – che nelle società capitalistiche occidentali in passato non avevano a che fare col mercato: educazione, arte, politica, sport, salute ecc." [Codeluppi 2003: 8, 9].

Dunque sembra che quello del consumatore diventi il modello generale di comportamento, applicabile in qualsiasi situazione; per gli uomini contemporanei "sembra che una sorta di «legge del consumo» regoli il funzionamento dell'intera società. Una legge che impone a tutti di comportarsi da consumatori in qualsiasi ambito sociale essi si trovino" [Codeluppi 2003: 9, 10]. La ragione di questo è probabilmente da collegare al fatto che chi vive in società complesse come le attuali trova difficile definirsi sul piano sociale impiegando le elementari variabili sociologiche di tipo tradizionale come il sesso, l'età, il reddito. Attraverso le merci e le loro marche invece gli individui riescono a collocarsi socialmente in maniera efficace, possono cioè costruirsi un'identità sociale impiegando materiali provenienti dalla comunicazione delle merci. In questo la pubblicità viene loro in aiuto proponendo identità precostituite, inquadrandole all'interno di un certo contesto sociale e connettendole anche a uno specifico stato d'animo, ma soprattutto a una particolare merce e alla sua marca. Ma quello che si genera non è che un'illusione, dal momento che le identità costruite in questo modo sono, per forza di cose, costruzioni momentanee [Codeluppi 2003].

Dunque i consumi offrirebbero una possibilità di costruzione di un'identità che però è estremamente labile, non solida, costretta

a un continuo mutamento e sottomessa alle logiche e agli interessi del mercato. Nell'analizzare la presenza e l'imporsi delle grandi multinazionali nel sistema educativo statunitense, ma talora anche italiano, Codeluppi sottolinea come "il linguaggio delle merci sostituisce il linguaggio della democrazia e il consumismo sembra essere il solo tipo di cittadinanza offerto ai bambini, per i quali la libertà della democrazia coincide con la libertà di consumare tutto quello che desiderano" [2003: 28].

Attualmente la pubblicità che viene creata per promuovere l'acquisto di prodotti, secondo Codeluppi, si trova nella fase metapubblicitaria [Codeluppi 2001], in cui "la pubblicità diventa sempre più «autoreferenziale» e cosciente del proprio linguaggio e della propria storia. Tende cioè ad avere come oggetto sempre meno il prodotto da pubblicizzare e sempre più se stessa, i propri discorsi e i propri meccanismi di comunicazione" [2001: 20].

In questo contesto un'importanza fondamentale è assunta dalla marca che viene a costituire un'entità quasi autonoma dal prodotto, "il quale spesso non può addirittura esistere e funzionare se non all'interno del mondo comunicativo proposto dalla marca. In una società come l'attuale, che appare saturata dalla comunicazione in tutte le sue forme e dove i prodotti sono sempre più uguali tra loro e dunque sempre meno coinvolgenti per i consumatori, non è più sufficiente comunicare l'esistenza di un prodotto o le informazioni rispetto a ciò che tale prodotto è in grado di offrire, ma è assolutamente necessario imporsi comunicando una specifica identità" [Codeluppi 2001: 23].

Così le marche non devono semplicemente informare su quali siano le caratteristiche del prodotto ma proporre anche dei valori, uno stile di vita, una visione del mondo.

E questo accade perché la crisi dei valori forti, caratteristici della modernità, ha fatto emergere dei valori deboli che l'individuo può momentaneamente scegliere. Così la marca non è in grado di creare nuovi valori ma può soltanto rafforzare quelli già esistenti,

allora prende uno di tali valori deboli, se ne appropria socialmente, e agisce come un attore sociale capace di proporre dei modelli di riferimento [Codeluppi 2001: 23].

L'obiettivo non è più, come avveniva negli anni ottanta del secolo scorso, quello di fare in modo che il consumatore si identifichi in un determinato stile di vita, ma quello invece "di pervenire a un'adesione nei confronti di un sistema di valori proposto dalla marca, in un mondo mentale che alcuni autori hanno definito *mindstyle*" [Codeluppi 2001: 23].

La marca dunque è andata nel tempo adattandosi al mutato consumatore, assumendone sempre più le caratteristiche di eclettismo e di mancanza di un'identità forte. "In passato, la maggior parte delle grandi marche ha ottenuto successo proprio perseguendo con coerenza nel tempo il suo progetto di identità. Ma nelle società ipermoderne la natura razionale del principio di coerenza appare sempre più anacronistica. [...] Per queste marche il consumatore comprende che dietro un certo nome non c'è una personalità coerente, ma un soggetto dall'identità vivace e dinamica alla costante ricerca di se stesso e che in questa ricerca può anche essere incoerente nelle sue manifestazioni. Anche per questo lo vive come più amabile, in quanto si comporta esattamente come lui" [Codeluppi 2001: 26, 27]. Il consumatore così, a parere di Codeluppi, tende sempre più a considerare la marca quasi fosse un individuo con cui non solo ci si può rapportare, ma che ha anche su di lui un'opinione. Questa infatti tende a rivolgersi direttamente al consumatore "poiché il suo obiettivo non è quello di produrre i prodotti, ma quello di «produrre» i consumatori, cioè di attrarre gli individui e di trasformarli in attori del suo mondo" [Codeluppi 2001: 28].

Da questa visione emerge dunque un soggetto che è condizionato dalla marca in quanto questa, facendosi simile al consumatore per eclettismo e incoerenza, cerca di attirarlo nel suo mondo, è una marca che non propone più un prodotto ma un

modo di essere ad uso dell'individuo contemporaneo dall'identità incerta e mutevole.

Personalmente trovo interessanti entrambi gli approcci sopra presentati, sia quello che sottolinea il lato attivo e creativo del consumatore contemporaneo, sia quello che mette in guardia e sottolinea i rischi che comporta la centralità e la pervasività della dimensione del consumo nella nostra società.

Del primo apprezzo la volontà di vedere in positivo la dimensione dell'ecllettismo dell'individuo di oggi in cui, effettivamente, convivono più anime non per forza coerenti. Ad esempio, accanto al bisogno di avere sempre di più e sempre l'oggetto all'ultima moda, può stare un interesse e una sensibilità ai problemi dei paesi più poveri; la diffusione dei prodotti del commercio equo solidale ed un interesse crescente verso la finanza etica ci pone di fronte a questo.

Tuttavia trovo significative le preoccupazioni delle teorie, come quella di Bauman e Codeluppi, che sottolineano i pericoli che un consumo che diventa l'unico vero luogo di affermazione dell'identità può comportare per un individuo, il quale, come si è detto, si caratterizza per l'identità incerta e le appartenenze instabili. Quando, come oggi, aumentano accanto ai consumi di beni anche i consumi di psicofarmaci e le patologie psichiatriche correlate ad ansia e depressione, qualche domanda sulla sanità degli stili di vita attuali occorre porsi.

È innegabile che il consumo come linguaggio capace di veicolare significati occupi una posizione decisiva nel mondo attuale e penso che l'individuo contemporaneo abbia da un lato le possibilità per esprimersi attraverso di esso più che in epoche passate, temo anche però che la ricerca di una identità che passi solo attraverso il consumo di oggetti possa essere limitante o comunque rischiosa.

Ritengo che il consumatore odierno, nella società dei consumi, si trovi in una situazione di tensione tra due poli che sono quello dell'opportunità e quello del rischio, e che un consumo diventato veicolo importante di significati nella costruzione di identità e nella ricerca di appartenenze, possa offrire opportunità o rischi valutabili di volta in volta a seconda dei diversi tipi di consumo e dei diversi individui.

Se poi ci spostiamo da un'ottica micro a una macro, all'interno del mercato stanno anche poteri talmente forti e al tempo stesso intangibili, che difficilmente mi fanno pensare ad un soggetto consumatore pienamente attivo.

Aggiungerei anche che spesso si dà conto di un punto di vista prettamente occidentale su questi fatti, cambiando visuale credo che si percepirebbero elementi e vissuti diversi.

Trovo comunque difficile scindere completamente le due posizioni presentate sopra, entrambe infatti danno conto di caratteristiche del consumatore che sono ben visibili nella nostra società.

Si è detto che l'ambivalenza caratterizza la nostra epoca e i fenomeni che di essa studiamo; credo che la globalizzazione ed i fenomeni ad essa correlati portino fortemente in sé questa ambivalenza, quindi ritengo che l'unico errore sarebbe interpretarli in maniera troppo rigida e unidirezionale; per il resto la lettura differente dipende dai diversi punti di osservazione e dai differenti paradigmi interpretativi.

4. Adolescenti nel mondo globalizzato.

4.1 Essere giovani nella nostra società.

Il concetto di giovane attualmente risulta essere particolarmente difficile da definire in quanto, nel momento in cui usiamo questo termine, la categoria di persone a cui ci riferiamo non è circoscrivibile in maniera univoca.

Sostiene Merico: “spesso, quando leggiamo i giornali, ascoltiamo la radio o la televisione oppure leggiamo i risultati di un sondaggio di opinione, possiamo notare, a fianco della parola giovane, l’indicazione di un intervallo di età; allo stesso modo, vi sono alcune leggi o istituzioni esplicitamente dedicate ai giovani compresi entro una determinata fascia di età. Tutti questi riferimenti sono però, nella maggior parte dei casi, discordanti tra loro. Questo significa che non vi è, nel senso comune, una chiara delimitazione del confine entro il quale si colloca anagraficamente la giovinezza” [2004: 7].

Per definire questo concetto il riferimento all’età biologica, nel caso delle scienze sociali risulta inoltre poco efficace poiché il processo di maturazione psicosociale dell’individuo non è per forza direttamente correlato all’età anagrafica.

Tutto questo ci porta a riflettere sul fatto che la giovinezza è un’età soprattutto definita in base a riferimenti sociali. “Si tratta di un concetto fluido, dai confini e dai caratteri indefiniti. La

giovinezza è infatti un'età di confine (*liminale*), che si colloca tra l'infanzia e l'età adulta. Ma, anche in questo caso, definire a priori quando termina l'infanzia e dove inizia l'età adulta è compito arduo e non sempre conveniente" [Merico 2004: 8]. La difficoltà sta nel fatto che questi confini mutano di continuo a seconda dei diversi contesti: diverse epoche storiche, società e culture, differenti strati sociali.

Se l'età è una caratteristica ascritta dell'individuo, ossia data per nascita ed indipendentemente dalla sua volontà, ed è una condizione continuamente in cambiamento, provvisoria, allo stesso tempo è definita dalle caratteristiche della società in cui il soggetto vive, la quale gli attribuisce una serie di aspettative di comportamento e di ruoli in base proprio all'età anagrafica. "Ogni *strato di età* può essere considerato, in un dato momento storico, il risultato dell'incrocio tra i processi legati agli anni di una persona e i processi sociali" [Merico 2004: 12].

Allo stesso modo ogni società divide e scandisce in fasi il corso della vita in maniera non univoca, così che non è possibile parlare di un modello universalmente riconosciuto con cui dividere i vari passaggi della vita dell'individuo. Ogni società costruisce una propria scansione di fasi della vita, la quale può essere più o meno articolata [Merico 2004].

La categoria di giovinezza è dunque sempre relativa e non estrapolabile dal contesto storico e sociale in cui viene essa stessa definita; la giovinezza è una rappresentazione sociale [Dal Lago, Molinari 2001].

"La vera questione che si pone quando si incontrano analisi e interpretazioni di un periodo storico che individuano nei «giovani» una categoria sociale autonoma è quella di documentare il carattere di costruzione sociale di questa categoria. Occorre quindi interrogarsi sia sul perché in una determinata epoca storica abbia prevalso una particolare idea di giovinezza sia sul perché alcuni modelli di identificazione abbiano prevalso su altri" [Dal Lago, Molinari 2001: 13].

Sottolineata la relatività del concetto di giovane vediamo ora come questo si presenta nella contemporaneità.

Prima di fare questo però occorre premettere che, mentre l'idea di giovane è sempre esistita fino dall'antichità, la "giovinezza sociale" compare a partire dall'Ottocento, quando risulta essere una condizione che si estende a grande parte della società.

Precedentemente la giovinezza era una condizione caratteristica solo degli appartenenti alla classe alta di sesso maschile, che potevano permettersi un periodo di relativa spensieratezza in una fase di formazione ed esplorazione che precedeva gli impegni e le occupazioni dell'età adulta. Nella modernità questa fase si democratizza, "diventando da prerogativa maschile delle classi superiori una fase *normale* del corso di vita" [Merico 2004: 25]. Dunque assistiamo a "una radicale trasformazione della sua definizione: tra il XVII e il XX secolo la giovinezza acquisisce, in particolare nei paesi occidentali, caratteri radicalmente diversi da quelli precedentemente attribuiti e diviene progressivamente, nella sua nuova definizione sociale e strutturale, elemento condiviso da tutte le classi sociali" [Merico 2004: 27].

Secondo D'Eramo [2001] dalla fine dell'*ancien régime* e della rivoluzione industriale accade alla nozione di giovinezza quel che era successo ad altre categorie sociali, come ad esempio l'istruzione e le vacanze, e cioè il suo divulgarsi a strati sempre più ampi e più bassi della popolazione. "Man mano che si allargava lo strato sociale in cui persone biologicamente adulte ed economicamente solventi erano confinate – temporaneamente – a uno stato d'irresponsabilità sociale, la nozione di giovinezza sociale (l'erede in attesa di toccare la sua eredità) si diluiva finché giovane è giunto a indicare *chiunque sia già inserito nel mercato dei consumi, ma non sia ancora entrato in quello del lavoro* e della produzione. La «giovinezza sociale», come concetto esteso a un'ampia classe media, è perciò un'invenzione ottocentesca" [D'Eramo 2001: 32].

Avvicinandoci ai giorni d'oggi e ponendo l'attenzione alla realtà italiana, occorre evidenziare che l'immagine dei giovani come un gruppo sociale distinto, con caratteristiche specifiche e l'esigenza di porre l'attenzione verso di essi, spesso perché percepiti come un problema, compare nel secondo dopoguerra, a partire dagli anni cinquanta.

“Si può affermare che solo a partire dagli anni cinquanta, e in particolare nel periodo del «boom economico», si può individuare l'autoriconoscimento dei giovani nei termini di una comune, sebbene ancora non definita, appartenenza generazionale e identità giovanile. A questo corrisponde il primo, consistente processo di riconoscimento sociale di attenzione nei confronti di quell'età e dei suoi comportamenti [Merico 2004: 100].

C'è anche chi attribuisce ai primi anni sessanta l'affermazione della giovinezza come età sociale: “esiste un'opinione largamente condivisa sul fatto che in Italia la «giovinezza» assuma il carattere di età sociale proprio a partire dai primi anni Sessanta del Novecento. La valorizzazione della giovinezza è uno degli effetti dell'allineamento del paese a modelli di capitalismo avanzato e del conseguente allargamento del mercato interno dei consumi. È la possibilità di accesso a specifici consumi, materiali e culturali, che definisce il profilo della giovinezza. [...] L'emergere di un nuovo soggetto sociale inserito nel mercato dei consumi, ma non in quello del lavoro, rappresenta un elemento di novità ma anche un'incognita per il futuro del paese” [Dal Lago, Molinari 2001: 8].

Se tra gli anni cinquanta e gli anni sessanta nel nostro paese i giovani acquistano una loro individuazione e vengono percepiti socialmente come un'entità che ha una propria caratterizzazione, anche se, come si è detto, ogni definizione di giovinezza è sempre qualcosa di sfuggente e dai confini labili, a partire dagli ultimi anni settanta il concetto diviene del tutto fluido.

Gli ultimi vent'anni del XX secolo si caratterizzano per mutamenti intensi a livello economico, politico e culturale che danno il via

alla tarda modernità o postmodernità. "Tali trasformazioni hanno mutato radicalmente gli scenari sociali, ridimensionato la portata delle grandi ideologie, frantumato le modalità di costruzione del corso di vita emerse dalla rivoluzione industriale e [...] ridefinito sostanzialmente confini, contenuti, valori e stili di vita della giovinezza" [Merico 2004: 82].

Nel capitolo precedente abbiamo già definito la tarda modernità come un periodo in cui crollano le certezze moderne e si avviano processi di individualizzazione e modalità di costruzione dell'identità sempre più slegate da punti certi. Anche la definizione di giovinezza subisce dunque il processo di "liquefazione", per dirla alla Bauman, tipico dell'epoca.

"Se la categoria di giovinezza sfugge ai modelli di storici e sociologi nella cosiddetta società industriale o fordista, essa diviene a dir poco evanescente in quella post-fordista. In generale, la naturalità «biografica» (che costituisce lo sfondo cognitivo implicito di ogni concettualizzazione della giovinezza) viene dissolta in un mondo in cui i tempi della vita sono modellati secondo linee di sviluppo virtuali e cognitive" [Dal Lago, Molinari 2001: 15].

Dal Lago e Molinari attribuiscono al mutato cambiamento dei modelli di formazione (diventata permanente) e di lavoro (che si caratterizza per un "rifluire nella privatezza e nella soggettività") [Dal Lago, Molinari 2001: 17] la perdita di senso della categoria della giovinezza. Infatti "la nuova cultura del lavoro abolisce la segmentazione dell'esistenza in fasi definite, la tradizionale articolazione temporale della biografia pubblica e privata in relazione al tempo di lavoro (infanzia, educazione, lavoro e costituzione della famiglia indipendente, riposo). Oggi, la formazione al lavoro dura tutta la vita ed è soggetta in ogni momento alle vicissitudini dell'uscita dal lavoro" [Dal Lago, Molinari 2001: 17].

Anche Merico [2004] pone l'accento su precarizzazione del lavoro e prolungamento degli studi, come causa del ritardo dell'ingresso nell'età adulta.

Se la fase di semidipendenza dalla famiglia, legata ai periodi di formazione e di primo ingresso nel mondo del lavoro, che caratterizza tradizionalmente i giovani, si prolunga per gran parte della vita e in fasce di età che vanno sempre più verso l'alto, allora la categoria di giovinezza diviene indelimitabile.

Merico sottolinea però che spesso molti giovani (definiti nel linguaggio sociologico con l'ossimoro «giovani adulti») continuano ad abitare con i genitori anche in presenza di una condizione occupazionale divenuta stabile e di un rapporto di coppia consolidato [2004: 87].

Questo evidenzia che il processo di passaggio all'età adulta, che generalmente e tradizionalmente si verificava su due assi sincronici quello della *scuola-professione* e quello della *famiglia-matrimonio* [Galland 1993], non si caratterizza più per questa sincronia; "al contrario è possibile individuare un effetto di *desincronizzazione* in base al quale la transizione sul primo asse si realizza generalmente in anticipo rispetto alla transizione sul secondo. Ciò indica un profondo mutamento culturale che vede coniugarsi aspetti quali la consapevolezza del rischio insito nella decisione di compiere scelte rigide, la conseguente volontà di conservare un ampio margine di reversibilità nella costruzione della propria biografia, la scelta di prolungare nel tempo uno stile di vita libero da responsabilità familiari" [Merico 2004: 87].

Inoltre la condizione di giovane si prolunga anche nei modelli proposti dai media: "si è sottoposti da parte dei mezzi di comunicazione di massa a continue sollecitazioni per mantenere intatta una condizione di giovinezza" del corpo e della mente [Dal Lago, Molinari 2001: 21].

In questo modo risulta quindi veramente difficile oggi definire un'età biologica ed un'età sociale della giovinezza.

“L'impressione è che i ruoli adulti tendano ad assumere modelli giovanilistici, e quelli giovanili si protraggano sempre più a lungo nel tempo, cosicché nasca una sorta di con-fusione tra le generazioni” [Donati, Colozzi 1997: 15].

È significativo il fatto che il rapporto sulla condizione giovanile in Italia, realizzato periodicamente dall'istituto di ricerca Iard a partire dal 1981, rifacendosi a campioni statistici rappresentativi, se nelle prime edizioni degli anni ottanta aveva un campione costituito da ragazzi dai 15 ai 24 anni, negli anni novanta aveva già esteso il limite ai 29 anni di età, per giungere nella rilevazione del 2000 ad estenderlo fino ai 34 anni. Questo “per poter osservare in quote statisticamente significative del campione il superamento delle ultime tappe della transizione [all'età adulta] – ovvero l'uscita definitiva dalle mura domestiche, la creazione di una nuova famiglia, la nascita del primo figlio” [Buzzi, Cavalli, De Lillo 2002: 21].

Sostiene Merico: “il problema che si pone a questo punto interessa la difficoltà di individuare i caratteri della giovinezza in un'epoca di globalizzazione, partendo dalla considerazione che la rapidità del mutamento sociale e il venire meno delle strategie biografiche consolidate producono una fase di *indeterminatezza* consistente e generalizzata” [2004: 91].

Dunque i modelli che definivano la vita giovanile fino a qualche decennio fa diventano obsoleti e si propone la difficoltà per chi appartiene a questa categoria di costruire strategie di vita per un presente e un futuro che si presentano incerti e portatori di tendenze contraddittorie. Si è già detto della situazione del lavoro, ma anche in altri ambiti, come ad esempio il consumo, si verificano contraddizioni come, ad esempio, “la crescente autonomia di spesa e consumo riconosciuta ai giovani e la difficoltà di raggiungimento dell'indipendenza economica” [Merico 2004: 91].

La giovinezza allora non si riferisce più a un gruppo di individui al suo interno omogeneo, ma nella nostra società indica un insieme

eterogeneo di individui rispetto al quale è opportuno riflettere sulle differenze piuttosto che sulle omogeneità [Merico 2004].

4.2 Adolescenza.

Introdotta il tema della giovinezza nella nostra società, andiamo ora a trattare dell'adolescenza.

Spesso i termini giovane e adolescente vengono usati come sinonimi ma, data l'attuale impossibilità, come abbiamo visto, di indicare senza dubbi chi siano i giovani, per adolescenza qui si vuole intendere un periodo della vita più circoscritto, caratterizzato da importanti cambiamenti nell'individuo e che inizia quando ha termine l'infanzia.

4.2.1 Caratteristiche dell'età adolescenziale.

Anche sull'adolescenza non tutte le teorie sono concordanti nel fissarne con precisione gli estremi di età; in particolare, se l'inizio si può far risalire alla crisi puberale che generalmente avviene attorno ai 13-14 anni (ma non è così per tutti gli individui), più difficoltoso è dire quando essa abbia fine.

Sostiene lo psicologo sociale Palmonari: "è con la *pubertà* (cioè la maturazione biologica che segna il termine della fanciullezza e che rende ogni individuo idoneo a riprodursi) che inizia l'adolescenza: poiché i fenomeni di cambiamento fisico ed emozionale connessi con la pubertà cominciano a manifestarsi in un range di età molto ampio, che può variare dai 9-10 anni ai 13-14 anni, non è possibile definire con precisione l'età che può essere universalmente considerata come l'inizio dell'adolescenza" [2001: 8].

Tuttavia se, nonostante ci possa essere una piccola variazione di età, è comunque dalla pubertà che possiamo indicare l'inizio dell'adolescenza, secondo Palmonari non è semplice precisare

quando questa abbia termine. L'autore, rifacendosi a teorie, come quelle di Freud e di Erikson, che sostengono che si è adulti quando si è in grado di "amare" e "lavorare", sottolinea che la prima tappa, ossia la capacità di impegnarsi in un rapporto intimo con un'altra persona, "è raggiunta subito dopo l'acquisizione dell'identità, cioè della consapevolezza da parte del soggetto (uomo o donna) di essere sempre la stessa persona anche se si sente cambiato, nonché di essere un individuo unico, diverso da tutti gli altri, dotato di un proprio stile nel modo di rapportarsi col mondo" [Palmonari 2001: 9]. Allo stesso modo l'identità è il criterio che permette di scegliere verso quale carriera lavorativa avviarsi.

Però, nella nostra epoca, se "si può affermare che la maggioranza degli individui ha acquisito la capacità di instaurare rapporti di intimità ed è orientato verso un certo ambito professionale nel momento in cui raggiunge la maggiore età legale (in Italia 18 anni)" [Palmonari 2001: 9], in realtà non possiamo dire con certezza che l'adolescenza finisca a 18 anni; infatti per molti individui, la maggior parte, il periodo di preparazione all'età adulta continua come anche la dipendenza economica dalla famiglia di origine.

Palmonari indica come ormai gli studiosi tendano a proporre una distinzione tra adolescenza e gioventù, indicando quest'ultima come "la fase della vita che sta fra l'adolescenza e l'età adulta vera e propria, fase resa possibile dal benessere del mondo postmoderno. La nozione di gioventù assume così un significato istituzionale riferito non a tutti i giovani, ma solamente a quelli che, dopo l'adolescenza e prima dell'età adulta, entrano in un'ulteriore fase di sviluppo" [2001: 10]; ci si riferisce in particolare a chi continua gli studi a livello universitario.

In definitiva, secondo questo autore l'adolescenza si conclude verso i 18 anni, età in cui i ragazzi sono in grado di vivere esperienze di intimità e di fare scelte lavorative o di facoltà universitaria, che significa comunque indirizzarsi verso un

percorso escludendone altri. Ma “non possiamo essere altrettanto precisi riguardo a chi, oltrepassato il limite di 18-20 anni non è in grado di stabilire rapporti di intimità, né di fare una scelta di carriera. Si può parlare, in questo caso di adolescenze prolungate? E se una sola di queste competenze fondamentale viene raggiunta? In questo caso il quadro che si prospetta è molto incerto” [Palmonari 2001: 11]. Lo stesso discorso riguarda chi si avvia verso il lavoro in età precoce; è difficile dire che in questo caso l'adolescenza finisca prima. Infatti, nella nostra cultura, anche se un ragazzo o una ragazza, a causa di particolari situazioni ed esigenze familiari, cominciano a lavorare subito dopo la pubertà, vivono comunque in un contesto che li considera adolescenti e tende a influenzare, attraverso le mode e i messaggi dei mass-media, i loro gusti, le loro scelte, le loro condotte [Palmonari 2001].

Secondo lo psicologo sociale è importante “non cedere alla tentazione di reificare il significato di adolescenza. Infatti accettare questo equivarrebbe a sostenere che tutti i ragazzi di età compresa fra gli 11-12 e i 18-19 anni hanno gli stessi problemi, gli stessi sbalzi di umore, la stesse aspirazioni al consumo, gli stessi stili di vita” [Palmonari 2001: 15] e questo indipendentemente dal genere di appartenenza, dal contesto di vita e familiare, dal tipo di scuola frequentata.

Secondo Fabbrini e Melucci: “questa difficoltà ad individuare un compimento del processo adolescenziale, non è dovuto solo ai grandi cambiamenti intervenuti nella società contemporanea, che hanno portato alla permanenza più lunga nella famiglia, alla maggior durata degli studi, alla difficoltà di ingresso nel mondo del lavoro, tutti fenomeni che ritarderebbero la conclusione di questa fase di età. La constatazione di un'adolescenza interminabile ha anche a che fare con il cambiamento delle categorie di analisi con le quali oggi osserviamo questo tempo della vita” [2000: 28].

Secondo la prospettiva fenomenologica proposta dai due autori non esisterebbe una vera fine dell'adolescenza, in quanto durante questa emergono elementi che rimarranno costanti nell'esperienza di tutte le persone anche di età più avanzata. Questi elementi hanno a che fare con il cambiamento del corpo, dell'equilibrio degli affetti, delle relazioni, processi che in questa fase raggiungono la massima concentrazione, ma che sono attribuibili anche alle età successive.

"Il cambiamento continuo, e la capacità di farvi fronte, è infatti oggi la risorsa fondamentale richiesta ad ogni adulto per muoversi nell'esperienza individuale e sociale. Le competenze ad affrontare i mutamenti riguardano la capacità di governare la tensione permanente tra i poli della continuità e della rottura" [Fabbrini, Melucci 2000: 29]. Queste competenze sono state sviluppate a partire dall'età adolescenziale in cui per la prima volta sono stati affrontati i problemi relativi al cambiamento.

Quello che Fabbrini e Melucci sostengono è che, per comprendere l'adolescenza, è inefficace definirla come uno stadio chiuso che ha un inizio e una fine e caratteristiche tali da renderlo completamente staccato dall'età adulta, ma occorre spostare l'attenzione sui processi piuttosto che sui contenuti dell'esperienza di questa età.

Comunque anche essi indicano negli anni tra i 13-14 e i 18 la fase centrale e più decisiva delle trasformazioni adolescenziali.

Scrivono questi autori: "la prospettiva fenomenologica e di processo che adottiamo non nega che l'adolescenza sia un momento di costruzione, un *unfinished business* che troverà un suo compimento. Essa sposta però l'attenzione dai *contenuti* dell'esperienza ai *processi stessi di costruzione*. È il farsi del campo ad essere ancora immaturo, perché si sta appunto costituendo, si trova nella situazione di lavori in corso. La conseguenza principale di questo spostamento dell'attenzione dai contenuti ai processi è che si può pensare all'adolescenza come un periodo che non termina, per passare definitivamente a una

età matura senza problemi e senza crisi, ma che tiene invece aperti sul resto della vita gli apprendimenti della crisi stessa" [Fabbrini, Melucci 2000: 20].

L'adolescenza in questo modo non può essere considerata solo come fase di passaggio tra infanzia e vita adulta, con la meta ultima della maturità, ma come un periodo del ciclo vitale in cui avvengono processi di trasformazione che investono la mente e il corpo, le relazioni con gli altri e col mondo [Fabbrini, Melucci 2000].

L'approccio di studio che ne consegue non è adultocentrico; l'adulto che studia i ragazzi di questa età, riconoscendo in essi problematiche ed anche potenzialità che non ha abbandonato e che lo accompagnano nella sua vita presente, si sente parte del mondo osservato.

Le trasformazioni tipiche degli adolescenti hanno a che fare con alcuni temi, generalmente riconosciuti da tutti gli approcci, "riferibili al mutare del corpo, alla costruzione di un senso di identità coerente e continua, compatibile con la mutevolezza e la variabilità; al movimento e al riassetto intrapsichico delle parti interne, al cambiamento dei valori e dei codici morali, alle modificazioni nel campo delle relazioni interpersonali, con lo spostamento dalla famiglia al gruppo dei pari" [Fabbrini, Melucci 2000: 22].

Questi cambiamenti si caratterizzano poi per la repentinità con cui avvengono, per la complessità degli elementi in gioco, per l'incertezza a cui danno luogo nel vissuto personale e, in definitiva, per la situazione di crisi a cui portano, che è uno degli attributi tipici di questo passaggio.

Vediamo brevemente come si presentano questi cambiamenti, tralasciando momentaneamente il tema dell'identità che verrà approfondito nel prossimo paragrafo.

"L'adolescenza è uno dei periodi della vita umana più contrassegnati dal cambiamento. Si tratta di un processo atteso e ineluttabile, che si pone su varie dimensioni e comporta

incertezze e smarrimenti, euforia e ansia, soddisfazione e insoddisfazione” [Palmonari 2001: 21].

A causa di questi fatti il ragazzo si trova a dover ridefinire il suo rapporto con l'esterno; è consapevole del cambiamento e impegnato ad attribuire senso a ciò che gli sta capitando.

Per quando riguarda il corpo, è evidente come nell'età adolescenziale questo subisca mutamenti repentini e intensi in un periodo relativamente breve.

“Parlare di corpo [...] a proposito dell'adolescenza, ci obbliga a considerare i clamorosi mutamenti che sono in atto in questa fase come qualcosa di più che fatti fisiologici che fanno da contorno agli eventi intrapsichici. I fatti del corpo nell'adolescenza, come in altri momenti della vita caratterizzati da intenso mutamento, mettono in moto una ridefinizione globale dell'esperienza che riguarda tutti gli aspetti della presenza [Fabbrini, Melucci 2000: 46].

Il disagio che si accompagna a questi momenti è legato proprio alla difficoltà di gestire il processo di cambiamento per la sua intensità e per la qualità dei mutamenti che agiscono esternamente e internamente.

L'adolescente è così impegnato in una ridefinizione di sé anche in relazione agli altri che si trovano nel suo campo sociale, innanzitutto la famiglia, ma anche le persone in generale con cui si rapporta.

Inoltre, proprio per lo sviluppo che interessa anche l'ambito sessuale, si affermano in modo più forte le differenze di genere, accompagnandosi spesso all'esigenza di stringere forti amicizie con individui dello stesso sesso con cui sembra più facile condividere vissuti simili. Contemporaneamente si manifestano i primi interessi sessuali e amorosi.

“La prima adolescenza è considerata da alcuni studiosi come un periodo di *intensificazione delle condotte di genere*: ragazzi e ragazze, in altre parole, sentono l'esigenza di adottare condotte

ed esprimere interessi e aspirazioni tipicamente maschili e femminili" [Palmonari 2001: 32].

Naturalmente le categorie con cui si risponde a questa esigenza cambiano a secondo di luoghi e periodi storici diversi, così oggi, ad esempio, si registra una tendenza delle femmine ad assumere con maggiore libertà e varietà di un tempo la propria identità, la quale si allontana sempre più da quella stereotipica e legata al passato che attribuiva loro il compito di occuparsi prevalentemente delle faccende domestiche. Anche da parte maschile pare che ci sia una tendenza ad interpretare in modo meno rigide le caratteristiche che per tradizione si attribuivano al loro sesso [Palmonari 2001].

"Il processo di identificazione sessuale, cioè l'assunzione nel campo della propria identità del fatto di essere maschio o femmina, matura in un universo di significati che connettono le dimensioni interne (memoria, sensazioni, vissuti profondi, affettività), col fitto sistema di rappresentazioni culturali che l'ambiente propone (codici di comportamento, modelli etici ed estetici, attribuzione di ruoli) [Fabbrini, Melucci 2000:102].

Altro elemento centrale in questa età è il rapporto con i coetanei e con il gruppo. Si è già detto della tendenza ad approfondire il rapporto con coetanei dello stesso sesso.

Generalmente si parla di gruppo dei pari "per indicare tutti i raggruppamenti (aggregati) di adolescenti della stessa fascia di età" [Palmonari 2001: 99].

Il gruppo è importante per l'adolescente perché gli permette di condividere esperienze, interessi e valori.

Esistono gruppi informali e formali; i primi si caratterizzano per la spontaneità con cui si costituiscono, "spesso senza perseguire intenzionalmente attività specifiche, dove la coesione del gruppo si fonda sull'intensità della relazione e della comunicazione fra i vari membri, nonché sulla condivisione del tempo libero, del divertimento, dell'impegno nei confronti della realtà" [Palmonari 2001:100].

Questo tipo di gruppo si forma in tutti gli strati sociali, quindi non è prerogativa solo di contesti a livello alto o basso, e generalmente si caratterizza per avere al suo interno membri che hanno esperienze omogenee o simili a livello scolastico, familiare, culturale, di comportamento e di look.

Nei gruppi formali, siano essi di tipo religioso, sportivo, socioeducativo, culturale, politico, la situazione è diversa poiché ci sono adulti che seguono e coordinano le attività e che guidano i ragazzi verso obiettivi ben definiti.

Generalmente i gruppi formali sono più frequentati nei primi anni dell'adolescenza e vengono poi abbandonati da vari membri negli anni successivi, spesso perché non ne condividono più gli obiettivi e viene manifestata una maggiore preferenza verso i gruppi informali [Palmonari 2001].

Ultimo elemento che mi preme sottolineare come tipico dell'età adolescenziale è la comparsa di una nuova capacità critica e riflessiva che permette ai ragazzi di vedersi e di riflettere su se stessi, sugli altri e sul mondo che li circonda. "A partire da questa capacità di *vedersi e poter dire su di sé*, si struttura nel campo esperienziale una dimensione verticale che è un punto di vista fino ad allora inesistente. Emergono facoltà di giudizio, capacità di valutazione, potere di orientamento. Diventa possibile comprendere logiche esistenziali più ampie che vengono espresse nelle domande sul senso della vita e della morte, perché spaziano oltre la mera esperienza, in un orizzonte che si apre alle dimensioni più profonde e spirituali dell'esistenza [Fabbrini, Melucci 2000: 36].

In questa fase si cominciano a prendere le distanze e a guardare con occhio critico gli adulti e la famiglia di origine. I ragazzi iniziano ad esprimere opinioni sui fatti e gli eventi che li circondano, sulla religione, sull'attualità e sulla politica.

"L'adolescente diviene progressivamente capace di utilizzare il *pensiero astratto* e di rappresentarsi non soltanto il mondo familiare, scolastico, sociale e politico così com'è, ma come

potrebbero essere se *certi elementi* fossero diversi e *certe altre condizioni* fossero date [Palmonari 2001: 51].

Questa nuova capacità riflessiva acquisita dagli adolescenti ci porta a introdurre il tema della riflessione su se stessi e quindi dell'identità che in questo periodo della vita si pone per la prima volta come problema a cui dare una risposta.

4.2.2 Adolescenza e identità.

L'adolescente acquisisce la capacità di pensare in termini ipotetico deduttivi, il che significa che il ragionamento avviene ora, diversamente dall'infanzia, sulla base di proposizioni verbali; il soggetto può cogliere l'idea della relatività e riflettere sul proprio pensiero [Palmonari 2001: 51].

Questa nuova capacità porta il ragazzo a riflettere su se stesso: "attraverso l'ampliamento del proprio orizzonte cognitivo e l'impiego del pensiero ipotetico-deduttivo, l'adolescente compie in modo sempre più approfondito la riflessione su se stesso, su quello che è, sul perché è quello che è e non un altro, su quello che potrebbe essere se fosse nato e cresciuto in un contesto o in un momento storico diversi" [Palmonari 2001: 54].

Tale riflessione conduce ad elaborare il concetto di sé e a distinguere tra se stessi e gli altri, tra come uno si vede e come lo vedono le altre persone, ad estendere i propri interessi e ad allargare lo spazio cognitivo, a crearsi delle aspettative per il futuro e a distinguere tra ideale e reale [Palmonari 2001: 53].

La capacità di riflessione unita alla situazione di forti cambiamenti a cui l'adolescente è sottoposto lo stimola a interrogarsi su ciò che gli sta capitando che, come si è detto, ha a che fare con un corpo che diventa diverso, con nuove modalità di relazionarsi con altri (che variano a seconda di chi si tratti: adulti o coetanei, familiari o estranei), con la percezione di nuove pulsioni e la capacità/esigenza di dare un giudizio o fare

progetti sulla propria vita e su ciò che si ha intorno. La novità con cui ha che fare l'adolescente non è solo nella percezione, comunque mutata, di ciò che lo circonda, ma nella acquisita capacità di dare una spiegazione a questo.

L'adolescenza è dunque riconosciuta come fase decisiva nella costruzione dell'identità.

Superate le fasi dell'infanzia, in cui l'identità è semplicemente vissuta, perché il bambino si trova a vivere situazioni che non ha scelto lui stesso, e un periodo preadolescenziale, in cui l'identità è più cercata e il ragazzo comincia a sperimentarsi per verificare le proprie capacità e a mettersi a confronto con gli altri, con l'adolescenza l'identità diventa riflessa [Tonolo 1999:47].

“Certamente [l'adolescente] «si incontra» ancora con situazioni non determinate da lui stesso, come avveniva nella fanciullezza. Oppure «cerca» situazioni in cui mettersi alla prova, per saggiarsi, come avveniva durante la preadolescenza. Ormai però tende a sviluppare su di sé una conoscenza decisamente più diretta e razionale. Si tratta di un lavoro interiore con cui cerca di farsi dei concetti più sistematici circa le sue qualità fisiche e intellettuali. Si sforza di definire le sue capacità sociali, gli aspetti del carattere e le proprie reazioni sentimentali. Certamente si muove ancora fra instabilità e deformazioni emozionali. Tuttavia da questa tensione di ricerca fa emergere un'immagine personale che è più unitaria e autonoma” [Tonolo 1999: 47].

I ragazzi, che si sono ormai affrancati dal sostegno degli adulti che era presente nell'età infantile, prendono in carico se stessi e si mettono alla prova sperimentando competenze e attività, sperando limiti, possibilità, errori e tentativi. “Il senso dell'identità personale, al quale si pensa normalmente come ad una *idea su di sé*, è in effetti fondato sulla possibilità di percorrere completamente la *traiettoria sensazione-azione*: in questo percorso il pensiero e il sentimento raccordano il sentire del corpo col progetto dell'agire. Gli effetti dell'azione poi, nella loro ricaduta sul soggetto che la compie, confermano o

smentiscono la presenza delle abilità, la bontà delle ipotesi e la validità delle intuizioni che stanno alla base del progetto, contribuendo così a formare il senso del valore personale e ad alimentare il senso dell'autostima" [Fabbrini, Melucci 2000: 82-83].

In precedenza si è affermato come nella nostra società il processo di costruzione identitaria sia particolarmente difficoltoso e sia caratterizzato da incertezza e instabilità. Se questo è vero per i soggetti adulti che si trovano a esperire una realtà incerta, portatrice di continui cambiamenti, a maggior ragione questo processo sarà complesso per gli adolescenti che vivono anche cambiamenti interni ed esterni sulla loro persona.

La nostra epoca è caratterizzata dal dilatarsi delle possibilità in ogni ambito e alla percezione che tutto sia possibile, questo porta ad una estrema difficoltà nella scelta e nell'azione. Mentre un tempo le scelte che si proponevano a un individuo erano piuttosto circoscritte a livello lavorativo, di luogo in cui vivere e di rapporto affettivo, oggi si dilata la rosa delle possibilità e questo crea grande incertezza negli adolescenti [Fabbrini, Melucci 2000].

"L'incertezza è un momento di arresto, di stallo, in cui si valutano i pro e i contro di una certa scelta, in cui ci si trova di fronte ad alternative che si equivalgono e per le quali spesso non si ha un criterio di valore per scegliere. [...] C'è una pressione a rispondere perché l'incertezza è uno stato di disagio; ma al tempo stesso si incontra l'ambivalenza" [Fabbrini, Melucci 2000: 92].

Questa è una situazione in cui gli adolescenti si trovano molto spesso, strettamente legata anche alla libertà di cui essi godono e che li trova però costretti alla responsabilità delle scelte in mancanza di altri che decidano per loro. Un tempo spesso erano gli adulti che imponevano sui figli le proprie decisioni, questo non era naturalmente sempre un bene ma sollevava i ragazzi dalla responsabilità della scelta che vuole dire, al tempo stesso,

attribuzione solo a se stessi di eventuali errori o sconfitte e capacità di tolleranza delle frustrazioni.

Questo del resto è il rischio che vive quotidianamente l'individuo contemporaneo, rischio che è però più forte nel ragazzo in fase di crescita e formazione identitaria.

4.3 Adolescenti e consumi.

Per quanto riguarda i consumi possiamo affermare che ciò che vale per la nostra società in generale è valido anche per gli adolescenti e che quindi le teorie interpretative su questo tema oscillano tra concezioni del consumo come modo di esprimere liberamente se stessi, quindi la propria identità, e invece il rischio di vivere solo per il consumo con la conseguente mercificazione di molti aspetti della vita.

Laffi [2000] propone una visione che pone l'accento sui rischi portati ai giovani da un mondo basato sui consumi. A parere di questo autore molte delle problematiche giovanili sono da attribuire a questo tipo di società, a "l'*overdose* di un paradigma economico che li contiene però solo in veste di consumatori, fortemente sovvenzionati dal mondo adulto, forse a risarcimento della crisi avvenuta nella trasmissione intergenerazionale di saperi e ideali" [Laffi 2000: 20].

Scrive ancora questo autore: "lo scenario di riferimento in cui sono cresciute le nostre ultime generazioni, una società che ha innalzato di anno in anno la soglia di spesa per accedere allo standard medio di vita, ha convogliato benessere e attenzioni su giovani via via in diminuzione, ha esploso le possibilità di consumo, ha innescato il miraggio della libertà e dell'autodeterminazione senza fornire tutti gli strumenti per esercitarle, ha infantilizzato il rapporto con le merci risolvendolo solo nelle sue dimensioni ludiche, estetiche e umorali. In questo contesto è avvenuta la giovanile paralisi delle scelte di vita, la

professionalizzazione delle giovani generazioni come consumatori" [Laffi 2000: 67].

La visione dell'autore sui rischi dei consumi per l'identità giovanile è estremamente negativa: "quelle adolescenziali e giovanili sono età fragili e ambigue, non strutturate e quindi facilmente manipolabili: le conseguenze pedagogiche di un'identità fondata sui consumi sono pesantemente negative perché accentuano tratti psicosociali marginalizzanti" [Laffi 2000: 71,72].

I rischi che vengono sottolineati sono quelli dello scarso interesse per ogni scelta di lavoro e di vita, perché ciò che conta è solo il consumo finale a cui si può arrivare; dell'apatia: infatti il consumo non implica passioni ma solo interesse momentaneo; dell'illusione dell'eccezionalità e della diversità che allontana dal gusto della condivisione; della volubilità, dal momento che ogni consumo e gusto ha tutto il diritto di non essere coerente e permanente nel tempo [Laffi 2000: 72].

In definitiva, se tutte le mete che caratterizzano i passaggi verso l'età adulta, ossia l'autonomia lavorativa e familiare, diventano difficili da raggiungere e quello che viene proposto è solo consumare e divertirsi, non c'è da sorprendersi del disagio che se ne genera "perché il malessere in quell'età, fatta di desiderio e di crescita, nasce anche dall'attrito fra sé, la realtà vissuta e quella ritenuta possibile, dove conta poco o nulla il passato e assai di più le proiezioni di sé (quanto si può essere ricchi, famosi, possidenti, al sicuro...) che proprio gli adulti mettono in commercio. Il vuoto di esperienza è strutturale, modelli nuovi di crescita non se ne vedono e allora il gioco è continuo e il consumo è onnivoro, alimentato nevroticamente da un esilio dalla vita adulta, mai risolto con le simulazioni di realtà" [Laffi 2000: 87].

In una ricerca su giovani milanesi e moda, a cura di Bovone e Mora [1997], le autrici, introducendo il tema del rapporto tra la nostra società, la moda e l'età giovanile, sottolineano come i

giovani siano anche soggetti attivi dei propri consumi. C'è una sorta di rapporto circolare tra l'industria, che vuole cogliere elementi provenienti dalle sottoculture giovanili per proporre nuove merci da vendere, e i giovani, che negoziano ciò che viene dal mercato in base ai propri gusti.

Da una parte "il mercato della moda è sempre più attento a cogliere i segnali che vengono dalle culture e sottoculture giovanili, gli stili espressivi dei giovani vengono spesso assunti dall'industria dell'abbigliamento e dai suoi creativi e si trasformano a loro volta in mode" [Mora 1997: 38]; tali mode si caratterizzano poi per il fatto di dovere essere nominate al plurale proprio perché vengono prodotti beni rivolti a pubblici giovanili con stili diversi. Inoltre, "dal punto di vista simbolico [tali beni] producono un'identificazione debole tra i loro fedeli osservanti, proprio perché facilmente sostituibili con altre regole altrettanto attuali presso altri segmenti di persone" [Mora 1997: 39].

Dall'altra parte occorre sottolineare "i processi interattivi e comunicativi di quei soggetti che apparentemente stanno alla fine della catena produttiva, proprio per mettere in evidenza le dinamiche di negoziazione che tali soggetti, tradizionalmente considerati passivi, sanno reggere e imporre anche agli altri livelli della catena [...]. I giovani [...] nelle loro interazioni quotidiane, se non creano moda nel senso alto del termine, almeno sperimentano ed elaborano stili che con la moda nelle sue diverse accezioni (creatività, grande industria, controcultura, omologazione, differenziazione, appartenenza ecc.) si incontrano" [Mora 1997: 39].

Pur sottolineando la complessità e l'instabilità del soggetto contemporaneo, generalmente caratterizzato dalle scelte vissute come reversibili e dalla contraddizione, cosa che, come abbiamo già sottolineato, avviene anche nei consumi, tuttavia "il processo di socializzazione rimane il percorso nel quale il soggetto incontra e struttura in un *frame* almeno cognitivamente unitario i diversi

pezzi dell'esperienza quotidiana. Attore di questo processo più di quanto lo abbiano considerato le teorie funzionaliste sulla socializzazione, il giovane conferisce senso a risorse materiali e simboliche, incontri, valori, abitudini, luoghi, ecc. e in questo modo, supportato dalle varie agenzie di socializzazione con cui entra in contatto, elabora un'immagine di sé che appare ai suoi occhi sufficientemente coerente" [Mora 1997: 41]. In questo modo la fedeltà alle mode o l'adesione a uno stile espressivo sono i segnali della costruzione di una propria visione del mondo e i luoghi e le persone frequentate, gli stili espressivi scelti e gli abiti sono indici dell'immagine di sé che i ragazzi vogliono dare e della condivisione di determinati significati [Mora 1997: 41].

In uno studio a cura di Frontori [1992] sul rapporto tra adolescenti e oggetti viene approfondito, in chiave psicologica, il rapporto tra l'adolescente, il sé e gli oggetti per lui significativi.

Si parte dall'idea che la fruizione dell'oggetto stabilisca un contatto tra questo e il soggetto, che viene a significare per quest'ultimo un'esperienza che ha a che fare con il Sé. "Sul concetto di Sé le teorie psicologiche, in particolare quelle psicoanalitiche, non mostrano accordo, né attribuiscono ad esso un significato univoco. Gli si riconosce tuttavia una funzione in relazione al vissuto soggettivo di continuità e identità (sentirsi se stessi, autorappresentarsi, collegare sensazioni corporee e vissuti emozionali) nonché ai processi di trasformazione e di sviluppo, attraverso identificazioni che modellano le relazioni del soggetto con gli oggetti animati e inanimati" [Frontori 1992: XVII].

Gli oggetti hanno un ruolo importante nella costruzione identitaria.

Pietropolli Charmet, sempre all'interno di questo studio, sostiene che occorre che gli adulti assumano nei confronti del rapporto tra adolescenti e oggetti una visione che permetta di "poter discriminare quando l'adolescente ponga l'oggetto al servizio della propria marcia evolutiva, e quando invece egli rimanga

catturato dall'illusione che la merce possa consentirgli di tenere in sospeso la definizione della propria identità e la realizzazione del proprio faticoso processo di individuazione" [1992: 13].

A parere di Frontori gli oggetti di consumo hanno un significato importante nell'adolescenza poiché in questo periodo, a causa dei grossi cambiamenti che il soggetto vive, c'è necessità di ricostruire nuove identificazioni e nuove rappresentazioni della realtà. "Siamo in un'epoca nella quale le esigenze della formazione del nuovo Sé inducono chi sperimenta a cogliere tutte le occasioni possibili che il mondo della vita offre per trovare appigli più o meno stabili e significativi alle proprie, cangianti, oscillazioni di identità. E gli oggetti entrano con evidenza in questo gioco di manipolazione della realtà che va da sogni di onnipotenza alla sperimentazione realistica della propria condizione" [Frontori 1992: 61].

Nel Quinto rapporto Iard sulla condizione giovanile in Italia [2002], un capitolo, a cura di Grossi, è dedicato ai consumi culturali.

Traendo le conclusioni sui risultati dell'indagine in questo ambito, l'autore sottolinea come i consumi culturali in rapporto ai giovani possano essere letti secondo un'ottica che li interpreta come al tempo stesso eterodiretti, ossia beni immateriali prodotti per il consumo, ed autodiretti, ossia mezzi attraverso cui i ragazzi possono costruire la propria identità, socializzare ed esprimersi [Grossi 2002: 420].

"In questa contraddizione o ambivalenza, tuttavia, si trova non solo la chiave interpretativa principale dei consumi culturali giovanili nelle società della tarda modernità come quella italiana, ma anche si annida, per così dire, il problema più generale della formazione e trasmissione della cultura generazionale e della innovazione culturale all'interno della società stessa" [Grossi 2002: 420].

Ritengo che, se è interessante osservare le pratiche attraverso cui gli oggetti, le merci, entrano a fare parte della vita delle

persone, quindi anche dei giovani, e vengono investiti di significati, nella ricerca di se stessi e di qualche punto fermo (in mancanza d'altro) a cui appigliarsi, penso anche che il bisogno contemporaneo di certezze e di identità, lasciato solo in balia dei prodotti del mercato, possa nascondere seri rischi. Inoltre la libertà di scegliere, che pare sterminata a fronte di tanta offerta, credo che sia una libertà in realtà limitata.

Per quanto attiene alla fascia di età che ci interessa, possiamo affermare che se, al giorno d'oggi, tutti ricopriamo il ruolo di consumatori, accanto ad altri ruoli come quello di lavoratori (ossia produttori), gli adolescenti, per la maggior parte ancora estranei al mondo del lavoro, risultano essere prevalentemente consumatori, anche se, proprio perché ancora non lavorano, sono solitamente consumatori a carico dei genitori.

La sfera di consumo rivolta agli adolescenti risulta essere molto ampia e questa fascia di età è fatta oggetto di molta della pubblicità veicolata dai media; sono tanti i produttori che si interessano, studiano i gusti e cercano di creare prodotti rivolti ai ragazzi. "Questo trasforma il giovane nel soggetto principe dell'estetica merceologica contemporanea, mentre i prodotti a lui destinati diventano un laboratorio per l'intero panorama del mercato delle merci. Se un certo approccio, una certa idea e, in particolare, se un certo immaginario funzionano all'interno di uno spazio così vincolato all'instabilità generazionale, infatti, è molto probabile che funzionino anche, al di fuori di quella fascia di pubblico, in un mercato compresso fra la continua accelerazione e un ormai persistente stato di crisi" [Branzaglia 1996:8].

Gli adolescenti, dal punto di vista del consumo, risultano avere un ruolo che sta tra la possibilità di essere propositivi e innovatori - infatti spesso vengono studiati i gusti giovanili per poi proporli, legati agli oggetti, sul mercato - e il rischio di essere sopraffatti dal desiderio di consumare ciò che la pubblicità propone e di seguire senza filtri i modelli proposti dai media, dal

momento che sono soggetti in fase di grandi cambiamenti e quindi portatori di incertezza, instabilità e fragilità.

I giovani d'oggi sono insomma figli del loro tempo; quindi, se l'uomo contemporaneo si caratterizza per instabilità e insicurezza, la questione diventa esponenziale in un'età da sempre legata a questi attributi. Ma non c'è solo questo e penso che i ragazzi siano anche in grado di avere un atteggiamento critico verso ciò che li circonda e talora innovativo, proprio perché l'adolescenza è anche l'età in cui si mette in discussione ciò che sta intorno.

Diventa quindi interessante, e questo è l'oggetto della ricerca che di seguito sarà presentata, osservare i modi con cui i consumi, che tanto spazio hanno nella vita e nell'orizzonte simbolico dell'uomo contemporaneo, vengono interpretati dagli adolescenti di oggi. Occorre fare questo senza eccessive demonizzazioni del consumo, che ci impediscono di vedere i meccanismi con cui l'individuo riesce a difendersi dal rischio di mercificazione della vita o ad approdare ad un utilizzo positivo e sano degli oggetti, ma anche senza inutili e irresponsabili celebrazioni, che nascondano che in realtà, se ci spostiamo da uno sguardo micro a uno macro, dietro alla produzione stanno spesso le amare contraddizioni che caratterizzano la nostra epoca. Cosa pensare se dietro le scarpe da ginnastica e il pallone che per il ragazzo occidentale simboleggiano la libertà di giocare e divertirsi con gli amici, sta il lavoro sfruttato di un bambino dall'altra parte del mondo?

Il nostro è il mondo delle ambivalenze e delle contraddizioni e cercare di interpretarlo in modo responsabile non è facile.

5. Consumi e identità tra globale e locale: una ricerca visuale su adolescenti emiliano-romagnoli.

Di seguito viene presentata la ricerca condotta su adolescenti, consumi e identità tra globale e locale.

Nel paragrafo 5.1 viene brevemente inquadrato il contesto locale al cui interno vivono gli adolescenti oggetto dell'indagine utilizzando dati statistici sulla regione Emilia-Romagna.

Nel paragrafo 5.2 si presenta la metodologia utilizzata nello svolgimento della ricerca sia per il lavoro sul campo che per l'analisi di quanto è emerso.

Nel paragrafo 5.3 sono esposti i risultati della ricerca divisi per gli ambiti tematici che sono stati analizzati nel rapporto tra adolescenti, consumi e identità: cibo, corpo/look, produzione e consumi culturali, media e tecnologie, i consumi dei migranti e le ideologie.

5.1 Il contesto locale: la regione Emilia-Romagna.

Prima di procedere alla presentazione della ricerca, spenderò alcune parole sul contesto locale al cui interno vivono i giovani che sono stati oggetto dell'indagine, ossia la regione Emilia Romagna, concentrandomi in particolare su alcune caratteristiche della popolazione residente.

Per fare questo mi sono servita di dati presenti nel testo "Crescere in Emilia-Romagna. Primo rapporto sui servizi e sulla condizione dell'infanzia e dell'adolescenza" curato dall'Osservatorio Infanzia e Adolescenza e dall'Assessorato alla promozione delle politiche sociali e di quelle educative per l'infanzia e l'adolescenza, politiche per l'immigrazione, sviluppo del volontariato, dell'associazionismo e del terzo settore, della regione in questione.

5.1.1 La popolazione e gli adolescenti residenti in Emilia-Romagna.

La regione Emilia-Romagna al 1 gennaio 2005 conta 4.151.335 abitanti, da metà degli anni Novanta fino ad oggi la popolazione ha avuto una crescita di 230.000 unità, dopo la fase stazionaria degli anni Ottanta.

Tavola 2 - Popolazione residente in Emilia-Romagna per grandi classi - Dati all'1/1/1996, 2002, 2003, 2004, 2005. Differenze in valore assoluto 2005-2004 e variazioni percentuali 2005/2004

	0-14	15-39	40-64	65 e oltre	Regione Emilia-Romagna
1/1/1996	425.717	1.346.944	1.318.417	833.874	3.924.952
1/1/2002	470.293	1.313.339	1.355.998	897.465	4.037.095
1/1/2003	483.073	1.300.649	1.367.078	908.616	4.059.416
1/1/2004	494.654	1.302.083	1.382.775	921.812	4.101.324
1/1/2005	509.166	1.298.634	1.406.145	937.390	4.151.335
differenze assolute 2005-2004	14.512	-3.449	23.370	15.578	50.011
variazioni % 2005-2004	+2,9%	-0,3%	+1,7%	+1,7%	+1,2%

Fonte: Regione Emilia-Romagna - Servizio politiche familiari, infanzia e adolescenza.
Elaborazione su dati del Servizio controllo di gestione e sistemi statistici

L'incremento è da attribuirsi all'aumento dell'immigrazione, soprattutto straniera, e ad una crescita degli indici di fecondità che va a ridurre il saldo naturale negativo (differenza tra nati e morti).

La popolazione dei minori al 1 gennaio 2005 è di 602.257 unità e rappresenta il 14,5 % del totale della popolazione.

L'aumento delle persone sotto i 15 anni, in costante crescita dal 1997, è legato anch'esso alle trasformazioni portate dai flussi migratori, dal momento che contribuiscono ad esso tanto i ricongiungimenti familiari di figli minori con i genitori già stabilitisi nella regione, quanto i nuovi nati da madri di nazionalità straniera.

I minori di nazionalità straniera residenti sono 58.387 (dato che si considera comunque sottostimato sia perché nelle anagrafi comunali gli stranieri residenti vengono segnati in ritardo, dal momento che spesso inizialmente sono ospiti di parenti ed amici, sia perché nei dati del Ministero dell'Interno i minori presenti sono computati nel permesso di soggiorno assieme al padre, sia per il fenomeno dei minori stranieri non accompagnati e degli irregolari) e rappresentano il 9,7 % di tutti i minori residenti in regione. Considerando che la popolazione straniera rappresenta il 6,2% di tutta la popolazione residente, ciò evidenzia come questa sia composta prevalentemente di bambini e giovani.

I minori stranieri risiedono soprattutto nelle province di Reggio Emilia, Modena e Bologna (il 59%).

Tavola 3 - Stranieri residenti per genere, minorenni/maggioenni all'1/1/2005

Provincia	maschi		totale	femmine		totale	totale maschi e femmine		
	minorenni	maggioenni		minorenni	maggioenni		minorenni	maggioenni	totale
Piacenza	2.302	7.667	9.969	2.061	6.706	8.767	4.363	14.373	18.736
Parma	3.133	11.379	14.512	2.813	10.399	13.212	5.946	21.778	27.724
Reggio Emilia	5.045	15.434	20.479	4.640	12.956	17.596	9.685	28.390	38.075
Modena	6.305	20.652	26.957	5.901	17.063	22.964	12.206	37.715	49.921
Bologna	6.361	21.784	28.145	5.947	21.732	27.679	12.308	43.516	55.824
Ferrara	1.185	4.110	5.295	1.075	4.924	5.999	2.260	9.034	11.294
Ravenna	2.225	8.603	10.828	1.956	7.357	9.313	4.181	15.960	20.141
Forlì-Cesena	2.424	8.442	10.866	2.115	7.086	9.201	4.539	15.528	20.067
Rimini	1.493	6.179	7.672	1.406	6.373	7.779	2.899	12.552	15.451
Regione Emilia-Romagna	30.473	104.250	134.723	27.914	94.596	122.510	58.387	198.846	257.233

Fonte: Regione Emilia-Romagna - Servizio controllo di gestione e sistemi statistici

Nella tavola 1 la classe di età dei residenti in Emilia Romagna che va dai 14 ai 17 anni, quella che interessa questa ricerca (che però si estende anche ai giovani con 18 e 19 anni) conta 125.547 unità e rappresenta il 3% della popolazione regionale.

Tavola 3 - Stranieri residenti per genere, minorenni/maggioenni all'1/1/2005

Provincia	maschi		totale	femmine		totale	totale maschi e femmine		
	minorenni	maggioenni		minorenni	maggioenni		minorenni	maggioenni	totale
Piacenza	2.302	7.667	9.969	2.061	6.706	8.767	4.363	14.373	18.736
Parma	3.133	11.379	14.512	2.813	10.399	13.212	5.946	21.778	27.724
Reggio Emilia	5.045	15.434	20.479	4.640	12.956	17.596	9.685	28.390	38.075
Modena	6.305	20.652	26.957	5.901	17.063	22.964	12.206	37.715	49.921
Bologna	6.361	21.784	28.145	5.947	21.732	27.679	12.308	43.516	55.824
Ferrara	1.185	4.110	5.295	1.075	4.924	5.999	2.260	9.034	11.294
Ravenna	2.225	8.603	10.828	1.956	7.357	9.313	4.181	15.960	20.141
Forlì-Cesena	2.424	8.442	10.866	2.115	7.086	9.201	4.539	15.528	20.067
Rimini	1.493	6.179	7.672	1.406	6.373	7.779	2.899	12.552	15.451
Regione Emilia-Romagna	30.473	104.250	134.723	27.914	94.596	122.510	58.387	198.846	257.233

Fonte: Regione Emilia-Romagna - Servizio controllo di gestione e sistemi statistici

5.1.2 Gli adolescenti e la scuola.

Dal punto di vista scolastico la fascia d'età che è stata coinvolta in questa ricerca (14-19 anni) rientra per la maggior parte tra gli studenti delle scuole secondarie di II grado, anche se tra gli adolescenti che sono stati intervistati pochissimi erano ancora alla scuola media e altri (sempre pochi) erano lavoratori o disoccupati.

Per quanto riguarda i dati sulla regione Emilia-Romagna si sottolinea un alto tasso di scolarità nelle scuole secondarie di II grado con, nell'a.s. 2004/05, 149.922 iscritti su una popolazione di 14-18 anni di 156.215 e quindi una media regionale del 95,97%.

Tavola 26 - Tasso di scolarità delle scuole secondarie di II grado. A.s. 2004/2005

Provincia	maschi			femmine			totale		
	popolazione 14-18 anni	iscritti	%	popolazione 14-18 anni	iscritte	%	popolazione 14-18 anni	iscritti	%
Piacenza	5.403	4.842	89,62	5.006	4.865	97,18	10.409	9.707	93,26
Parma	8.097	8.321	102,77	7.654	7.841	102,44	15.751	16.162	102,61
Reggio Emilia	10.345	8.527	82,43	9.560	8.199	85,76	19.905	16.726	84,03
Modena	13.867	13.892	100,18	12.945	12.715	98,22	26.812	26.607	99,24
Bologna	16.419	14.931	90,94	15.574	13.983	89,78	31.993	28.914	90,38
Ferrara	5.859	6.260	106,84	5.608	6.279	111,97	11.467	12.539	109,35
Ravenna	6.707	6.074	90,56	6.318	6.112	96,74	13.025	12.186	93,56
Forlì-Cesena	7.781	7.810	100,37	7.161	7.287	101,76	14.942	15.097	101,04
Rimini	6.127	5.963	97,32	5.784	6.021	104,10	11.911	11.984	100,61
Regione Emilia-Romagna	80.605	76.620	95,06	75.610	73.302	96,95	156.215	149.922	95,97

Fonte: Regione Emilia-Romagna - Servizio politiche familiari, infanzia e adolescenza. Elaborazione su dati MIUR e Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia-Romagna

Negli ultimi anni, a partire dall'a.s. 2000/01 fino ad arrivare all'a.s. 2004/05 si è registrato un aumento degli iscritti nelle scuole superiori di circa l'8,7%.

Tavola 24 - Alunni iscritti alle scuole secondarie di II grado. Aa.ss. 2000/01-2004/05

Provincia	a.s. 00/01	a.s. 01/02	a.s. 02/03	a.s. 03/04	a.s. 04/05
Piacenza	8.885	8.914	8.954	9.354	9.707
Parma	15.340	15.201	15.541	15.941	16.162
Reggio Emilia	14.243	15.145	15.739	14.412	16.726
Modena	24.307	24.691	25.097	25.798	26.607
Bologna	23.719	25.305	27.622	26.881	28.914
Ferrara	12.530	12.381	12.550	11.760	12.539
Ravenna	11.815	11.833	11.947	12.050	12.186
Forlì-Cesena	14.424	14.412	14.543	14.957	15.097
Rimini	11.534	11.593	11.601	11.771	11.984
Regione Emilia-Romagna	136.797	139.475	143.594	142.924	149.922

Fonte: Regione Emilia-Romagna - Servizio politiche familiari, infanzia e adolescenza. Elaborazione su dati MIUR e Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia-Romagna

Per quanto attiene alla scelta delle scuole è aumentato negli ultimi anni il numero degli iscritti ai licei a discapito degli istituti tecnici, la situazione è stabile invece negli istituti professionali.

Tavola 25 - Alunni iscritti alla scuola secondaria di II grado, per tipo di istruzione. Scuole statali, scuole non statali, totale delle scuole. Emilia-Romagna. Anni scolastici 2000-01; 2003-04; 2004-05. Valori assoluti e percentuali

anno scolastico	tipo istruzione	valori assoluti			valori percentuali		
		scuola statale	scuola non statale	totale	scuola statale	scuola non statale	totale
2001-02	licei	41.935	2.957	44.892	31,3	36,9	31,7
	ist. tecnici	53.263	3.634	56.897	39,8	45,4	40,1
	ist. professionali	33.529	1.130	34.659	25,1	14,1	24,4
	ist. artistici	5.066	283	5.349	3,8	3,5	3,8
2003-04	licei	45.782	3.020	48.802	32,9	44,1	33,4
	ist. tecnici	53.773	2.874	56.647	38,6	41,9	38,8
	ist. professionali	33.671	961	34.632	24,2	14,0	23,7
	ist. artistici	5.950	0	5.950	4,3	0,0	4,1
2004-05	licei	48.335	3.208	51.543	34,0	45,7	34,5
	ist. tecnici	53.904	2.828	56.732	37,9	40,3	38,0
	ist. professionali	33.975	982	34.957	23,9	14,0	23,4
	ist. artistici	6.088	0	6.088	4,3	0,0	4,1

Fonte: Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia-Romagna²¹

Gli alunni iscritti nelle scuole professionali nell'a.s 2004/05 sono 35.141, con una prevalenza maschile su quella femminile e con una distribuzione diversa nelle province che registra le maggiori iscrizioni a Modena, Reggio Emilia e Bologna.

Tavola 29 - Alunni iscritti alle scuole professionali. Aa.ss. 2000/01-2004/05

Provincia	a.s. 00/01	a.s. 01/02	a.s. 02/03	a.s. 03/04	a.s. 04/05
Piacenza	1.415	1.416	1.370	1.543	1.631
Parma	2.259	3.213	3.143	3.129	3.019
Reggio Emilia	3.062	3.933	4.208	4.104	4.432
Modena	5.779	6.426	6.406	6.481	6.520
Bologna	5.078	5.658	5.973	5.944	5.986
Ferrara	3.206	3.439	3.492	2.768	3.315
Ravenna	3.777	3.844	3.859	3.823	3.796
Forlì-Cesena	3.503	3.595	3.514	3.718	3.709
Rimini	2.568	2.675	2.714	2.748	2.733
Regione Emilia-Romagna	30.647	34.199	34.679	34.258	35.141

Fonte: Regione Emilia-Romagna - Servizio politiche familiari, infanzia e adolescenza. Elaborazione su dati MIUR e Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia-Romagna

Tavola 30 - Alunni iscritti nelle scuole professionali. A.s. 2004/2005

Provincia	maschi		femmine		totale v.a.	%
	v.a.	%	v.a.	%		
Piacenza	890	54,57	741	45,43	1.631	4,64
Parma	1.634	54,12	1.385	45,88	3.019	8,59
Reggio Emilia	2.384	53,79	2.048	46,21	4.432	12,61
Modena	3.831	58,76	2.689	41,24	6.520	18,55
Bologna	3.174	53,02	2.812	46,98	5.986	17,03
Ferrara	1.697	51,19	1.618	48,81	3.315	9,43
Ravenna	2.190	57,69	1.606	42,31	3.796	10,80
Forlì-Cesena	1.843	49,69	1.866	50,31	3.709	10,55
Rimini	1.642	60,08	1.091	39,92	2.733	7,78
Regione Emilia-Romagna	19.285	54,88	15.856	45,12	35.141	100,00

Fonte: Regione Emilia-Romagna - Servizio politiche familiari, infanzia e adolescenza. Elaborazione su dati MIUR e Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia-Romagna

Per quanto riguarda gli adolescenti con origine straniera, negli ultimi anni si è registrato un aumento degli iscritti alle scuole secondarie di II grado del 66%. Questo è da legare al maggior numero di adolescenti stranieri che stanno omologando il loro percorso scolastico a quello dei coetanei italiani, anche se è tra i giovani di origine straniera che si manifesta il maggior numero di insuccessi scolastici.

Tavola 37 - Alunni con cittadinanza non italiana e nomadi nelle scuole secondarie di II grado. Aa.ss. 2000/01-2004/05²⁷

Provincia	a.s.00/01	a.s.01/02	a.s.02/03	a.s.03/04	a.s.04/05
Piacenza	118	202	314	461	583
Parma	275	431	545	752	898
Reggio Emilia	308	518	752	793	1.222
Modena	551	817	996	1365	1.706
Bologna	454	709	947	1238	1.504
Ferrara	90	151	249	279	406
Ravenna	160	211	322	412	473
Forlì-Cesena	154	239	326	474	641
Rimini	752	773	918	938	1.115
Regione Emilia-Romagna	2.862	4.051	5.369	6.712	8.548

Fonte: Regione Emilia-Romagna - Servizio politiche familiari, infanzia e adolescenza. Elaborazione su dati MIUR e dell'Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia-Romagna

Tavola 40 - Alunni con cittadinanza non italiana e nomadi nelle scuole secondarie di II grado. A.s. 2004/2005

Provincia	nomadi	alunni con cittadinanza non italiana		alunni con cittadinanza non italiana	totale alunni	totale alunni iscritti	%
		maschi	femmine				
Piacenza	5	294	284	578	583	9.707	6,01
Parma	0	464	434	898	898	16.162	5,56
Reggio Emilia	1	653	568	1221	1.222	16.726	7,31
Modena	9	943	754	1697	1.706	26.607	6,41
Bologna	0	706	798	1504	1.504	28.914	5,20
Ferrara	0	213	193	406	406	12.539	3,24
Ravenna	0	207	266	473	473	12.186	3,88
Forlì-Cesena	0	309	332	641	641	15.097	4,25
Rimini	1	553	561	1114	1.115	11.984	9,30
Regione Emilia-Romagna	16	4.342	4.190	8.532	8.548	149.922	5,70

Fonte: Regione Emilia-Romagna - Servizio politiche familiari, infanzia e adolescenza. Elaborazione su dati MIUR e Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia-Romagna

Il maggior numero di alunni con cittadinanza non italiana frequenta la scuole professionali raggiungendo nell'a.s. 2004/05 il 12% degli iscritti. Su un totale di 12.776 stranieri iscritti alle scuole superiori 4.212, quindi un terzo, frequenta le scuole professionali.

Tavola 41 - Alunni con cittadinanza non italiana e nomadi nelle scuole professionali. A.s. 2004/2005

Provincia	nomadi	alunni con cittadinanza non italiana		alunni con cittadinanza non italiana	totale alunni	totale alunni iscritti	%
		maschi	femmine				
Piacenza	5	165	137	302	307	1.631	18,82
Parma	0	174	170	344	344	3.019	11,39
Reggio Emilia	1	380	313	693	694	4.432	15,66
Modena	9	564	382	946	955	6.520	14,65
Bologna	0	341	379	720	720	5.986	12,03
Ferrara	0	119	86	205	205	3.315	6,18
Ravenna	0	112	125	237	237	3.796	6,24
Forlì-Cesena	0	146	166	312	312	3.709	8,41
Rimini	1	262	191	453	454	2.733	16,61
Regione							
Emilia-Romagna	16	2.263	1.949	4.212	4.228	35.141	12,03

Fonte: Regione Emilia-Romagna - Servizio politiche familiari, infanzia e adolescenza. Elaborazione su dati MIUR e Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia-Romagna

A livello nazionale la regione Emilia Romagna è al primo posto per numero degli iscritti stranieri sul totale delle iscrizioni oltrepassando il valore dell'8% e ponendosi in testa rispetto a regioni come Lombardia e Veneto, di più antica industrializzazione e interessate anch'esse a forti flussi migratori.

5.2 Metodologia.

5.2.1 Obiettivi e ipotesi della ricerca.

5.2.1.1 Obiettivi.

Con questa ricerca mi sono proposta di affrontare il tema dell'identità e dei consumi degli adolescenti, alla luce dei cambiamenti portati sulla cultura e sugli individui contemporanei dalla globalizzazione.

L'obiettivo dell'indagine è stato quello, in primo luogo, di cogliere attentamente i mutamenti che sono avvenuti nelle città emiliano-romagnole, scenario al cui interno vivono i soggetti studiati, a seguito della progressiva interdipendenza che si è andata a creare tra le diverse parti del mondo e che ha portato a una circolazione sempre più veloce di persone, oggetti di consumo, immagini e comunicazione.

Ho rivolto l'attenzione in particolare a quanto questi processi sono percepibili visualmente.

Come si è avuto modo di sostenere nei precedenti capitoli, l'introduzione sempre più frequente nelle società contemporanee di elementi culturali (oggetti, cibi, prodotti mediali, eccetera) originari di altre parti del mondo e l'immigrazione sono solo alcuni dei portati, a livello culturale, della globalizzazione; al tempo stesso, la nuova valorizzazione del locale, il bisogno e la ricerca di nuove appartenenze, le chiusure e le aperture al nuovo, all'altro e al diverso sono un altro aspetto dello stesso

processo. Mi sono focalizzata dunque sul rapporto tra globale e locale.

In secondo luogo, sono andata ad esaminare come questi cambiamenti si sono ripercossi sull'identità degli adolescenti emiliano-romagnoli, sui loro consumi e sulle loro mode e quindi sulla visione di loro stessi e dell'altro da sé.

L'ambito di studio verso cui volge l'attenzione questa ricerca è quello che Beck [2005] definirebbe il "cosmopolitismo banale"; questo appare quotidianamente "nel fatto che le distinzioni tra noi e gli altri, tra nazionale e internazionale si mescolano vorticosamente" [2005: 22], quindi ogni luogo, ogni città diventa teatro di esperienze universali e di intrecci che spingono a ripensare il rapporto tra luogo e mondo. Ciò avviene in modo molto evidente negli elementi che hanno a che fare con la vita quotidiana e con il tempo libero.

L'autore sostiene che per studiare il mondo attuale occorre assumere uno sguardo cosmopolita che significa "senso del mondo, senso della mancanza di confini. Uno sguardo quotidiano, vigile sulla storia, riflessivo. Uno sguardo dialogico capace di cogliere le ambivalenze nel contesto delle differenze che sfumano e delle contraddizioni culturali" [Beck 2005: 14].

Infatti la nostra realtà non può più essere indagata facendo riferimento allo stato, alla nazione, sfere interpretative che sono state superate dall'attuale stato delle cose. Oggi occorre leggere la realtà con uno sguardo cosmopolita e anche con un cosmopolitismo metodologico che è ciò che ci permette di interpretare le ambivalenze che stanno all'interno della nostra società, gli intrecci tra globale e locale, tra provinciale e cosmopolita, senza che una cosa escluda l'altra. L'identità contemporanea si basa infatti sulla "logica «sia...sia» della distinzione inclusiva. Viene tracciata un'immagine della propria identità che si serve liberamente della struttura componibile delle identità mondiali e configura l'immagine di sé come progressiva inclusività" [Beck 2005: 15].

Il cosmopolitismo banale è ben visibile nei consumi che sono particolarmente soggetti a mescolamenti e intrecci, sia per il fatto che molte merci, ad esempio, portano un marchio nazionale ma sono assemblate in diverse parti del mondo, ma anche perché "il cosmopolitismo stesso è diventato una merce. La lucentezza della differenza culturale si vende bene. Di conseguenza, le immagini di un mondo di mezzo, del corpo nero, della bellezza esotica, della musica esotica, del cibo esotico e così via vengono cannibalizzate su scala globale, reinscenate e consumate come prodotti per i mercati di massa" [Beck 2005: 58]. Così ad esempio chi ascolta musica nera o porta su di sé simboli di quella cultura non è tenuto ad identificarsi per forza con la cultura cui questi appartengono ma comunque porta messaggi che travalicano i confini e penetrano in spazi lontani da quelli in cui hanno avuto origine.

Un altro esempio che riporta l'autore è quello dei ristoranti indiani che sono stati inventati dagli immigrati a Londra e poi sono comparsi in India dove, nella cultura tradizionale, non esisteva il ristorante pubblico.

Da un punto di vista metodologico secondo Beck "non è necessario studiare il globale in modo totalmente globale. Possiamo sviluppare [...] un nuovo empirismo, adeguato e dotato di sensibilità storica per le conseguenze ambivalenti della globalizzazione" [2005: 118].

Facendo studi qualitativi sul campo, secondo l'autore "si può infrangere il sortilegio che porta a confondere l'unità di analisi – il «locale» - con la questione della realtà della cosmopolitizzazione e del modo in cui essa si manifesta e può essere studiata sul piano del locale. Il particolare non è il particolare, bensì, nello stesso tempo, il globale, così come il globale non è il globale, ma il particolare che è locale" [Beck 2005: 121,122]. Così è possibile distinguere le unità di analisi "dagli intrecci e dalle compenetrazioni translocali e transnazionali che a questo livello (ma anche a livello nazionale e

transnazionale) possono essere studiati nei loro processi di formazione e nelle loro forme di espressione" [Beck 2005: 122]. Sguardo e metodologie, in definitiva, devono essere pronte a percepire gli intrecci senza rifarsi a approcci interpretativi che si riferiscono alla nazione come quadro al cui interno leggere i cambiamenti.

Avendo interesse a cogliere i vissuti interiori, le opinioni, insomma il punto di vista degli adolescenti, la scelta metodologica si è orientata verso tecniche di ricerca qualitativa e visuale, più appropriate ad indagare queste dimensioni in maniera approfondita.

La necessità di un approccio qualitativo, connessa oggi a una generale richiesta di qualità in tanti ambiti, nasce da una serie di esigenze legate soprattutto alle caratteristiche della società contemporanea. Melucci [1998] spiega quali queste siano, ne cito alcune: innanzitutto i processi di individualizzazione delle società complesse determinano che gli individui si concepiscano come soggetti autonomi d'azione, "ciò assegna all'esperienza individuale un ruolo e un valore molto importanti: di qui nasce l'attenzione verso la dimensione esperienziale del singolo individuo che non può essere affrontata in termini conoscitivi unicamente con gli strumenti della ricerca quantitativa e spinge verso la necessità di adottare metodi di tipo qualitativo" [Melucci 1998: 18].

Altro aspetto è l'importanza della dimensione quotidiana come spazio al cui interno gli individui costruiscono il senso delle loro azioni, sempre più prodotto attraverso le relazioni e quindi "ciò sposta l'attenzione verso le dimensioni culturali dell'azione umana e accentua l'interesse e l'importanza della ricerca di tipo qualitativo [Melucci 1998: 19].

Inoltre "il consumo è uno dei comportamenti attraverso cui si afferma l'individualità e gli individui consumatori esigono prodotti che attraverso la capacità di incorporare fattori non materiali si distinguano per le loro differenze qualitative" [Melucci 1998: 19].

Infine un aspetto tipico della nostra società è anche quello della differenziazione e dei processi che sottolineano le differenze culturali, territoriali e individuali, anche queste difficilmente indagabili con metodi di ricerca quantitativi e tendenti alla standardizzazione [Melucci 1998:19].

5.2.1.2 Ipotesi.

Quando si affronta il tema della globalizzazione e poi, più nello specifico, quello del rapporto tra globalizzazione e identità culturale, tanto a livello teorico e di studio della letteratura sull'argomento, quanto a livello empirico con la ricerca sul campo, l'impressione che se ne trae è quella di una enorme complessità, incertezza, impossibilità di appoggiarsi a punti certi. Tale percezione mi ha portato a ritenere e poi verificare che è impossibile trovare nel mondo reale esempi concreti di elementi culturali e di oggetti di consumo che possono essere inseriti, senza dubbi e perplessità, nelle categorie di globale, locale e glocale, ma, ancora una volta, la realtà ha superato l'immaginazione e l'impressione che ne ho tratto è quella di una presenza di intrecci, mescolamenti, cambiamenti, difficilmente inseribili in categorie chiuse.

La globalizzazione, che a un primo sguardo può apparire un processo unidirezionale che da occidente si irradia in tutto il mondo, portando con sé elementi culturali e modelli di consumo, prevalentemente americani, che sembrano doversi imporre dappertutto, ad una indagine più attenta pare avere dinamiche più complesse, in particolare a livello culturale. Se è vero che a livello economico si assiste a una enorme prepotenza dei paesi occidentali sugli altri paesi, a livello culturale la situazione si fa più sfaccettata e accanto a spinte omogeneizzanti, vi sono spinte che, in ogni paese, portano alla differenziazione, alla rielaborazione di modelli culturali importati dall'estero e talora,

anche se meno frequentemente, alla diffusione di elementi culturali provenienti da oriente e dai sud del mondo.

Inoltre il rapporto tra consumi e identità, che è così centrale nella nostra società, dà luogo a dinamiche diverse, oscillanti tra la possibilità di utilizzare attivamente il consumo per esprimere una parte della propria personalità, al rischio di diventare schiavi dei consumi applicando le dinamiche consumistiche ad ogni aspetto della nostra vita o a dimostrare un eccessivo culto verso certi oggetti senza i quali, per alcune persone, pare impossibile vivere.

L'ipotesi con cui sono andata sul campo, e che al tempo stesso la prima fase di osservazione ha contribuito ad alimentare, era che la complessità della realtà attuale, il mescolamento che si verifica a livello culturale e il rapporto che lega fortemente consumo (inteso come linguaggio capace di veicolare significati) e identità nella dinamica ambivalente di cui si è appena detto, siano elementi che vanno ad agire anche e forse in particolar modo sull'identità e sulle appartenenze adolescenziali, sulla percezione che questi soggetti hanno del mondo in cui vivono e degli altri che incontrano o con cui si relazionano.

Iniziando la ricerca mi aspettavo che una realtà incerta, complessa e portatrice di continui mescolamenti culturali andasse ad agire su soggetti che, già per l'età che hanno, si trovano a vivere continui cambiamenti interiori ed esteriori, suscitando effetti di particolare interesse e strategie di "sopravvivenza" in un mondo difficile, degne di attenzione.

Devo dire che l'aspettativa è stata confermata dalla realtà, quello che invece non potevo immaginarmi è il "come" questa complessità sia gestita dai giovani che ho studiato e che emerge dalle interviste in cui mi hanno esposto il loro punto di vista.

5.2.2 I soggetti della ricerca.

Trattandosi di una ricerca condotta con tecniche qualitative non possiamo parlare di campione statistico ma di insieme di riferimento empirico ossia, secondo la definizione che ne dà Cipolla, di "somme o sistemi o complessi o unità di fatti o relazioni sociali che non aspirano ad essere rappresentativi, ad andare oltre se stessi[...]. Si tratta evidentemente di entità empiriche che non hanno le caratteristiche tecniche per potersi definire «campioni» e che entrano in un disegno strategico di ricerca secondo altri percorsi (esemplificativo, informativo, indeterminato)" [1988: 193].

Del resto il mio obiettivo non era quello di ottenere risultati generalizzabili ma cogliere atteggiamenti e opinioni personali che attraverso tecniche quantitative non avrei potuto ottenere con lo stesso grado di approfondimento.

I soggetti che sono stati intervistati sono 69 adolescenti (29 femmine e 40 maschi) di età compresa tra i 14 e i 19 anni, residenti in Emilia Romagna, più precisamente nelle province di Bologna, Modena, Forlì-Cesena e Ravenna. 16 di questi provengono da famiglie di origine straniera, quindi hanno genitori nati all'estero, tra questi alcuni sono nati anch'essi all'estero e altri in Italia; 5 sono adottivi nati in paesi extraeuropei.

Nella scelta dei soggetti da intervistare, pur non avendo finalità statistiche di rappresentazione della popolazione adolescente residente in Emilia-Romagna, si è avuto cura di scegliere giovani provenienti da ambienti diversi sul piano sociale, scolastico o lavorativo (alcuni dei soggetti, pochissimi, lavorano) e familiare, puntando l'attenzione anche verso soggetti con origini in zone (regioni, nazioni) diverse da quella di residenza, l'Emilia Romagna infatti si caratterizza per una immigrazione proveniente

tanto da altre regioni d'Italia che, in particolare, da paesi extracomunitari.

Per procedere al "reclutamento" dei giovani da intervistare sono state seguite diverse strade, riassumibili in due tipi di contatto:

1) contatti con persone che per professione seguono adolescenti in vari tipi di attività, scolastiche o di tempo libero:

-educatori che seguono gruppi informali di adolescenti che abitano in zone a "rischio" delle città, proponendo loro attività di diverso tipo con funzione di prevenzione del disagio;

-insegnanti e presidi di scuole superiori;

-allenatori di gruppi sportivi.

2) contatti a "catena" o "palla di neve": richiesta a conoscenti di presentarmi soggetti disponibili all'intervista e ai già intervistati di trovare amici che volessero partecipare alla ricerca.

Nella tabella che segue è riportato l'elenco dei soggetti (casi) intervistati con una serie di attributi quali: sesso, età, provincia di residenza, luogo di nascita, professione, tipo di scuola frequentata e luogo di nascita, titolo di studio, professione dei genitori.

Alcune caselle risultano vuote quando gli intervistati non hanno saputo o voluto fornire determinati dati.

Tabella 1 - casi

Casi	Et à	Ses so	Provin cia Reside nza	Luogo di Nascita	Profess ione	Tipo di scuola frequentat a	Luogo di nascita madre	Luogo di nascita padre	Titolo di studio madre	Titolo di studio padre	Professio ne madre	Professio ne padre
1	18	F	Modena	Modena	Stud.	Liceo classico	Modena	Modena	Diploma	Diploma	Impiegata	Impiegato
2	15	F	Modena	Modena	Stud.	Liceo scientifico	Modena	Modena	Diploma	Laurea	Maestra asilo nido	Commerci alista
3	19	F	Modena	Perù	Stud.	Liceo scienz.soc.	Modena	Modena	Diploma	Diploma	Impiegata	Impiegato
4	18	M	Modena	Perù	Stud.	Liceo scientifico	Modena	Modena	Diploma	Diploma	Impiegata	Impiegato
5	17	M	Modena	Perù	Stud.	Liceo socio-psico-pedag	Modena	Modena	Diploma	Diploma	Impiegata	Impiegato
6	14	F	Modena	Modena	Stud.	Liceo scienz.soc.	Modena	Modena	Laurea	Diploma	Impiegata	Odontotec nico
7	18	M	Modena	Modena	Stud.	Liceo classico	Carpi (MO)	Modena	Diploma	Laurea	Pensionat a	Medico
8	14	M	Modena	Modena	Stud.	Liceo scientifico	Carpi (MO)	Modena	Diploma	Laurea	Pensionat a	Medico
9	14	F	Modena	Modena	Stud.	Liceo classico	Modena	Palermo	Diploma	Media inf.	Impiegato	Insegnant e

Casi	Et à	Ses so	Provin cia Reside nza	Luogo di Nascita	Profess ione	Tipo di scuola frequentat a	Luogo di nascita madre	Luogo di nascita padre	Titolo di studio madre	Titolo di studio padre	Professio ne madre	Professio ne padre
10	16	F	Modena	Formigine (MO)	Stud.	Liceo scienz.soc.	Sassuolo (MO)	Modena	Media inf.	Media inf.	Operaia	Impiegato
11	14	F	Modena	Modena	Stud.	Ist. d'arte	Modena	Nonantola (MO)	Diploma	Media inf.	Pensionata	Operaio
12	16	M	Modena	Napoli	Stud.	Professional e	Napoli	Napoli	Media inf.	Media inf.	Assistente anziani	Operaio caposq.
13	14	F	Modena	Modena	Stud.	Liceo scienz.soc.	Mantova	Modena	Diploma	Diploma	Promoter centri com.	Operaio Metalm.
14	14	F	Modena	Modena	Stud.	Liceo scienz. soc.	Modena	Modena	Diploma	Diploma	Impiegata	Propriet. officina
15	18	F	Modena	Madagascar	Stud.	Ist. d'arte	Modena	Modena	Diploma	Media inf.	Ragioniera	Gestore Supermercato
16	16	M	Modena	Scandiano (RE)	Stud.	Ist. tecnico	Sicilia	Basilicata			Casalinga	Meccanico
17	14	F	Modena	Modena	Stud.	Scuola media	Modena	Napoli			Giornalaia	Fornaio
18	14	M	Modena	Napoli	Stud.	Ist. tecnico	Napoli	Napoli			Assistente anziani	Gruista

Casi	Et à	Ses so	Provin cia Reside nza	Luogo di Nascita	Profess ione	Tipo di scuola frequentat a	Luogo di nascita madre	Luogo di nascita padre	Titolo di studio madre	Titolo di studio padre	Professio ne madre	Professio ne padre
19	16	F	Modena	S.Giovann i Rot.	Stud.	Liceo classico	Crucoli (CR)	Manfred onia (FG)	Diploma	Diploma	Impiegata	Impiegato
20	17	M	Modena	Napoli	Stud.	Ist.tecnico	Napoli	Napoli	Laurea	Diploma	Impiegata	Tecnico manutenz ione aeroporto
21	17	M	Modena	Marocco	Stud.	Professional e	Marocco	Marocco	Media inf.	Element are	Casalinga	Operaio
22	16	M	Modena	Modena	Stud.	Professional e	Ghana	Ghana			Addetta pulizie	Magazzini ere
23	18	M	Bologna		Stud.	Liceo classico						
24	18	F	Bologna	Bologna	Stud.	Liceo classico	Cosenza	Bologna	Laurea	Diploma	Dirigente	Impiegato
25	16	M	Bologna	Cassano all'olonio	Stud.	Liceo classico	Cosenza	Cosenza	Laurea	Laurea	Biologa	Medico
26	16	M	Bologna	Bologna	Stud.	Liceo classico	Abruzzo		Laurea	Laurea	Docente università	

Casi	Et à	Ses so	Provin cia Reside nza	Luogo di Nascita	Profess ione	Tipo di scuola frequentat a	Luogo di nascita madre	Luogo di nascita padre	Titolo di studio madre	Titolo di studio padre	Professio ne madre	Professio ne padre
27	16	M	Bologna		Stud.	Liceo classico						
28	16	M	Bologna	Bologna	Stud.	Liceo classico	Romagn a	Bologna			Casalinga	Industrial e
29	17	M	Bologna		Stud.	Liceo classico						
30	17	F	Bologna		Stud.	Liceo classico						
31	17	M	Bologna	Marche	Stud.	Liceo classico						
32	19	F	Bologna	Bologna	Stud.	Liceo classico						
33	18	F	Bologna	Bologna		Liceo classico						
34	19	F	Bologna	Bologna	Stud.	Liceo classico						
35	18	M	Bologna	Bologna	Stud.	Liceo classico	Bologna	Bologna	Media inf.	Diploma	Casalinga	Impiegato

Casi	Et à	Ses so	Provin cia Reside nza	Luogo di Nascita	Profess ione	Tipo di scuola frequentat a	Luogo di nascita madre	Luogo di nascita padre	Titolo di studio madre	Titolo di studio padre	Professio ne madre	Professio ne padre
37	17	M	Bologna	Macedonia	Stud.		Macedonia	Macedonia				
38	18	F	Bologna	Bologna	Stud.	Professionale	Calabria	Bologna	Media inf.	Diploma	Casalinga	Operaio Special.
39	15	M	Bologna	Bologna	Stud.	Professionale	Bologna	Basilicata	Elementare	Media inf.	Impiegata biglietti	Imbianchino
40	16	M	Bologna	Montenegro	Stud.	Professionale	Kosovo	Montenegro	Elementare	Elementare	Casalinga	Facchino
41	17	M	Bologna	Ex Jugoslavia	Lavor.		Ex Jugoslavia	Ex Jugoslavia				
42	17	M	Bologna	Bologna	Stud.	Professionale	Kosovo	Kosovo	Elementare	Elementare	Casalinga	Non lavora
43	17	M	Bologna	Macedonia	Stud.	Professionale	Macedonia	Macedonia	Elementare		Casalinga	
44	14	F	Bologna	Bologna	Stud.	Ist. tecnico	Termini Imerese	Termini Imerese	Media inf.	Media inf.	Addetta pulizie	Operaio
45	16	M	Bologna	Marocco	Stud.	Professionale	Marocco	Marocco	Diploma	Diploma	Casalinga	Operaio special.

Casi	Et à	Ses so	Provin cia Reside nza	Luogo di Nascita	Profess ione	Tipo di scuola frequentat a	Luogo di nascita madre	Luogo di nascita padre	Titolo di studio madre	Titolo di studio padre	Professio ne madre	Professio ne padre
47	17	M	Bologna	Marocco	Stud.	Professiona le	Marocco	Marocco	Element are	Media inf.	Casalinga	Saldatore
48	16	M	Bologna	Kosovo	Stud.	Professiona le	Kosovo	Kosovo	Element are	Element are	Casalinga	operaio
49	15	M	Bologna	Macedonia	Stud.	Professiona le	Macedo nia	Macedo nia	Element are	Element are	Casalinga	Non lavora
50	17	M	Bologna	Bologna	Disoccu p.		Svizzera	Tunisia	Media inf.		Casalinga	
51	14	F	Bologna	Bologna	Stud.	Professiona le	Bologna	Bologna	Media inf.	Media inf.	Casalinga	Operaio
52	14	M	Bologna	Bologna	Stud.	Scuola media	Chieti	Chieti	Diploma	Laurea	Impiegata	Impiegato
53	14	F	Bologna	Bologna	Stud.	Scuola media	Ferrara	Ferrara		Laurea	Curatrice eventi	Giudice
54	18	M	Ravenn a		Lavor.		Milano	Milano			Casalinga	Trasfertist a
55	18	F	Ravenn a	Lussembu rgo	Stud.	Liceo linguistico	Faenza (RA)	Portogal lo	Laurea			
56	17	F	Ravenn a	Marocco	Stud.	Professiona le	Marocco	Marocco			Operaia	Operaio

Casi	Et à	Ses so	Provin cia Reside nza	Luogo di Nascita	Profess ione	Tipo di scuola frequentat a	Luogo di nascita madre	Luogo di nascita padre	Titolo di studio madre	Titolo di studio padre	Professio ne madre	Professio ne padre
58	18	F	Forlì	Forlì	Stud.	Ist. tecnico	Forlì	Forlì	Diploma	Diploma	Impiegata	Vigile del fuoco
59	18	M	Forlì	Forlì	Stud.	Ist. tecnico	Forlì	Forlì			Operaia	Titolare piccola impresa
60	17	M	Forlì	Forlì	Stud.	professionale	Forlì	Forlì	Media inf.		Operaia	Non lavora
61	16	F	Forlì	Predappio (FC)	Stud.	Ist. tecnico	Forlì	Forlì	Diploma	Diploma	Impiegata	Vigile fuoco
62	17	F	Forlì	Forlì	Stud.	Ist. tecnico	Forlì	Forlì			Operaia	Impiegato
63	17	F	Forlì	Forlì	Stud.	Liceo scientifico	Forlì	forlì			Artigiana	Artigiano
64	17	F	Forlì	Forlì	Stud.	Liceo linguistico	Forlì	Forlì			Impiegata	Operaio
65	17	M	Forlì	Forlì	Stud.	Professional e						Artigiano
66	17	M	Forlì	Forlì	Stud.	Ist. tecnico						

Casi	Et à	Ses so	Provin cia Reside nza	Luogo di Nascita	Profess ione	Tipo di scuola frequentat a	Luogo di nascita madre	Luogo di nascita padre	Titolo di studio madre	Titolo di studio padre	Professio ne madre	Professio ne padre
68	18	M	Ravenn a	Francia	Lav.		Milano	Francia			Impiegata	Impiegato
69	18	M	Ravenn a	Albania	Lav.		Albania	Albania			Operaia	Operaio

5.2.3 Metodi e tecniche: la sociologia visuale.

Le metodologie che sono state utilizzate nel corso della ricerca fanno riferimento alla sociologia visuale.

Quest'ultima si fonda su un'impostazione di tipo fenomenologico che ha le sue radici nella fenomenologia di Husserl e Schutz e sul *Verstehen* weberiano [Faccioli 1997].

Alla base di questo tipo di approccio sta dunque la volontà di cogliere i vissuti dell'altro che sta di fronte al ricercatore, e che questo si appresta a studiare, e di farlo utilizzando le caratteristiche fondamentali dell'immagine. Questi attributi sono: la polisemia, in quanto l'immagine è portatrice di un codice debole, il quale permette libertà di interpretazione a chi la guarda; il fatto che l'immagine ha un rapporto con chi la osserva e con chi la produce più legato alla sfera emotiva che a quella razionale, quindi ha capacità di esprimere e permette di esplorare aspetti della realtà che in altro modo sono difficilmente raggiungibili.

Tutto questo permette un avvicinamento maggiore al vissuto soggettivo che altrimenti sarebbe difficile cogliere.

Generalmente i sociologi che si rifanno all'approccio fenomenologico "utilizzano gli strumenti tradizionali della ricerca qualitativa (come l'intervista in profondità), facendo attenzione alle due regole fondamentali allo scopo di cogliere l'altrui soggettività: la sospensione del giudizio (cioè l'azzeramento delle pre-nozioni e dei pre-concetti) e la comunicazione empatica" [Faccioli 1997: 15]. Dal momento che spesso il nostro linguaggio è pieno di metafore visuali che continuamente vengono tradotte verbalmente, Faccioli ritiene che "la comunicazione iconica possa essere considerata il *linguaggio del vissuto soggettivo*" [1997: 16].

La proposta di Faccioli è quella di non considerare la sociologia visuale solo una metodologia ma “invece un paradigma fenomenologico della conoscenza visuale. Questa ipotesi necessita però della definizione dell’oggetto di studio, che è, credo, il senso soggettivo visualmente espresso: come immagini prodotte, come reazioni di fronte all’immagine, come segnali del corpo, come presentazione di sé” [1997: 17].

Vediamo dunque come le potenzialità di questo approccio sono state utilizzate nel corso della ricerca che si proponeva di cogliere i vissuti di adolescenti dell’Emilia Romagna riguardo i consumi in rapporto ai portati della globalizzazione.

5.2.3.1 Le fasi della ricerca.

La ricerca ha avuto due fasi.

Un primo momento di osservazione, in cui mi sono proposta di cogliere come, girando per alcune città della regione di mio interesse, fossero percepibili visualmente i portati della globalizzazione nell’ambito dei consumi e di scattare fotografie a elementi della realtà che testimoniavano questo processo.

Nella seconda fase, dopo avere scelto 11 fotografie, tra quelle scattate, che parevano significative del rapporto tra globale, locale e consumi, e che avevano a che fare con ambiti che ritenevo importanti nella vita degli adolescenti, sono state condotte interviste con foto-stimolo.

5.2.3.1.1 Osservazione.

Questa prima fase è stata condotta tra aprile e maggio 2005.

L’osservazione condotta nelle città, in particolare Bologna (di dimensioni medio-grandi) e Modena (di dimensioni medio-piccole), voleva cogliere, come si è detto, elementi visuali che dessero conto del processo di globalizzazione culturale.

Se ci riferiamo alle tecniche di ricerca sociale, il tipo di osservazione messo in atto può essere definita come osservazione completa o non partecipante [Altieri, Perino 1998: 230]. Infatti i vari tipi di osservazione possono essere distinti "sul grado di coinvolgimento del ricercatore nella vita dei gruppi osservati. Distinguiamo così:

- *l'osservazione completa o non partecipante;*
- *l'osservazione partecipante;*
- *la partecipazione osservante;*
- *la partecipazione completa.*

Il primo tipo di osservazione vede il ricercatore rimanere esterno alla situazione, al contesto, al gruppo che sta studiando" [Altieri, Perino 1998: 230-231]. Questa osservazione si differenzia dall'osservazione partecipante dove invece l'osservatore entra a fare parte del gruppo sociale che sta studiando.

Nel mio caso non avevo intenzione di studiare dinamiche interattive tra individui e il loro ambiente, ma mi interessava osservare bene l'ambiente in senso ampio, quindi la città, al cui interno gli adolescenti vivono e gli elementi in cui quotidianamente possono imbattersi o che possono entrare a far parte della loro vita.

A differenza dell'osservazione classica, dove il ricercatore prende appunti su ciò che nota, "il lavoro dei sociologi che vanno sul campo portandosi dietro la macchina fotografica o la videocamera si basa su un metodo vicino a quello dell'*osservazione partecipante*, con la differenza che al posto del (o accanto al) tradizionale taccuino o del registratore hanno la camera (foto o video)" [Faccioli, Losacco 2003: 62].

Questa tecnica appartiene alla ricerca fotografica sul campo che, come nell'osservazione partecipante, si basa interamente sull'osservazione di gruppi specifici e su colloqui etnografici.

In questa ricerca l'osservazione è stata solo un primo passo che mi ha permesso di individuare lo scenario al cui interno i miei intervistati, ed anche io, viviamo.

La difficoltà nel fare questo è data dal fatto che, conoscendo bene le realtà osservate, è più facile non fare caso a particolari, poiché sono diventati scontati per chi li vede tutti i giorni e non attirano particolarmente la nostra curiosità.

Si è trattato dunque di mettere tra parentesi la conoscenza acquisita delle città e cercare di assumere uno sguardo quasi da turista, cioè come se si stessero vedendo quei luoghi per la prima volta e si fosse pronti ad osservarne le particolarità.

Il punto di partenza della mia osservazione erano le letture fatte sul tema della globalizzazione e in un primo momento sono andata alla ricerca di elementi che rientrassero nelle categorie di globale, locale e glocale (ossia globale riadattato dalla cultura locale). Queste categorie mi sono apparse subito limitative: mentre riuscivo a trovare tracce di locale in elementi spesso appartenenti alla tradizione della città o della regione, più difficile mi pareva trovare elementi globali o glocali. Quello che maggiormente percepivo era la mescolanza di caratteri che potevano appartenere alle tre categorie.

Dopo un primo momento di dubbio, ho capito che l'incertezza, gli intrecci e l'ambivalenza degli elementi che mi pareva di cogliere non fossero causati da errori o incapacità interpretativa miei, ma come queste fossero le caratteristiche fondamentali della nostra epoca e ne ho trovato in seguito conferma anche in molta letteratura sociologica già citata nei capitoli precedenti.

Ho utilizzato una macchina fotografica digitale che mi ha permesso di scaricare direttamente su computer, di giorno in giorno, le fotografie fatte e di poterle così visualizzare subito e cominciare a scegliere quelle che mi apparivano più appropriate come stimolo.

5.2.3.1.2 Interviste con foto-stimolo.

La seconda fase, condotta tra dicembre 2005 e aprile 2006, ha portato a realizzare 69 interviste anonime della durata media di 45 minuti.

Le interviste sono state registrate e poi trascritte interamente.

Prima di ogni intervista sono stati chiesti ai giovani alcuni dati anagrafici riportati nella tabella dei casi.

Il lavoro ha avuto inizio con la scelta delle foto che avrei sottoposto ai miei intervistati tramite la tecnica dell'intervista con foto-stimolo.

La foto-stimolo è una variante dell'intervista semistrutturata dove al posto delle domande si utilizzano fotografie o immagini che vengono sottoposte al soggetto intervistato [Faccioli 1997, Faccioli Losacco 2003].

Possiamo dire che solitamente, per l'approccio volto a cogliere i vissuti interiori dell'intervistato, l'intervista con foto-stimolo assomiglia molto all'intervista in profondità.

"In questo tipo di intervista osservatore e osservato si confrontano sulle immagini che il primo ha scattato e che rappresentano l'ambiente in cui il secondo vive. In questo modo è possibile risalire dal concreto (il catalogare gli oggetti della foto) all'astratto (il significato che tali oggetti hanno per l'intervistato)" [Faccioli, Losacco 2003: 35].

L'intervistatore, grazie alla già citata polisemia dell'immagine, può cogliere il punto di vista dell'intervistato, notando come una stessa immagine può suscitare in lui, rispetto ad altri soggetti, differenti reazioni e idee. In questo modo è possibile approfondire il significato che ha una determinata immagine per il soggetto studiato, chiedendogli di spiegare ciò che vede e a che cosa lo collega in riferimento alla propria esperienza.

Inoltre, la visione di una fotografia che rappresenta un aspetto della realtà, ha un impatto più emotivo rispetto ad una domanda posta oralmente sugli stessi temi, perché meno filtrata dal

pensiero razionale. Quindi ci si può aspettare una reazione più immediata e forse più sincera rispetto a quanto avviene in un'intervista classica.

La fotografia in situazione di intervista può anche aiutare a fare sentire l'intervistato più a suo agio, meno pressato dall'intervistatore e in una condizione meno asimmetrica, così che si costruisce un rapporto più collaborativo tra i due. Vi è anche meno rischio di direttività rispetto a domande poste oralmente e maggiori possibilità per il soggetto studiato di utilizzare la fotografia per parlare di questioni che magari lo riguardano ma in terza persona, spostando il focus del discorso da se stesso alla fotografia.

Nelle interviste condotte con questa tecnica vengono naturalmente poste anche domande dall'intervistatore, per approfondire argomenti emersi e eventualmente indirizzare l'intervistato qualora stia andando completamente fuori tema rispetto agli obiettivi della ricerca, ma il punto di partenza del discorso è sempre posto dall'intervistato, a cui, come prima cosa, si chiede di osservare la fotografia e di dire che cosa gli fa venire in mente.

Ritornando alla ricerca qui presentata, la scelta delle fotografie è stata compiuta in base ad alcune aree tematiche che sono sembrate significative tanto per il rapporto tra processi di globalizzazione e consumi, che per quello tra questi due temi e la fascia di età dell'adolescenza. Insomma si volevano scegliere immagini che permettessero di cogliere il punto di vista degli intervistati su elementi significativi per il rapporto tra globale e locale ma che entrassero anche a fare parte delle loro vite, su cui potevano dunque essere testimoni esperti.

Le aree individuate sono:

- cibo
- corpo/look
- produzione e consumi culturali

- tecnologie e media
- migrazione
- ideologie

Per ognuna di queste aree sono state scelte una o più foto. Alcune foto potevano costituire uno stimolo trasversale su più aree.

Il totale delle foto della traccia di intervista è di 11.

Di seguito le fotografie utilizzate come stimolo e le aree su cui si voleva sollecitare il discorso dei giovani.

Foto 1 Tortellini – area cibo



Cibi legati alla tradizione locale, si voleva cogliere quale significato avesse questo tipo di alimenti.

Foto 2 Kebab – area cibo e migrazione



La mescolanza di tre elementi: pizza e caffè, più legati alla cultura italiana, e il kebab, originario della cultura mediorientale, in particolare turca e pakistana, coglie un intreccio tipicamente contemporaneo. Si voleva individuare il significato di questi cibi e il rapporto con il cibo tipico di altre culture.

Foto 3 Tatuaggio – area corpo/look



Il tatuaggio, che si è diffuso molto come elemento estetico negli ultimi 10 anni, aveva storicamente un ruolo marginale nella nostra cultura, mentre ha un valore più importante in culture di altre parti del mondo, da cui sono stati introdotti simboli e tipologie di disegni molto frequentemente scelte dagli adolescenti. Inoltre è in rapporto stretto con il corpo, uno degli elementi chiave dei cambiamenti dell'età adolescenziale. Cosa significa questa pratica?

Foto 4 Amici – area corpo/look + migrazioni



Il gruppo è un punto di riferimento importante per gli adolescenti e lo è anche il modo di porsi e di vestirsi. In questa foto abbiamo un gruppo prevalentemente femminile, in cui è presente anche una ragazza probabilmente di origine straniera, tutti vestono secondo uno stile di abbigliamento giovanile.

In modo molto libero si voleva stimolare sui temi gruppo, abbigliamento, rapporto con coetanei di origine straniera.

Foto 5 Indiani – area migrazione



Un gruppo di persone vestite chiaramente con abiti di tradizione straniera. Lo stimolo puntava al rapporto con altre culture e i loro diversi consumi, in questo caso l'abbigliamento.

Foto 6 Ragazze in gruppo – area migrazione



In questo caso abbiamo una scena quotidiana, potrebbe essere al termine o all'inizio della giornata scolastica. Il focus della

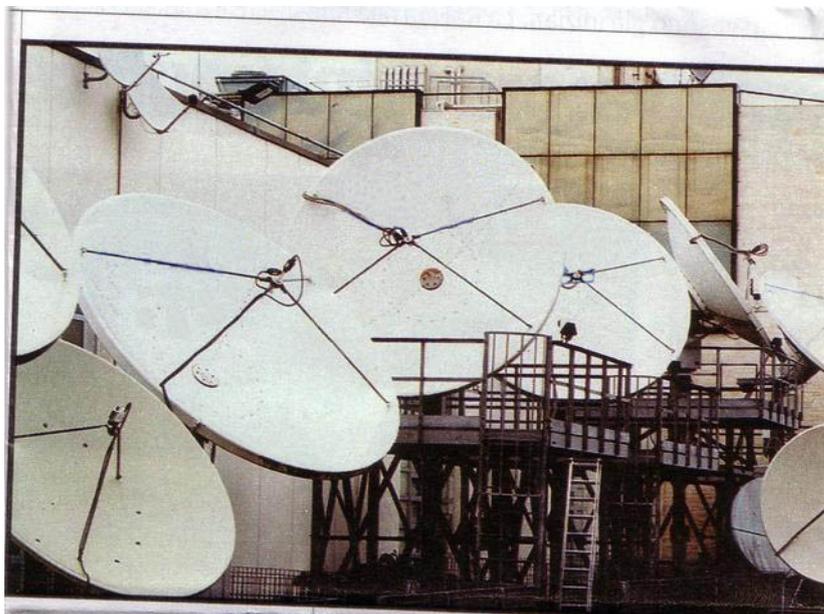
fotografia cade su alcune ragazze di colore, vestite in abiti tipicamente giovanili e occidentali. Anche qui lo stimolo puntava al rapporto con le migrazioni.

Foto 7 Break dance – area produzione e consumi culturali + corpo/look



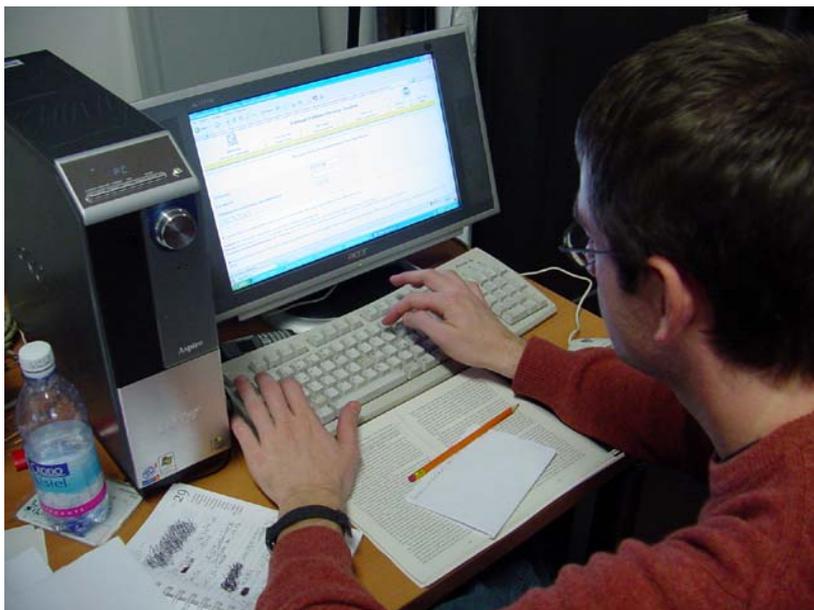
La break dance, legata alla cultura hip hop, ha avuto origine una ventina di anni fa nei quartieri di immigrati africani degli Stati Uniti. Al tempo poteva essere definita una sottocultura. Oggi c'è una ripresa di questa pratica tra gli adolescenti nelle città di tutto il mondo, quale significato ha? È considerata espressione di un gruppo particolare di persone o può essere praticata e apprezzata da tutti?

Foto 8 antenne paraboliche – area tecnologie e media, consumi culturali, migrazioni



La tv satellitare è una tecnologia che ci permette di vedere trasmissioni di tutto il mondo, la possiamo quindi considerare globale. Si voleva indagare quale significato avesse per i giovani la televisione sia satellitare che normale.

Foto 9 computer – area tecnologie e media



Il computer rimanda a internet, la rete globale informatica. Quali sono le possibilità e il significato di questo strumento per gli adolescenti?

Foto 10 cellulare – area tecnologie e media



Il telefono cellulare è diffusissimo nella nostra società e tra gli adolescenti. Ci si è chiesto che valore potesse avere questo mezzo di comunicazione e come fosse usato in un'età in cui sono centrali le relazioni, in particolare con il gruppo dei pari.

Foto 11 Bancarella magliette – area ideologie e area corpo/look



La bancarella fotografata vende magliette che presentano messaggi legati soprattutto a ideologie o posizioni politiche di sinistra. Questo tipo di magliette sono acquistate soprattutto da adolescenti. L'intenzione era di cogliere, in modo indiretto, l'interesse o meno per le ideologie e per il fatto di mostrare apertamente la propria posizione con una maglietta. Per chi non ha colto i messaggi ideologici delle magliette lo stimolo è caduto sul tema corpo/look e abbigliamento.

Le fotografie sono state proposte agli intervistati secondo l'ordine presentato, una alla volta e lasciando piena libertà di trattare gli argomenti che queste facessero loro venire in mente.

La visione delle immagini era preceduta da questo input:

Io ti farò vedere delle fotografie che rappresentano vari aspetti del mondo in cui viviamo, quindi ci saranno degli oggetti, dei luoghi, delle persone. Ti chiedo di parlarne, però non come se dovessi parlarne a me, che conosco queste cose, ma come se

tu dovessi descriverle, parlarne, spiegare cosa sono, cosa rappresentano per te, a una persona venuta da un altro mondo, metti un alieno, che arriva qua, vede queste foto e dice: "Ma questo cosa rappresenta?" e tu lo spieghi

Questo perché si voleva che gli intervistati spiegassero dettagliatamente, senza dare per scontato niente, il significato di ciò che vedevano e dunque il loro punto di vista sul mondo in cui vivono.

5.2.4 Analisi del contenuto.

L'analisi del contenuto delle interviste è stata condotta seguendo il modello della Grounded theory¹, approccio metodologico in base a cui è stato costruito il software Nvivo per la ricerca qualitativa utilizzato come supporto informatico per l'analisi.

5.2.4.1 La griglia di analisi.

Per procedere all'analisi si è scelto di utilizzare una griglia che contenesse sulla colonna di destra le varie aree tematiche su cui, tramite le fotografie, si volevano stimolare gli adolescenti e sulla riga superiore le aree di significato in cui gli intervistati, di volta in volta, potevano inserire il tipo di consumo di cui stavano parlando.

Le aree tematiche di stimolo sono quelle già elencate nel precedente paragrafo.

¹ Strati [1997: 125]] definisce così questo approccio: "per *Grounded Theory* si intende quella teoria sociologica che nasce dai dati della ricerca empirica. Si tratta, cioè, di una teoria che viene costruita dagli studiosi nel corso dell'indagine sul campo e sulla base degli elementi emersi durante lo svolgimento dell'analisi. L'analisi in base alla quale si costruisce una *Grounded Theory* è di tipo qualitativo" e [1997:126] "con il termine *Grounded Theory* si denota, al tempo stesso, sia un approccio di studio, vale a dire un modo di vedere, di pensare, di immaginare la conduzione dell'analisi sociologica, che una metodologia di analisi qualitativa".

Le aree di significato che poteva essere attribuito dagli intervistati sono:

- affermare diversità
- condividere significati
- promuovere interazioni
- rafforzare legami
- sperimentare
- seguire la moda
- presentazione di sé
- affermazione critica
- consumo strumentale

Le aree di significato sono state individuate una volta effettuate le interviste e riflettuto su ciò che da queste emergeva e ampliate man mano che proseguiva il lavoro di analisi. Si è seguito quindi un approccio induttivista, tipico della Grounded Theory sempre pronto a rivedere le ipotesi da cui si è partiti e attento a quanto emerge nel corso della ricerca.

Quasi tutte le aree evidenziano il perché, in base alle motivazioni portate dai giovani intervistati, si consuma un determinato elemento, oggetto o concetto, quindi il significato che il consumo, interpretato come linguaggio, veicola.

Le ultime due invece, ossia "affermazione critica" e "consumo strumentale", aggiunte in un secondo momento, sono servite per codificare, per quanto riguarda la prima, le affermazioni critiche che emergevano durante le interviste da soggetti che si rivelavano riflessivi, quindi in grado di esprimere opinioni, talora ben articolate, sui propri o altrui consumi. Per quanto attiene alla seconda, per dare spazio a tutte quelle affermazioni, che emergevano spesso, le quali non attribuivano significati

particolari a certi consumi se non quello di utilità, comodità, dunque un significato meno simbolico e più strumentale.

Si è proceduto a una lettura trasversale delle interviste in base a tutti i nodi e le aree di significato, questo data la natura estremamente libera di questo tipo di colloquio, dove viene lasciata all'intervistato piena libertà di trattare i temi che, in base alle fotografie, gli vengano in mente. In questo modo non è detto che una stessa fotografia porti a trattare delle stesse tematiche e quindi una lettura e un'analisi e confronto tra le interviste lineare e rigida, cioè domanda per domanda, o foto per foto, potrebbe essere inadatta e fare perdere parte dei contenuti. In interviste di questo tipo, inoltre, esiste sempre la possibilità che certi temi siano trattati anticipatamente o posticipatamente rispetto all'ordine delle foto, che vi siano temi lasciati e ripresi in un secondo momento.

La tabella è servita per codificare e dare le "coordinate" tematiche dei brani di intervista per l'analisi, ad esempio un pezzo dove si trattava di cibo, a cui l'intervistato attribuiva un valore di rafforzamento dei legami, era codificata come *ciboral*. Queste coordinate di codifica sono state inserite anche nel software Nvivo, utilizzato come utile supporto per l'analisi.

Tabella 2 – griglia di analisi

	Affermare diversità	Condividere significati	Promuovere Interazioni	Rafforzare Legami	Sperimen- tare	Seguire la moda	Presenta- zione di sé	Afferma- zione critica	Consumo Strumen- Tale
	ADI	COS	PRI	RAL	SPE	MOD	PRE	ACR	CST
NODO Cibo									
NODO Corpo/ look									
NODO Produzione e consumo culturale									
NODO Tecnologie e media									
NODO Migrazione									
NODO Ideologie									

5.2.4.2 Il software Nvivo per l'analisi qualitativa.

Il software Nvivo è prodotto dalla QSR, casa produttrice del già classico programma NUDIST.

Nella ricerca qualitativa i programmi informatici vengono usati ben diversamente dall'analisi quantitativa, infatti, se nella seconda permettono di fare calcoli statistici, nella prima fungono da sorta di database, anche se con funzioni che vanno ben oltre ciò che è possibile fare con la maggior parte dei database, che aiutano il ricercatore nel processo di codifica e di analisi dei testi. Il lavoro fatto sui materiali non è molto differente da quello condotto tradizionalmente su carta, se non per il fatto che il computer facilita enormemente il lavoro di organizzazione del materiale e di eventuali spunti, idee e teorie che emergano in corso d'opera [Gibbs 2002: 10, 11].

Nvivo è stato costruito ispirandosi alla Grounded Theory, per cui offre in ogni momento la possibilità di aggiornare il lavoro fatto in base a nuove idee e elementi emersi nel corso della ricerca.

Il lavoro che ho fatto con Nvivo è proceduto nel modo seguente: per prima cosa ho importato tutte le interviste deregistrate, il programma permette di associare ogni documento importato a un CASO, quindi ho ottenuto un caso per ogni intervistato.

Ad ogni caso si possono associare dati (chiamati ATTRIBUTES) che si possono costruire in maniera molto libera, nel mio caso ho associato i dati anagrafici raccolti prima di ogni intervista.

Il programma è capace di generare un CASEBOOK, ossia il riepilogo di tutti i casi e relativi attributi, l'equivalente della tabella 1.

Per procedere alla codifica ho utilizzato la griglia della tabella 2.

Le etichette di codifica vengono chiamate da Nvivo NODES, per ogni casella della tabella è stato creato un node.

Si è poi proceduto alla lettura di tutte le interviste, codificando brani delle stesse in base ai NODES.

Il procedimento di codifica è molto semplice poiché, una volta aperto il file dell'intervista, si può evidenziare con il mouse il pezzo di intervista che interessa e cliccando con il tasto destro, selezionando la funzione di codifica a nodi già esistenti, legarlo a un node.

Nvivo permette di costruire due tipi di NODES: FREE NODES che sono nodi liberi, non collegati gerarchicamente con altri e TREE NODES che sono nodi collegati ad albero con altri nodi.

I nodi determinati dalla tabella sono stati inseriti nei TREE NODES, mentre nei FREE NODES sono stati creati due nodi in principio non previsti, legati ai consumi di musica e ai consumi tv che hanno permesso di codificare le informazioni sulle preferenze musicali e di programmi televisivi degli intervistati, le quali non rientravano nella tabella sui significati del consumo.

Una volta codificate tutte le interviste ho iniziato il lavoro di analisi e interpretazione, su cui il computer non poteva ovviamente più essermi di aiuto, lavorando, tema per tema, sui brani codificati alle varie aree di significato.

5.3 Usi e consumi tra globale e locale: il punto di vista degli adolescenti.

Di seguito vengono presentati i risultati della ricerca, divisi per le aree tematiche su cui si sono concentrati gli stimoli delle interviste, quindi: cibo, corpo/look, produzione e consumi culturali, tecnologie e media, migrazione, ideologie.

All'interno di ogni area tematica sono mostrate le valenze di significato di ogni tipo di consumo, in base alle interpretazioni e spiegazioni che ne hanno dato gli adolescenti intervistati.

Si parte dall'area di significato che è stata più scelta (quindi quella che trova una maggiore quantità di riferimenti nelle interviste) per passare a quelle meno indicate, tralasciando invece le aree che hanno ottenuto pochissimi riferimenti.

Per ogni tema si riportano i punti di vista sia dei ragazzi di origine italiana che di quelli di origine straniera, sottolineandone le differenze qualora emergano.

I brani di intervista sono scritti in carattere piccolo e seguiti da una parentesi che indica il numero dell'intervistato, corrispondente alla tabella casi del paragrafo precedente, e alcuni attributi anagrafici: sesso, età, scuola frequentata o occupazione, eventuale origine straniera e provincia di residenza.

5.3.1 Cibo: tra sperimentazione e tradizione.

Le foto proposte come stimolo sul cibo sono la 1 e la 2.



Foto 1 - tortellini



Foto 2 - kebab

Per gli adolescenti intervistati il cibo può essere inserito soprattutto in due aree di significato: la **sperimentazione** e il **rafforzamento dei legami**. Altra area importante, anche se meno citata, è il **promuovere interazioni**. Infine emergono alcune **affermazioni critiche**, in parte di rifiuto verso il cibo straniero.

5.3.1.1 Sperimentazione.

Per quanto riguarda la sperimentazione, questo significato viene attribuito all'assaggiare cibi che provengono da tradizioni estere, come il kebab, verso cui i ragazzi dimostrano una certa apertura e curiosità, anche se non mancano i critici e diffidenti.

a te è capitato di vederli a Bologna?

Sì, a Bologna al Pratello è pieno di bar con kebab , pita, perché alla fine questo è un periodo in cui i cibi non italiani, orientali, piacciono parecchio

[...] *E anche con gli amici, quando uscite, vi capita...*

Sì, ogni tanto sì, al Pratello , anche perché costa circa 4 euro e ci si mangia volentieri.

E rispetto ad un hamburger?

Preferisco il kebab, perché penso che sia più sano. (N.29, M, 17 anni, liceo classico, Bologna)

Mangi anche kebab?

Sì, quello con le insalate.

Perché vegetariano?

Sì. No, mi piace molto provare, prima di essere vegetariano adoravo il sushi, provare piatti nuovi, sperimentare, sono abbastanza curioso dal punto di vista culinario.

McDonald o simili?

No, per scelta. E poi preferisco fare altro. (N.31, M, 17 anni, liceo classico, Bologna)

Kebab. Lo conosci?

sì

Lo mangi?

molto. In Germania ce ne sono un casino. Uno ogni cento metri

Ma anche in Italia li hai visti?

sì

Anche qui a Bologna, o al Pilastro?

sì, al Pilastro anche. C'era uno di uno dei ragazzi che è qua poi lo anno chiuso.. non so perché, ma di più in centro.. verso via indipendenza

Ti capita a volte di andare in centro a mangiare il kebab?

sì, ci vado molto (N.37, M, 17 anni, studente, origini macedoni, Bologna)

Qui c'è la pizza, il kebab, sarà una pizzeria tipo turca, a me questa cucina piace molto, quindi il kebab lo mangio abbastanza spesso.

Dove lo vai a prendere?

Io lo mangio al Cinema City a Ravenna, c'è proprio una pizzeria tipo turca che fa anche il kebab quindi mi piace. (N.55, F, 18 anni, liceo linguistico, Ravenna)

[ride] ok!, pizzeria, caffè, kebab, ok, è un locale, eemm, non lo so, c'è il simbolo della coca-cola, quindi anche questo è un locale molto europeo, però vedo che fanno anche il kebab, la pizza è buona, ecco penso che sia un locale di una città, non dico multiculturale, che è un po' azzardato, però forse non di un paesino piccolo ma di un paese che si sta aprendo alla famosa cultura europea, mm, non lo so, non vedo persone

A te è capitato di andare in locali del genere, quindi che proponevano una cucina etnica, in questo caso il kebab?

Sì, sì, va be', io sono un'amante della cucina cinese, quindi di solito vado diretta al ristorante cinese, di solito anche se faccio tanto, sono aperta, poi finisce che non mi piacciono le cose e torno alla pizza, però mi piace provare, soprattutto con i miei amici, piuttosto che andare a mangiare la solita pizza, provare qualcosa di diverso

Tra i ragazzi della tua età secondo te c'è apertura a questo tipo di cibi?

Sì, penso di sì, ma più che, proprio per una questione di gusto, non tanto di ideologia, proprio per una questione di gusto, per esempio tra i miei amici la cucina cinese piace molto, veramente tanto, ee, piace meno quella messicana, invece a me piace molto, mm, comunque penso che siano abbastanza frequentati questi locali. (N.19, F, 16 anni, liceo classico, Modena)

beh, sinceramente, mi piace quello che è più buono, non ho preferenze. Cioè, non lo so. Non ho mai capito perché si è così tanto contrari alla globalizzazione, i no global, non so, non mi sembra che sia una cosa che possa portare del male nel mondo. Quindi se è più buono il kebab mi mangio il kebab, se sono più buoni i tortellini, mi mangio i tortellini. A me piacciono di più i tortellini, perché il kebab l'ho provato, mi mangio i tortellini, ma cioè..

Ma, quando siete assieme, decidete di andare a mangiare in una trattoria tradizionale o...

io spesso vado, perché appunto, mi piace e spesso si mangia meglio, però, non so, c'è un ristorante buonissimo greco in via Zamboni che, mi piace, mi piace molto e vado lì allo stesso modo che vado alle trattorie. (N.28, M, 16 anni, liceo classico, bologna)

Senti ,e questo mangiare, il kebab, lo conosci?

[ride] ee

Mi pare di capire di sì, e voi andate a mangiare

Sì, ogni tanto andiamo anche a noi, a noi due ci piace particolarmente

Di solito i posti come questo, dove fanno anche kebab, sono frequentati da ragazzi della vostra età?

Sì, sì, non tutti conoscono questo posto, però gli piace mangiare il kebab, così, cioè, più che altro alcuni non sanno cos'è, ad alcuni miei amici dico: "Hai mai mangiato il kebab?", loro dicono: "Cos'è 'sto kebab?", poi lo mangiano e dicono: "Ah, questo è buono"

Quindi siete aperti anche ai cibi di altre culture, perché il kebab è un cibo arabo

Cioè, alcune cose qua in Italia piacciono anche ad altri paesi, tipo però noi abbiamo scoperto altri cibi che ci piacciono, ogni tanto mangiamo anche quelli, non sempre la stessa roba (N.18, M, 14 anni, ist.tecnico, Modena)

In generale si è osservato che mentre i ragazzi residenti a Bologna conoscevano praticamente tutti il kebab, vi erano maggiori soggetti che non ne avevano mai sentito parlare o non lo avevano mai assaggiato tra i ragazzi residenti in realtà più piccole, la cosa è spiegabile con la maggior diffusione di questi ristoranti nel capoluogo emiliano. Anche alcuni ragazzi che non conoscono il kebab mostrano comunque un'apertura verso la sperimentazione di cucine straniere:

La cucina, il cibo mi piace in generale, mi piace provare cose nuove, tipo ristoranti etnici, il cinese mi piace molto, ogni tanto con le amiche mi capita di andarci; il giapponese, ho provato il thailandese (anche se non mi è piaciuto tanto), mi piace un po' tutto comunque.

Quindi ti piace anche provare cibi diversi?

Sì, mi piace provare nuove cose, mi piacciono i piatti specifici di certi posti, da cultura a cultura cambiano, vedi come usano certe cose, poi visto che mi piace anche cucinare potrebbe essere anche uno spunto per quando vengono le mie amiche. Questo è un ristorante che è a Forlì sempre, ed è aperto anche se è vuoto, quindi evidentemente è un po' presto, sarà mattina, non mi viene in mente da dove venga il kebab, però è un paese non europeo e qui evidentemente la specialità è il kebab come è scritto anche sulla vetrina e sulla vetrina ci sono anche delle scritte di quello che puoi comprare dentro questo negozio, che oltre l'idea di un ristorante può dare l'idea anche tipo di un bar, perché in fondo in quello scaffale si vedono molte bottiglie in generale.

Il kebab lo hai mai mangiato?

No, però, mi hanno detto che è buono e lo vorrei provare. (N.62, F, 17 anni, ist.tecnico, Forlì)

E al di là di questo tipo particolare di cibo, ti è capitato di mangiare cibi di altri paesi?

Sì

È una cosa che ti incuriosisce oppure..?

No, è una cosa che mi incuriosisce, ho mangiato al cinese, al giapponese, ho mangiato al messicano, sì, sì, ho mangiato cose di altri paesi, sì, sì

Il kebab no invece?

No, il kebab no, però mi sfizia molto quello lì [ride], perché mio padre ci è andato, ha detto che è buono, però non l'ho mai sentito (N.6, F, 14 anni, liceo scienze soc., Modena)

Alcuni sottolineano la diffidenza di amici e conoscenti:

Allora, non sono molte le persone, io so che per esempio molta gente mangia, assaggia molto il cibo cinese, però quello arabo non lo so, perché comunque io le ho mangiate alcune cose arabe, però non so se ci siano molte persone che amano diciamo aprire la propria mente per assaporare questo cibo, non lo so, però penso che qualcuno ci sarà che frequenti anche questi posti, comunque cerca di aprirsi comunque, anche mentalmente

A te, quando è capitato di andarci, eri andata con amici oppure con la tua famiglia?

No, io ero andata con la mia famiglia, però sarebbe più bello andarci anche proprio in compagnia, ad esempio in un posto dove fanno solo dello roba anche solo, tipo tutta roba diversa da quella che facciamo sempre noi, tipo la pizza, invece secondo me sarebbe anche molto bello frequentare dei ristoranti dove propongono dei cibi differenti da quelli italiani (N.3, F, 19 anni, liceo socio-psico pedag., Modena)

ee, da parte mia io ci vado, però io conosco delle persone che magari, sai, un po' di diffidenza, così, hanno un po' il timore di andare in questi ristoranti, però, alla fine, sì, sono sempre, come posso dire, pregiudizi che la gente si pone per poi, perché poi alla fine è buono, cioè, il kebab è buono, a me piace, ee, però sai, convincere le persone che magari sono un po' diffidenti sulla pulizia, qua, là. Ma io, ti dico, ci sono sempre andato e non mi ha mai fatto schifo niente, anzi, ho visto, ci sono dei kebab, molto puliti, ordinati, sistemati, così, a cui anche, il più schizzinoso della pulizia potrebbe notare. Però io non ci trovo nulla di male

Quindi, mi dicevi, tu hai avuto occasione con dei tuoi amici di andarci, quindi è un luogo che voi frequentate?

Sì, frequentiamo, non dico sempre, però ogni tanto ci scappa di cambiare: andiamo a mangiare il kebab, andiamo a mangiare la pizza, andiamo a mangiare al cinese, andiamo a mangiare al giapponese, dipende, perché poi le persone che conosco non si sono poste questi problemi del genere razziale ee, noi ci andiamo volentieri. Anzi io ci vado volentieri, anche molto, perché mi piace anche il kebab, quindi. (N.12, M, 16 anni, professionale, Modena)

[ride] ormai stan diventando...ci sono solo kebab in giro. Oddio, sicuramente questa foto mi fa venire in mente l'immigrazione, se devo dire la verità, nel senso che, per esempio, io ho alcuni amici che sono anche di idee abbastanza diverse dalle mie, che si lamentano molto del fatto che oramai in giro ci sono molte botteghe di, per esempio, pachistani, oppure oppure sì, ristoranti di diverse nazionalità, oppure questi che fanno kebab, il mangiare, la pizza, insomma. Sicuramente, mi fa venire in mente il fatto che, che particolarmente in Italia, poi negli altri paesi non è che sappia particolarmente, però...è un fenomeno che si sta diffondendo. E non solo l'immigrazione fine a se stessa, però proprio l'integrazione che sta avvenendo proprio dei, dei paesi stranieri. E quindi sì, questa immagine mi fa venire in mente cioè, sì non proprio l'immigrazione come fenomeno a sé, quanto appunto l'integrazione e la

diffusione delle culture nel nostro paese. [...] Perché bisogna dire anche questo: ci sono persone che hanno dei pregiudizi e dicono "no, non ci vado" per partito preso

Secondo te, è diffuso, l'atteggiamento, quei pregiudizi, tra i giovani oppure prevale un atteggiamento di apertura

dipende, dipende nel senso che ovviamente, secondo me, è legato anche ad un'idea che uno ha, cioè agli ideali che uno ha. Ci sono molti giovani, che io poi vedo dal mio ambiente, cioè giovani come noi che, per esempio, non hanno alcun tipo di problema, ma anzi, per prendere qualcosa al volo, ci si va anche volentieri, altre persone che esprimono giudizi per dire, anche poco piacevoli. Quindi, secondo me, è anche, cioè l'abitudine dei giovani è anche abbastanza divisa, su questo

Quindi ci sono due aspetti, diciamo

sì, assolutamente (n.24, F, 18 anni, liceo classico, Bologna)

Il consumo di questo tipo di alimenti viene attribuito specialmente alle persone giovani, meno agli adulti ed escluso che un cibo come il kebab possa essere apprezzato dalle persone anziane:

Secondo te un locale del genere da che tipo di persone è frequentato?

Ma, io ho sentito che anche alcuni miei compagni di classe sono molto soliti andare a mangiare in questi, magari possono anche essere fast food, pasti veloci, però i miei famigliari sì, anche loro lo ritengono, non gli piace, non sono soliti andare a mangiare, però secondo me molto i giovani, e gli anziani di meno.

Quindi dici: più le persone giovani e meno...

Sì, che vogliono avventurarsi a mangiare nuovi alimenti diversi dai propri.

(N.10 F, 16 anni, liceo scienz.soc., Modena)

Secondo te questo tipo di ristorante è frequentato da tutte le persone, oppure ci sono particolari tipi di persone che lo frequentano o particolari età di persone che lo frequentano?

Eh, secondo me c'è più una fascia di età, insomma, non ho mai visto persone insomma di età, non so, superiore ai 20, 30 anni andare a mangiare lì, ritengo che sia una cosa che rimane un po' nell'ideale dei giovani, insomma. Mia nonna in un posto del genere, ad esempio, non ce la vedrei mai, mentre mia cugina sì, per esempio, che ha la mia età e quindi non, io la vedo così, che va anche a fasce di età.

Quindi, dici, però i giovani potrebbero...

Sì, i giovani sono abbastanza aperti a questo tipo di nuovi cibi, nuove esperienze

(N.7, M, 18 anni, liceo classico, Modena)

È normale vedere un negozio come questo a Bologna?

...sì...abbastanza ne ho visti...cioè in centro ce ne sono abbastanza.. quindi...ci vanno di solito gli studenti...quelli che escono da scuola e passano... (N.53, F, 14 anni, scuola media, Bologna)

Per i ragazzi di origine straniera si sperimenta invece il cibo italiano e magari il mescolamento, nella cucina, di cibi del paese di origine e cibi locali dell'Italia:

il cibo italiano... i tortellini .. sono tipici dell'Emilia..

Secondo te questo cibo è mangiato solo in Emilia?

ci sono dei ristoranti in Marocco che fanno la pizza..

Anche i tortellini?

sì, perché c'è gente che è stata qua in Italia e ha lavorato in ristoranti come cuoco, è andato in Marocco e ha aperto ristorante [...]

Tu mangi i tortellini?

sì buoni..

Li fate voi o li comprate?

li compriamo.. agli spinaci.. senza maiale..

[...]questa foto più che farti vedere cosa fanno... mi viene in mente che gli stranieri si abituano... nel senso fanno per esempio caffè, pizza, però fanno anche cibi di origine del proprio paese, come kebab, quindi si abituano anche alla cultura del paese in cui si trovano, fanno cose sue ma anche cose del paese di origine (N.46, M, 16 anni, professionale, origini marocchine, Bologna)

i tortellini..

che cosa sono?

Cibo, mangiare, tortellini.. e la pancia..

Chi li mangia? Tutti o solo alcune persone?

Uno che non è allergico..

Sia italiani che stranieri?

Sì, sì secondo me sì, se uno è qua in Italia si mangiano

E tu li mangi?

Sì... hai voglia!!

E li fai tu?

A scuola li faccio io.. però a casa li compro già cucinati. (N.43, M, 17 anni, professionale, origini macedoni, Bologna)

5.3.1.2 Rafforzamento dei legami.

Per quanto attiene al rafforzamento dei legami, è possibile attribuire questa funzione al cibo locale tradizionale. I ragazzi, alla vista dell'immagine che rappresentava la vetrina con tortellini e altre specialità locali, hanno per la maggior parte legato questa immagine alla famiglia, alla domenica, al Natale e a parenti che preparano questo cibo. Il cibo tradizionale è ritenuto un alimento speciale che si prepara in occasioni particolari. Altra valenza che viene attribuita è quella di simbolo legato alla tradizione della città e i ragazzi sentono il legame con questa tradizione.

è un bellissimo bancone di pasta e mi ricorda come prima cosa il Natale, il Natale in generale, perché sono abituata che a Natale di solito vado da mia nonna e la aiuto di solito a fare i tortellini, quindi in questo caso proprio... eemm, e quindi mi viene subito in mente io e lei in cucina che ci affanniamo mentre facciamo i tortellini per Natale e poi mi viene l'acquolina in bocca a guardare questa foto e, anche perché adoro la pasta in una maniera smisurata, eemm, in più sì, mi viene in mente la tradizione.

Quindi lo legghi...

Alla tradizione, allo stare insieme, alle festività ee, comunque ad avere un rapporto con qualcuno, perché se uno sta tutto il giorno in cucina a fare tortellini, diciamo che c'è tempo di conoscersi e di parlare

Quindi lo legghi a queste feste legate anche alla famiglia, se tu comunque li fai con tua nonna...

Sì, esatto, li lego molto alla famiglia eemm, sì anche perché è uno dei momenti che si ripete puntualmente tutti gli anni e quindi sì, è legato principalmente a quello (N.15, F, 18 anni, istituto d'arte, Modena)

Allora, io devo dire che i tortellini, che dovrebbe essere un piatto tipico dell'Emilia Romagna, è il mio piatto preferito, quindi mi piace molto, io alla domenica mangio solo dei tortellini, o comunque le lasagne, tutte delle cose dell'Emilia Romagna, qui dice che sono di Bologna, comunque. E poi noi li facciamo noi i tortellini, comunque sono più buoni secondo me, adesso trovarne di quelli buoni beh, proprio da comprare non è molto facile, infatti di questi negozi io non credo che ne ho mai visto uno di pasta così sfusa, non ne ho mai visto uno, a parte quelli confezionati, a Modena, cioè, non so, forse perché non giro, va beh. E poi alla domenica a noi piace mangiarli perché, cioè, ci sentiamo, è come se fosse il nostro piatto tipico e quindi ogni domenica ne mangiamo.

Quindi voi siete abituati a questo rito, tra virgolette, della domenica, quindi il tortellino lo legghi a quel momento.

Sì, ci riuniamo e lo mangiamo.

Quindi lo legghi anche alla famiglia.

Mm. (N.11, F, 14 anni, istituto d'arte, Modena)

Per te, personalmente, questo tipo di cibo, che mi dicevi appunto che è quello tradizionale di Modena, è un cibo che ha un valore particolare, lo legghi a momenti particolari, oppure più una cosa quotidiana, normale?

Sì, perché, di solito la domenica questo pasto con le specialità, così, sì lo vedo di più come un pasto domenicale, non quotidiano, fin da piccolo ho sempre mangiato queste cose la domenica e sì, lo vedo più ...il fatto che mi lega ai ricordi di sempre insomma. (N. 8, M, 14 anni, liceo scientifico, Modena)

Per te, questo tipo di alimentazione, ha un significato particolare, l'alimentazione, diciamo, tradizionale emiliana?

No, io vivendo in una famiglia composta esclusivamente da modenesi, ovviamente ho molto il culto della cucina locale, cioè non ho grosse alternative, cioè non ho nonne di altri paesi, genitori che mi possono permettere di entrare in contatto, da questo punto di vista, con altre tradizioni. Eee, non ricorro a questi negozi, per fortuna, perché c'è mia nonna che fa i tortellini, quindi non ne ho bisogno eemm, per fortuna dico, ee, sì, insomma diciamo che è importante perché fa parte della mia cultura e della mia tradizione e sento forte le radici anche nella gastronomia locale, però senza particolari celebrazioni, senza particolari attaccamenti, particolarismo locale insomma. Sì, fa parte della mia cultura, della mia tradizione di vita, però insomma non ne faccio una ragione di vita ecco, basta fine. (N.1, F, 18 anni, liceo classico, Modena)

Tortellini, se sono romagnoli sono buoni, quella è una bancarella di pasta a Bologna penso, c'è tanta roba buona.

A te piace questo tipo di cucina?

Sì, io sono fiero di essere romagnolo perché in Romagna si mangia bene e poi la Romagna è sempre stata, a parte quel pezzo di era del fascismo, patria di comunismo secondo me, cioè ci sono stati anche i più grandi partigiani, sicuramente, poi il romagnolo mi piace perché non abbiamo nessun accento strano.

Bè insomma

Un pò la esse, però del resto quando parliamo veniamo capiti bene da tutti (N.60, M,17 anni, professionale, Forlì)

Quindi, va beh, la specialità dei tortellini, è vero, a Bologna si mangia particolarmente bene, anche se sì, a parte, si rischia di entrare un po' nella retorica, però, questa sta diventando un po', cioè dai sondaggi che ci sono, sta diventando un po' un problema per tutti e...beh, per quanto riguarda i tortellini in sé, ovviamente sono la specialità di Bologna, quindi, mi riconosco nella, anche nella cultura culinaria, di un paese che comunque è giusto che...anche vedendo diverse trasmissioni, così, vedo che per fortuna, almeno in quello, che molti paesi, anche cittadine piccole, hanno mantenuto le loro tradizioni, anche culinarie. E comunque, secondo me, è molto bello, perché comunque il mantenimento delle radici culturali sta diventando abbastanza, è una cosa che sta abbastanza passando con tutto il sistema che ..che c'è giunto. E quindi...secondo me è importante mantenere le tradizioni di ogni paese, anche piccolo. Sì, mi fa venire in mente le tradizioni culturali di un paese fondamentalmente

Tu dici è giusto mantenere anche..

sì, secondo me sì

E , tu, in particolare, questo cibo lo legghi alla quotidianità o a momenti particolari? Del tipo che è soprattutto legato a eventi, a occasioni speciali o...

mah, sicuramente, nel senso che a Bologna c'è la tradizioni di farli per Natale, Pasqua, così, quei momenti più significativi dell'anno, però, sinceramente, per esempio, anche la domenica, per dire, che mia madre li fa in casa, quando ha un po' di tempo, anche mangiarli ogni tanto, anche al di fuori delle occasioni particolari, lo faccio tranquillamente.. (N. 24, F, 18 anni, liceo classico, Bologna)

Alcuni ragazzi, con famiglia originaria di altre regioni d'Italia, hanno sottolineato il loro legame con l'alimentazione della zona di origine, confermando in questo modo l'importanza della tradizione familiare:

Io [i tortellini] li mangio una volta all'anno, a Natale, perché ci troviamo con i nostri zii e la mia famiglia è incaricata di fare i tortellini. Hanno un significato. Raramente mi capita in altre occasioni, anche perché mia madre è pugliese, si mangia molta verdura

Mangi anche specialità pugliesi?

Non so quali si possano definire specialità pugliesi, i ciccatelli sì, comunque mia madre fa le orecchiette, i cavatorci, sì, più specialità pugliesi, anche perché cucina sempre mia mamma, mio padre è negato, è bolognese doc nei gusti, ama

il formaggio, le cose piene di strutto, belle saporite, il contrario di mia mamma, mangiamo più specialità pugliesi. (N.33, F, 18 anni, liceo classico, Bologna)

Se dovessi scegliere cosa mangiare la domenica, cosa ti piace di più? Scegliaresti questa[i tortellini] o qualcos'altro?

qualcos'altro!!

E cosa sceglieresti?

sceglierei...la pasta al forno, quella che fa mia mamma, di Palermo (N.44, F, 14 anni, ist.tecnico, Bologna)

ee, tipo al mio paese tortellini non è che siano proprio la specialità, tipo so che qua a Natale si mangiano i tortellini, i ravioli, tipo da me non si mangiano i tortellini, quindi, cioè, li mangio, però, non è che mi piacciono più di tanto

A Natale voi, mi dicevi, come tradizione non avete i tortellini, avete un altro tipo di cibo?

Tanti tipi di cibo, non solo uno, perché tipo noi a Natale, la vigilia di Natale siamo abituati a mangiare molto e anche a capodanno, qua mi sa che mangiano poco, poi abbiamo anche altre abitudini: qua mangiano a mezzo giorno, noi mangeremo verso le due, quindi, così

E tu sei legato più ai cibi della tua città di origine?

Sì, cioè, non è che sono più legato, però la maggior parte sì, perché sono abituato dalla nascita a mangiare.. poi ogni tanto ci scappa pure i tortellini (N.18, M, 14 anni, ist.tecnico, Modena)

Anche per gli adolescenti di origine straniera il cibo tradizionale del paese di origine è importante nel legame con la famiglia e le tradizioni, si evidenzia però una tendenza a introdurre anche piatti italiani:

Tu li sceglieresti, tu li mangi i tortellini?

sì

Li sai fare anche tu, o li compri già fatti?

no , li compro

Ma mangi anche i cibi del tuo paese?

sì

Mangi di più il cibo italiano o il cibo del tuo paese?

quando sono a scuola o in giro mangio italiano.....

E quando sei a casa?

roba del nostro paese

Ad esempio, qual è il cibo tipico?

pita... non so se conosci.. ci sono tante cose

Sì la conosco... però quelle lì sono le cose che ti piacciono di più, e le sai cucinare anche..

non ho provato però.. forse riesco

Quindi quando devi, ad esempio scegliere, cosa mangiare, magari una domenica, che magari sei a casa puoi scegliere cosa mangiare, cosa scegli? I tortellini o la pita?

la pita (N.37, M, 17 anni, studente, origini macedoni, Bologna)

Se doveste scegliere cosa mangiare domenica o per una festa, cosa scegliereste, i tortellini o qualcos'altro?

io cous cous..

A casa mangiate cibo italiano o marocchino?

tutti e due... (N.47, M, 17 anni, professionale, origini marocchine, Bologna)

Se questa domenica dovessi scegliere cosa mangiare, hai qualcosa che sceglieresti come preferito?

La pita... del nostro paese..

La mangi a casa?

Sì sì

Mangi di solito cibo del tuo paese o italiano?

Di più del mio paese, però anche italiano...

Sai cucinare cose del tuo paese?

Certe cose...

Da quanto tempo sei in Italia?

Sei anni..

Chi lo cucina?

Mia madre, mia sorella.... (N.48, M, 16 anni, professionale, origini kosovare, Bologna)

5.3.1.3 Promozione interazioni.

Un'altro significato importante rappresentato dal cibo è quello della promozione delle interazioni, quindi l'aspetto socializzante, infatti spesso i nostri soggetti legano la frequentazione di ristoranti alle uscite con gli amici, indicando così le due cose come direttamente correlate.

Questo, secondo te, è anche un luogo di aggregazione, oppure no?

sì, sì, però, si forse è più un luogo di aggregazione che un luogo di cucina.

Se tu devi decidere coi tuoi amici di andare a mangiare fuori, vai qua?

esatto io non è che scelgo di andare a mangiare fuori, io scelgo di andare coi miei amici e coi miei amici decido di andare a mangiare fuori. Quindi, diciamo che il fine è quello di stare coi miei amici, il mezzo è quello di andare a mangiare fuori. (N.28, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

Allora questa è un'immagine che rappresenta una pizzeria, caffè, bar, non frequento bar, non frequento io sicuramente, vado spesso in pizzeria, quest'inverno spessissimo sono andata a mangiare fuori con il mio moroso e con i miei amici proprio perché non sai mai cosa fare allora la prima cosa che ti viene in mente è andare a mangiare fuori in modo che passi un po' di tempo attorno alla tavola a far delle chiacchiere, mangi la pizza e per me è un vantaggio perché la adoro e poi magari vai a fare un giro come ho detto prima magari andavamo al bowling magari andavamo al cinema (N.64, F, 17 anni, liceo linguistico, Forlì)

In un ristorante del genere, che fa il kebab, secondo te chi ci va? Cioè, ha una frequentazione dove ci vanno tutti, oppure solo certi tipi di persone?

Allora, io sono uno che io ci vado, perché a me mi piace stare con gli amici, così, allora mangiare qualcosa di diverso, magari al sabato o al venerdì (N.12, M, 16 anni, professionale, Modena)

Questa è la foto di un ristorante che fa sia da ristorante che da pizzeria...ah questo è il kebab!..ah, fa anche il kebab, ah, l'ho mangiato, ma c'è anche a Modena questo

Sì, questa foto è stata scattata a Modena, fra l'altro

C'è qui vicino anche

Ce ne sono vari, questo è in centro, però ce ne sono

È in centro a Modena?

Sì

Ah, sì? Io so che ce n'è uno qui sotto il ponte di viale Gramsci, ce ne sono due, comunque io ci vado spesso, è un luogo di raccolta tra amici anche, come facciamo noi: si può parlare, mangiare.. magari alla sera con gli amici vai a mangiare in pizzeria la pizza (N.16, M, 16 anni, ist.tecnico, Modena)

5.3.1.4 Le affermazioni critiche.

Non sono state molte le affermazioni di rifiuto completo di un determinato tipo di cibo, ma quelle che ci sono state si riferivano generalmente al cibo straniero e alla diffidenza verso questo e la cultura a cui appartiene:

... i marocchini lo fanno....Non è buono..

A te piace?

No, il kebab no.. l'avevo mangiato una volta ma mi veniva da vomitare..

(N.48, M, 16 anni, professionale, origini kosovare, Bologna)

Il kebab mi fa schifo solo a vederlo, è osceno secondo me, mi hanno detto dei miei amici che è molto buono a mangiarlo, io non l'ho mai provato, sono tante carni spiaccicate, penso siano carni di manzo, ce ne sono parecchi in giro ne ho visti abbastanza, in via Ravegnana dove faccio hip hop c'è n'è proprio uno sotto la palestra, ma non mi ispira mangiarlo, sarà perché non mi piace la carne ed è brutto da vedere, secondo me, quella carne spiaccicata, un po' lucida. (N.58, F, 18 anni, ist.tecnico, Forli)

Sì non ci sono mai andato a mangiare, ci sono solo passato davanti, non mi azzarderò mai di andarci a mangiare.

Perché?

Il kebab è fatto di pollo vero? Pollo, carne mista, chissà cosa c'è dentro, no, no ai miei amici piace mangiarlo, però io sinceramente a me la cultura marocchina...

Quella penso che sia turca

A me quelle culture lì non mi piacciono, cioè quelle orientali, orientali sì, ma il Medio Oriente non mi piace tanto, non so, è proprio la gente che forse non mi attira, poi alla fine con la gente devi sempre cercare di socializzare perché è giusto così, però provare le loro culture non mi interessa, non mi attira.

Quindi tu il kebab non lo hai mai assaggiato?

No mai.

Però i tuoi amici lo mangiano?

I miei amici a volte ci vanno a mangiare quel coso, un panino, però io non ci vado, come il Mac Donald, non lo mangio io il Mac Donald.

Non ci vai?

Assolutamente, se devo scegliere se mangiare questo e il Mac Donald scelgo il kebab.(N.60, M, 17 anni, professionale, Forlì)

Il cibo, una delle forme di consumo che veicolano significati più antiche, manifesta in maniera molto evidente la dialettica tra globale e locale, come la si è voluta intendere in questa ricerca, ossia come rapporto complesso che dà luogo a effetti di non sola omogeneizzazione culturale ma a intrecci e mescolamenti.

Quanto emerge dal significato che gli adolescenti attribuiscono al consumo di cibo locale e cibo introdotto nella realtà italiana da persone di altri paesi, mi pare che testimoni come l'identità contemporanea si costruisca, come sostiene Beck [2005] sul principio della distinzione inclusiva, sulla logica del sia...sia.

Infatti se riflettiamo sul rapporto tra cibo e identità, da ciò che i ragazzi hanno detto emerge:

- una generale, anche se non totale, apertura e curiosità verso gli alimenti stranieri
- al tempo stesso è considerato molto importante il valore del cibo tradizionale, legato alla dimensione più familiare, e l'appartenenza alla zona di origine.

Occorre sottolineare che le due cose non vengono vissute come in contrapposizione, non si è "locali" o "cosmopoliti" riguardo al cibo, ma si può essere contemporaneamente tutti e due.

In questo caso, riprendendo la distinzione tra identità personale e identità sociale proposta da Crespi [2004] e Sciolla [2000] se alla domanda "che cosa sono io?" ovvero parlando dell'identità sociale, gli intervistati potrebbero rispondere di sentire di appartenere soprattutto al luogo di origine, ciò però non porta come conseguenza a una chiusura al cibo tipico dell'altro, ossia degli stranieri. Questo probabilmente perché il luogo in cui essi vivono è anche contenitore di diverse identità culturali. La città che si presenta agli adolescenti italiani contemporanei propone sia il negozio dei tortellini che quello del kebab ed essi,

protagonisti del loro tempo e non di un tempo che non c'è più, vivono entrambe le realtà.

Dunque la cultura alimentare dei ragazzi subisce quel processo di creolizzazione [Hannerz 1998] che vede spinte provenienti da realtà diverse intersecarsi e mescolarsi in modo vario, con la possibilità tanto di un flusso che va dal centro alla periferia, quanto dalla periferia al centro.

Accettare il cibo dell'altro però non è detto che voglia dire accettare l'altro totalmente, infatti, nell'epoca della distinzione inclusiva, si può, al tempo stesso, mangiare kebab ed essere razzisti; la grande quantità di ristoranti "etnici" frequentati da italiani e il contemporaneo e abbastanza diffuso atteggiamento di diffidenza verso gli immigrati credo che oggi diano conto di questo.

Anche da parte dei ragazzi stranieri si verifica la logica del sia...sia: la maggior parte di essi tende a sottolineare di amare il cibo italiano, quasi a voler insistere sul loro essere entrati a fare parte di questa cultura, anche se a casa propria apprezzano il cibo che è legato al paese di origine della famiglia.

"Sono riconoscibili molteplici motivazioni che spingono soggetti, molto diversi per origine sociale e geografica e per status culturale ed economico, a consumare nello stesso territorio – le metropoli di tutto il mondo – gli stessi prodotti, sia quelli di provenienza `esotica`, sia quelli di produzione locale.

In base alle tradizionali variabili di stratificazione sociale, economica e culturale, vengono abitualmente identificati gruppi di consumatori molto diversi che consumano beni diversi. Nelle metropoli `globalizzate` questo non è più del tutto vero. Il consumo degli stessi prodotti etnici è collocato nel contesto di stili di vita molto diversi e si concilia con motivazioni di vario genere per i diversi tipi di attori intervistati (giovani, anziani viaggiatori, extracomunitari [...] ecc.)" [Mora 2001: 72].

Mi sembra interessante anche la differenza che c'è tra cosa si consuma e con chi si consuma:

- il cibo nuovo, che viene sperimentato, è più legato agli amici come generalmente i pasti che avvengono fuori casa;
- il cibo tradizionale è connesso alla famiglia

Tipicamente infatti, nell'età adolescenziale, le esperienze nuove, che testimoniano lo stacco dal rapporto con la famiglia, troppo legato all'infanzia, si compiono con il gruppo dei pari [Palmonari 2001]. Ma la famiglia risulta lo stesso nell'ombra della sperimentazione, infatti anche l'atteggiamento di chiusura o apertura di questa all'altro e al diverso può certamente condizionare i ragazzi.

5.3.2 Corpo/look: presentazione di sé, moda e atteggiamento critico.

Le foto proposte come stimolo sul corpo e il look sono la 3 e la 4 principalmente, più indirettamente la 7 sulla break dance, che ha suscitato anche commenti su stile e abbigliamento e la 11, legata anche al tema delle ideologie che però non è stato colto da tutti gli intervistati.



Foto 3 – tatuaggio



Foto 4 - amici

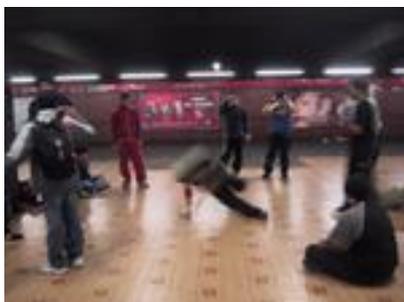


Foto 7 – break dance



Foto 11 – bancarella magliette

I significati attribuiti alle pratiche di consumo legate al corpo e al look sono: innanzitutto quello di **presentazione di sé**, il più citato, poi il **seguire la moda**, che assume una connotazione sia positiva che negativa e, indicato da pochi, quello di **affermare diversità**. Varie sono le **affermazioni critiche**, rivolte in particolare alla pratica del tatuaggio per alcuni rischi che comporta.

5.3.2.1 Presentazione di sé.

Il **tatuaggio**, per molti intervistati, si fa per un significato particolare e personale, legato a un momento o a una persona che uno non vuole dimenticare o a un qualcosa, disegno o simbolo, che rappresenti la propria personalità. O ancora per un fatto estetico, di abbellimento del corpo. Nonostante molte tipologie di disegno e simboli usati siano stati presi da culture spesso lontane (frequentemente i ragazzi parlano di tatuaggi tribali e molti conoscono le origini di questa pratica) è vissuto come qualcosa che ormai fa parte della quotidianità ed è accettato, tranne che, a detta dei ragazzi, da parte di qualche adulto e genitore. In Italia per farsi un tatuaggio occorre essere maggiorenni o, se minorenni, avere il consenso dei genitori, molti intervistati con meno di 18 anni quindi non hanno tatuaggi e aspettano la maggiore età per farli. La parola ai ragazzi:

Mi piacerebbe farne uno o due.

Perché?

Uno è la barchetta, perché è il mio simbolo da quando ero piccolo, era sul mio attaccapanni alla scuola materna. E quando ho imparato a scrivere il mio nome, sempre alla scuola materna [...] scrivevo il mio nome e la barchetta. È rimasto, mi firmo ancora così.

Perché lo faresti, che significato ha?

È una di quelle cose che danno energia. Un attimo di una cosa che diventa parte della tua pelle, non te la puoi staccare, diventa parte di te, non è una fascia o un santino, è un qualcosa che diventa parte di te. Se ci sei affezionato è un simbolo per te, ti basta vederlo che ti dà una carica secondo me. (N. 23, M, 18 anni, liceo classico, Bologna)

Questo è un tatuaggio tribale, un tatuaggio che, gli esseri umani utilizzano questi tatuaggi nei modi più svariati. Per esempio, nella nostra cultura non esiste, non esiste la cultura del tatuaggio, come per esempio può esserci in una cultura per esempio Maori, oppure in Africa dove, o in India dove hanno un significato particolare. Per noi, possono avere un significato di tipo personale, i tatuaggi, nel senso che io mi faccio un tatuaggio e questo significa per me la tale cosa, oppure mi faccio, oppure un tatuaggio nel senso di... nel senso di come abbellimento per il proprio corpo. Eh, non so, come può essere questo che, sicuramente, è un abbellimento e però, per esempio, se uno va in Australia i Maori si tatuano i, non so per quale motivo si tatuino, comunque esiste un motivo di tipo religioso, se non sbaglio e... per noi può essere una questione di estetica oppure di significato personale [...]

Tu te lo faresti?

Un tatuaggio? Sì.

Sì, e cosa faresti, se posso chiedertelo

No, sì, non lo so cosa mi tatuerei, cioè. Poi probabilmente mi tatuerei in un posto dove non lo posso vedere, perché sennò mi stancherei. Quindi la scelta diminuisce molto. Però sicuramente un tribale, perché non hanno, non, hanno un significato più personale, nel senso che una persona che vede un tribale può vederci una cosa diversa da quello che ci vedo io. Cosa che non può essere se, per esempio, io mi tattoo, o una persona, un disegno normale (N. 26, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

Chi è che si fa i tatuaggi?

Tutti... però comunque chi se li fa è perché vuol dare significato o a una cosa che ha passato o comunque perché gli piace, cioè già in partenza perché è una cosa che piace...

Ma perché piace?

Perché comunque molti ci fanno parti della loro vita... quasi nessuno fa un disegno così... comunque, ad esempio, una cavolata: uno si fa un tribale con il suo ragazzo, e poi magari ha il ricordo che ha fatto con il suo ragazzo... cioè ricordi comunque...

E tu perché lo vorresti avere?

Lo volevo fare con la iniziale mia e di mia sorella... però appena riesco lo faccio

Non lo hai ancora fatto?

No, volevo aspettare che mia sorella cresca, perché lo volevo proprio fare con lei insieme, ma adesso è piccolina... nel frattempo adesso lo faccio io magari...

E perché con le vostre iniziali?

Perché cioè ci tengo da morire a mia sorella... (N. 38, F, 18 anni, professionale, Bologna)

A te piacerebbe fare un tatuaggio?

Sì, uno piccolino però, mica che si faccia notare molto, sì, è un modo anche questo qua di esprimersi, mm, boh [...]

Tu se ti facessi un tatuaggio che cosa sceglieresti di fare? Ci hai pensato?

Stavo pensando a un tribale con dentro un cuore, cioè un cuore circondato da simboli tribali, oppure comunque un qualcosa che riguardi mia mamma, sì, una scritta: "mamma ti voglio bene" o comunque un qualcosa di piccolo (N. 21, M, 17 anni, professionale, origini marocchine, Modena)

I tatuaggi. Magari me ne potessi fare uno anch'io! Ma i miei genitori non me lo lasciano fare

Non vogliono i tuoi genitori. Ti piacerebbe però?

Mi piacerebbe sì, perché disegnare, avere un ricordo, io la vedo così: se un tatuaggio si fa è più che altro per un ricordo, per una cosa che hai fatto e non te la vuoi dimenticare, hai paura che te la dimentichi e te la fai disegnare sul braccio. Ee, sì, io la vedo così, commemorare un momento con un tatuaggio secondo me è la cosa migliore, perché se si fa con le giuste precauzioni sempre, con disinfettanti, poi adesso non so come usino i tatuatori, perché non me ne sono mai fatto uno, però sarebbe bello, sì.[...]

Senti e per i ragazzi della tua età i tatuaggi hanno dei significati particolari? Tu dicevi che se tu lo farai è per un significato, un ricordo...

Perché alla fine io penso che non ne vale neanche la pena disegnarsi qualcosa che per te non ha un significato, io conosco della gente che si è fatta dei tatuaggi ma, per il padre, per esempio, che gli è morto e allora si fanno tatuare il nome del padre, per una ragazza che magari ti è stata a cuore e poi vi siete lasciati, allora hai fatto il tatuaggio per lei ee, per, non lo so, un campionato vinto di calcio, ti fai tatuare... ci dovrebbe essere una ragione, perché, sarebbe un po' inutile farsi disegnare qualcosa che poi non avrebbe senso. Ti dico, la maggior parte dei ragazzi che conosco si è fatta tatuare qualcosa per commemorare un evento importante, perché poi alla fine non credo che ti fai disegnare una lucertola sul collo, su un piede, su un braccio, per niente, perché

poi, se un giorno te ne pentirai, se te lo vuoi togliere, ti rimarrà la cicatrice, non è che fai in altro modo ee, così (N.12, M, 16 anni, professionale, Modena)

Ci sono delle mie compagne di classe che hanno un tatuaggio, una ce l'ha sul polso, se lo è fatto assieme a sua mamma, così, perché avevano voglia di farselo; un'altra mia amica invece per ricordare un momento un po' particolare della sua vita ha voluto farsi una stella nel collo, un po' spostata, però non l'ha fatta grande, l'ha fatta un po' piccola.

Se tu te lo potessi fare, perché te lo faresti?

Io ci spero tanto, sinceramente perché mi affascina vederlo, alla fine non è per un motivo magari di ribellione oppure perché devo mettere in evidenza che io appartengo a questo gruppo di persone... a me affascina molto e mi piace proprio anche a livello estetico, anche se ti rimane per sempre, ed è la cosa che a me piace, io sinceramente me lo farei, poi magari non so, a 18 anni potrei trovarci un significato, non so, un disegno, un segno tribale perché, questo segno tribale rappresenta per me, o una frase, magari, o un simbolo che mi identifica come sono caratterialmente (N.57, F, 17 anni, liceo soc. psico. pedag., Forlì)

Anche l'**abbigliamento** assolve la funzione di presentazione di sé. Nonostante esistano delle divisioni tra stili, tra cui quelle più citate sono "fighetto" (ossia chi si veste firmato ed elegante), "sfattone" (chi adotta uno stile più trasandato e tendenzialmente non veste di marca, ma ci sono anche le marche per gli sfattoni), e lo stile legato all'hip hop, mi pare che queste modalità di vestire siano trasversali a differenti ambienti sociali. Sicuramente c'è un condizionamento interno ai gruppi, nel cui ambito di solito si adotta uno stile simile, ma si nota che le distinzioni "tradizionali" non esistono più così nettamente: essere fighetti non è una prerogativa solo di chi proviene da famiglie benestanti, così come essere sfattoni non è per forza indice di scarse risorse economiche o di appartenenza a una controcultura impegnata. Lo stile appare dunque una scelta di appartenenza, che però non è sentita come obbligatoria da tutti i ragazzi; c'è anche chi non si definisce né fighetto né sfattone.

Lo stesso discorso vale anche per i ragazzi di origine straniera: anche essi si collocano, a loro scelta, nei diversi stili.

Adesso c'è molto questa divisione, ascolto musica punk quindi sono punk, ascolto musica da discoteca quindi sono fighetto, ascolto heavy rock quindi sei alternativa... ci sono settori. Magari vedi questo anche in classe da me con cavallo basso, scarpe particolari, abbigliamento che non mi piace per niente, e magari in televisione vedi i rapper che sono vestiti così... la musica non mi piace,

ma anche questo stile, quando passeggi in centro e vedo un ragazzo così, non mi piace, sono io che sono intransigente su questo e lo riconosco, ma non mi piace.

Invece il rock ha un abbigliamento particolare?

No, direi di no, non è tanto importante, anche se ci fosse non me lo metterei

Ti piace la musica?

Sì, non collego musica e modo di vestire, magari lo potevo fare il primo anno di liceo, entri a scuola e vedi che tutti si vestono così e lo fai anche tu, e piano piano cominci a prendere coscienza di te, anche perché vuoi fare venir fuori la tua persona, anche dal punto di vista del vestito, è una cosa che sento molto, nel senso che ci sono giorni in cui sono particolarmente schizzata e uso abbinamenti di colore stranissimi. (N.33, F, 18 anni, liceo classico, Bologna)

Si tende a identificare questi stand con come luoghi frequentati da persone di sinistra perché ci sono magliette con l'effigie di Che Guevara, il simbolo della stella rossa, falce e martello, gruppi funk, ska, però si trovano magliette di tutti i tipi. Dalla presa in giro delle marche ad altro. Costano poco e quindi sono abbastanza diffuse tra i giovani. E ci sono in tutte le città d'Italia

E, diciamo, c'è una certa tipologia di giovane che si veste con queste magliette o è una cosa più trasversale?

ma come ho detto, appunto, si tende ad identificare queste magliette con i ragazzi di sinistra, o pseudoalternativi, però, no, è abbastanza diffusa, diciamo. Diciamo che non credo che uno che voti Berlusconi, indossi la maglietta di Che Guevara, però sono abbastanza diffuse anche le prese in giro delle marche che sono a fianco di Che Guevara o stella rossa o cose un po' simili, diffuse su tutti, più o meno, insomma. (N. 36, M, 18 anni, liceo classico, Bologna)

L'abbigliamento ti colpisce?

non mi vestirei così, perché ognuno ha il suo stile... a me piace la roba firmata... però non solo, mi piace anche... compro anche roba non firmata, tipo ho visto una maglia bianca non firmata che mi piaceva come era fatta e l'ho presa... a me piace fighetto... (N.46, M, 16 anni, professionale, origini marocchine, Bologna)

Come sono vestiti?

Questo qua... un po' da fighetti insomma...

Qualcuno ti piace di più in particolare?

A me piace di più vestirmi da rap... come lui...

E come si veste il rap?

Largo... puoi metterti i jeans... però della roba larga...

E le scarpe vanno bene di qualsiasi tipo...

Di più Adidas... però quelle che vuoi, non eleganti però...

Anche i tuoi amici si vestono da rap?

Sì... tutti...

Decidi tu come vestirti?

Sì... (N.48, M, 16 anni, professionale, origini kosovare, Bologna)

Questi ragazzi che sono nella foto sono simili nel modo di vestire alle persone che frequenti? Questo stile qui come lo definisci?

Un paio di jeans, scarpe che si vedono spesso, giubbotto col pelo, né troppo fighetto, né troppo sfattone, cioè non è che esco con gente che si veste chissà come, però diversa, magari anche di marca, però marche da skater, marche di vestiti più ampi, non so cosa dire, non so come spiegarlo.

Come stile vi vestite in un certo modo?

Sì più sfattone, non punk, neanche poi, diverso dalla massa, è molto più frequente trovare questo tipo di abbigliamento qui che come mi vesto io o come si vestono degli altri miei amici.

Quindi quando vai a comprarti qualche cosa dove vai?

Posti a Forlì che mi piacciono ce ne sono pochi a parte che io raramente entro nei negozi, c'è il mercato, mi tocca andare a Bologna, i negozi mi piacciono a Cesena o anche al mercato a Forlì puoi trovare qualcosa ma poi io non cerco qualcosa di particolare, non è che vado molto in giro, io sento la mia amica: dai oggi andiamo a fare shopping, a volte mi capita sì, si va al mercato ma non è una cosa che devo fare, ci sono persone che guardano molto al loro look, io non ci guardo tanto.

Secondo te le altre persone ci guardano? Quanto conta nelle relazioni fra coetanei il modo in cui ci si veste?

Forse dipende dalle persone sì perché non vedrai mai per esempio uno vestito di Prada con uno che si veste in un altro modo, per dire, è difficile, perché sembra un discorso un po' contraddittorio con quello che ho detto prima, ma io non ho problemi a parlare né con quelli che non si vestono molto bene né con quelli di Prada però questo classifica molto le persone, cioè nel senso proprio che tu vedi un gruppo e lo vedi che sono un gruppo perché sono vestiti tutti allo stesso modo, hanno lo stesso stile.

Ma questo stile è dato solo dal modo in cui ci si veste?

No, il modo in cui ci si veste riflette anche il modo di essere, riflette i posti diversi che si frequentano anche idee diverse. (N.58, F, 18 anni, ist. tecnico, Forlì)

A scuola dove vai tu, qual è il modo di vestire più diffuso?

Ci sono quelli che vestono molto griffati, quelli che sono un po' sfattoni e poi dopo il più normale è il jeans, scarpe da ginnastica e una maglietta.

Tu dove ti posizioni?

Sfattona non sono. Sono tra il casual e il griffato. Mi piacciono le cose firmate però il giusto. A me piacciono proprio tanto i vestiti, mammolo, però non sempre scelgo... perché se una cosa a me non piace a prescindere dal fatto che vada, io non me la metto!

In base a cosa scegli?

In base al gusto e alla mia persona. Io mi trovo a mio agio vestita in un certa maniera e per andare in un certo posto mi vesto in un determinato modo senza troppi coinvolgimenti. (N.61, F, 16 anni, ist. tecnico, Forlì)

c'è uno che vuole vendere i proprio prodotti e ragazzi che cercano di vedere se mm, se qualche maglietta li può rappresentare, tipo ad esempio uno che è comunista si comprerà questa maglietta se non ce l'ha, oppure, sì, ee

Tu dici magliette che li rappresentino, quindi indossando magliette che secondo te uno indossa...

Sì, per fare vedere agli altri cosa sono loro, tipo che musica ascoltano, che mm, cosa a loro piace, non so [...]

Tu ti metteresti, pensando anche ad altre magliette, una maglietta per mostrare una cosa che ti piace o un'appartenenza o una tua identità, oppure è una cosa che non fai?

Che ci sono qua?

O che ci sono qua, oppure anche qualcos'altro, al di là di quelle che ci sono qua, oppure è una cosa che non ti interessa metterti addosso...

Ma, a me non mi interessa poi più di tanto, io mi ricordo che a una festa dell'Unità ho visto una maglietta di Che Guevara, io non ce l'ho, mi piace quello che ha fatto Che Guevara, ho letto anche un po' la storia di quello che ha fatto, così, allora mi sono comprato una maglietta di Che Guevara, poi me la sono messa comunque per fare vedere quali sono i miei ideali, cosa io penso e allora facendo così

Quindi anche a te è capitato di dire: mi piace, me la metto addosso, è una cosa che mi rappresenta.

Sì, oppure mi è capitato tipo di comprare delle magliette sudamericane per fare vedere comunque, per farmi riconoscere, comunque che sono peruviano e non mi vergogno di essere peruviano, perché ci sono delle persone, ad esempio, che

sicuramente non si metterebbero dei vestiti del loro paese, così. Io non mi vergogno di essere peruviano e delle volte mi metto tipo anche un berretto che ho comprato là, con scritto Cuzco, proprio fatto là, così me lo metto senza vergognarmi (N.5, M, 17 anni, liceo soci. psico pedag., Modena, adottivo peruviano)

5.3.2.2 Presentazione di sé e moda.

Per molti adolescenti il **tatuarsi** può avere allo stesso tempo un significato personale o essere legato alla moda, dipende dalla persona che si tatua. La prima motivazione appare in genere più apprezzabile.

Conosci dei ragazzi che hanno dei tatuaggi?

Sì, anche nella nostra compagnia ce n'è, ce ne sono due che ce l'hanno, uno che ne ha due, uno che ne ha uno di tatuaggio

E questi tatuaggi loro se li sono fatti per un significato particolare o semplicemente perché gli piacevano?

Uno si è fatto scrivere una scritta in cinese che non ci vuole dire cosa c'è scritto e poi uno gnomo sulla pancia e non credo che abbiano un significato, l'altro si è fatto scrivere il nome del padre che appena è nato è morto, allora se l'è fatto scrivere qua, come ricordo (N.16, M, 16 anni, ist. tecnico, Modena)

Il tatuaggio viene spesso, diciamo così, fatto, si fa, secondo me, spesso per mettersi in mostra, a mio parere, soprattutto quando si fa in parti del corpo molto più evidenti, perché secondo me si vuole mettersi al centro dell'attenzione anche, spesso, secondo me. Magari uno lo fa per propria appartenenza, però sì, anche i disegni qui che vengono fatti, secondo me, alcuni rispecchiano la propria persona, altri magari li fanno per un piacere così, perché è normale farlo, allora me lo faccio anch'io.

Quindi la prima idea che ti viene in mente è più per ostentare.

Sì, sì, per mettersi in mostra e perché è diventato una cosa quasi sì, normale tra tutti avere il tatuaggio, però, io non ci trovo niente di che, quindi, cioè. Forse mi piacerebbe farmelo, però non sicuramente per mettermi in mostra.

Se tu dovessi farti un tatuaggio hai idea di cosa faresti? Cioè, non so, qualcosa che ti rappresenta oppure semplicemente un'immagine che ti piace?

Ma, un'immagine tipo una fata comunque, perché rispecchia la mia personalità: una cosa tranquilla, serena quindi, una cosa che mi rispecchia, però molto piccola, non mettendola in evidenza come certe cose. (N.10, F, 16 anni, liceo scienz.soc., Modena)

I tatuaggi a me piacciono non molto ma, cioè mi piacciono poco a dire il vero.

Non ti piacciono tanto?

Cioè, se sono piccoli anche anche, ma molto grandi

Non ti piacciono.

Mm.

Tu conosci dei ragazzi che hanno i tatuaggi, non so, degli amici?

No, i miei amici no, ce l'ha un fratello di un mio amico e, però, insomma, penso che non sia una brutta cosa farsi un tatuaggio, se gli piace possono fare quello che vogliono.

Secondo te perché dei ragazzi scelgono di farsi dei tatuaggi, c'è un motivo, oppure semplicemente gli piacciono dei disegni, allora se li tatuano, oppure invece gli danno un significato diverso, personale? Cosa pensi?

Ma, penso che molti lo fanno per piacere agli altri, ma penso anche che lo facciano per se stessi, perché gli piace, così. Penso che facciano anche sentire, facciano capire il loro stato d'animo i tatuaggi... sì.

Quindi un'espressione di come uno è?

Sì, di come uno è. (N.8, M, 14 anni, liceo scientifico, Modena)

Secondo te chi si fa un tatuaggio?

Allora in Italia c'è chi lo fa per trasmettere un messaggio, per trasmettersi un messaggio, per migliorarsi o perché fa figo, l'apparire, l'essere tamarro soprattutto verso il sud, l'apparire migliore degli altri o migliore di quello che realmente credi di essere, poi magari sei la persona migliore del mondo ma tu ti sottovaluti, il far vedere insomma, essere spacconi, prepotenti, il voler essere migliori a tutti i costi e poi c'è tanta gente che magari se lo fa, si pente, ma al momento è perché era bello il disegno (N.54, M, 18 anni, lavoratore, Ravenna)

Secondo te chi se lo fa?

Boh chi gli piace... ma c'è certa gente che fa per moda, non per moda, lo fai perché ti piace.

E tu perché avevi pensato di farlo?

Mi volevo scrivere il nome di mio padre e mia madre....

E hai deciso di aspettare...

Magari quest'anno quando vado...

Lo faresti nel tuo paese?

Sì qua poi costa troppo... 10 euro là... 20, dipende...

Tu hai amici qua che hanno il tatuaggio?

Sì

E perché se lo sono fatti?

Perché gli piaceva... certi altri per moda...

E tu, scusa non ho capito, perché lo volevi fare?

Perché mi piaceva in generale... sì va anche di moda, però mi piaceva anche farmelo..

Quindi tu lo volevi perché è di moda e perché ti piaceva

Sì... (N.40, M, 16 anni, professionale, origini montenegrine, Bologna)

5.3.2.3 Seguire la moda.

Il fatto di seguire la moda può essere interpretato tanto come fatto positivo o inevitabile, perché altrimenti comprometterebbe i rapporti con gli altri, quanto come pratica omologante negativa.

Il **tatuaggio**, che abbiamo visto avere una valenza legata all'attribuzione di significati personali o a significati personali e moda, viene giudicato anche una pratica legata solamente alla moda, cosa non giudicata da tutti positivamente:

però sì, non lo chiamerei più neanche un simbolo di trasgressione, perché ormai ce l'hanno in tanti, quindi ormai è la normalità, secondo me, però, insomma.

E il motivo secondo te, o da quello che hai sentito comunque, per cui uno si fa un tatuaggio, è più legato a fatti di moda, estetici, perché gli piace, o è più legato a significati che uno attribuisce al tatuaggio?

Allora, in molti dicono che ehm, è legato magari a qualcosa di affettivo che sentono loro, però secondo me, mm, è più un fatto di moda, perché cioè, negli ultimi anni, secondo me è un fenomeno che è esploso e secondo me non è che a tutte le persone è venuto in mente: ho un affetto caro, voglio farmi un tatuaggio per ricordarmi di questa cosa, perché, insomma, mi sembra un po' eccessivo, quindi secondo me è più un fatto di moda, quindi, insomma, speriamo che vada un po' diminuendo. Invece sostengo i piercing, ma non troppi [ride]. (N.15, F, 18 anni, ist. d'arte, Modena)

Quali sono i motivi secondo te per cui uno si fa un tatuaggio?

Per sembrare più fighi, più alla moda. A me piacerebbe farlo, però dopo se non si toglie più...mi piacerebbe farmi un piercing che così quando mi stanco me lo tolgo. Questo qui mi piacerebbe farmi un tatuaggio qua nella spalla o nella schiena però dopo te lo vuoi togliere e... (N.68, M, 18 anni, lavoratore, Ravenna)

allora, questo è un tatuaggio. In genere i giovani se lo fanno per sembrare, non so, per sembrare più trendy, o roba così.

si

oppure semplicemente come mia madre, che ha un tatuaggio dietro la spalla, per essere.. non so.. maggiormente apprezzati, roba così.. comunque non ha un valore simbolico di altra roba.. in genere

solo estetico

estetico (N.52, M, 14 anni, scuola media, Bologna)

Tu conosci persone che se lo sono fatti?

Sì, c'è mio cugino, tanti miei amici, sul collo

Perché se lo sono fatti?

Non so, viene così.... Facciamo un tatuaggio?...eh

Ma perché è la moda?

Sì è la moda... (N.41, M, 17 anni, lavoratore, originario ex-Jugoslavia, Bologna)

Perché si fanno i tatuaggi secondo te?

Perché è la moda, piacciono...solo che fanno male

Tu l'hai? Lo faresti?

Non l'ho.. però lo farei a 18 anni...

Cosa ci vorresti fare?

Un tribale.. o il mio nome in cinese...

E pensi che lo farai?

Può essere..

Perché?

Perché ho visto come si fa e fa male.. rovina la pelle..

Dici che non sei sicuro però lo vorresti avere.. perché?

Perché è la moda.. mi piace molto (N.39, M, 15 anni, professionale, Bologna)

È un tatuaggio. Ne ho appena fatto uno anche io. Fa pensare subito anche ad una sorta di moda, nel senso che ultimamente c'è molto la moda del tatuaggio, molti ragazzi, quasi tutti, ce l'hanno. Chi lo fa per moda, per un motivo solo estetico, chi come ricordo di un preciso momento della sua vita, o con altre motivazioni. Qui c'è un lucertolone, un tribale, quindi mi fa subito pensare che molte persone lo hanno. [...]

Anche i disegni tribali secondo te nascono da una moda, o semplicemente perché ad uno piace un certo disegno?

Molto spesso ad un tribale è associato un significato, tipo ci sono simboli associati a significati, però penso che prevalentemente alla fine il tatuaggio, prima non era di moda, la storia del tatuaggio non la conosco precisamente, ma indicava l'appartenenza ad una certa tribù. Ora il tatuaggio lo vedo più come una moda, come i rasta.

(N.30, F, 17 anni, liceo classico, Bologna)

[Ride] ok!!allora eh sì, questa foto rappresenta una delle piaghe della nostra società, soprattutto tra noi giovani, la mania dei tatuaggi che insomma, ormai, questo devo dire che è anche carino come tatuaggio, perché comunque è un tatuaggio di tipo tribale, non è grandissimo come dimensione, è anche accettabile, però sì, insomma, è esemplificativo di una moda che ormai tutti i giovani seguono più o meno o comunque ne sono affascinati in un modo o nell'altro. Che dire, posso esprimere la mia opinione su questa moda?

sì

non condivido, perché non sono interessata, non sono stata mai interessata, né nei confronti dei tatuaggi, né nei confronti dei piercing, insomma rappresentano quei cliché che si creano nella modernità e ogni giovane deve essere dotato di queste cose, se no è fuori dal mondo (N.1, F, 18 anni, liceo classico, Modena)

L'abbigliamento è notoriamente molto legato alla moda. Dal punto di vista del genere, le ragazze paiono un po' più interessate a come si vestono e a come vengono viste dagli altri rispetto ai coetanei maschi:

Ma, cioè, comunque guardando questi ragazzi mi viene in mente che, guardandoli sono tutti vestiti bene, anche con scarpe comunque di marca, perché penso che i ragazzi al giorno d'oggi, cioè, anche io poi, guardino molto comunque all'apparenza e comunque a vestirsi di marca con comunque indumenti di marca, cioè tutti al giorno d'oggi cercano di essere alla moda, comunque la maggior parte delle persone, dei ragazzi soprattutto, non so, magari per venire meglio accettati dagli amici, così, basta (N.2, F, 15 anni, liceo scientifico, Modena)

Secondo te quanto è importante il tipo di abbigliamento che uno ha magari a scuola che magari è il contesto in cui state di più?

Ma forse serve per farsi notare comunque dai se a uno piace vestirsi con abbigliamento costosi, perché no? E' una sua scelta. (N.66, F, 17 anni, ist.tecnico, Forlì)

E come abbigliamento.. come sono vestiti?

Alla moda

C'è qualcosa che ti piace particolarmente?

Le Shots...

Anche tu ti vesti così o in modo diverso?

Io mi vesto alla moda...

Quindi come?

Jeans, scarpe originali... e cappotto smanicato (N.39, M, 15 anni, professionale, Bologna)

E tu invece che stile preferisci?

Mi piace vestirmi sportivo quindi non amo tra virgolette tirarmi, non mi piace molto la gonna o le scarpe col tacco, adoro i jeans, se potessi metterei sempre e solo dei jeans, le scarpe da ginnastica, mi piace mettere le maglie a mezza manica oppure le magliettine normali da mezza stagione, non amo molto i

maglioni, ma mi piace vestirmi sportiva, adoro l'estate perché adoro le canottiere, le magliette a mezza manica, i pantaloni corti e mi sento un po' più libera però io generalmente mi vesto sportiva, seguo abbastanza la moda, però non in maniera fissa diciamo, perché secondo me ci sono certi tipi di vestiti che proprio non mi piacciono. [...]

E secondo te per i ragazzi della tua età quanto è importante?

Molto l'apparenza, oggi, secondo me, vedo tre le mie compagne di classe, l'apparenza è la cosa più importante: per loro vestirsi alla moda, comunque avere un loro stile è sicuramente importante. A me sinceramente mi interessa comunque vestirmi bene, però non da dover dire: se non mi vesto come dice la moda non va bene, però vedo che le mie compagne di classe si truccano sempre moltissimo per venire a scuola, sono tutte vestite a puntino come se dovessero andare a ballare, non fa differenza vederle andare a ballare e vederle venire a scuola, magari a scuola vengono con le scarpe da ginnastica e a ballare vanno col tacco, però il vestito è lo stesso. Secondo me è sbagliato perché quando uno va a scuola si può vestire bene, ha il diritto di vestirsi come vuole, però ci deve essere un po' di differenza quando uno va a scuola o va al lavoro e quando invece esce con gli amici (N.64, F, 17 anni, liceo linguistico, Forlì)

Anche da parte di quasi tutti gli adolescenti intervistati di origine straniera c'è interesse ad essere vestiti con abiti di marca e alla moda:

Come sono vestiti?

Alla moda

Qual è la cosa più alla moda che hanno?

Le scarpe... certi... le Shots... le Puma... queste fanno schifo...

Le scarpe quindi sono alla moda.. hanno altre cose?

I jeans....

Tu ti vesti così?

Sì... (N.40, M, 16 anni, professionale, origini montenegrine, Bologna)

Tu hai delle maglie che ti piacciono?

A me piacciono le maglie con le firme, Armani, Dolce & Gabbana...

Perché ti piacciono queste maglie?

Perché sono fatte bene il loro tessuto, perché mi ispirano a me (N.42, M, 17 anni, professionale, origini kosovare, Bologna)

L'abbigliamento ti colpisce?

normale... sono vestiti normali loro... i vestiti sono importanti, perché descrivono anche loro come uno è fatto.. anche la musica, influenza i vestiti... per esempio se ascolti hip-hop ti vesti da rap.. ascolti house ti vesti da fighetto.. fighetto anche io.. le marche... spendo tanto per i vestiti di moda... più che altro per me è importante come ti vesti.. (N.47, M, 17 anni, professionale, origini marocchine, Bologna)

Perché sceglieresti queste? Hai magliette con le scritte?

Queste mi piacciono... Ricercato bella....

Perché la sceglieresti, per farti vedere, perché è di moda, perché ti piace?

Perché è bella, è di moda.. poi anche perché è una marca..

Di solito non le usi le maglie con le scritte? Hai D&G..

Sì...

Quindi ti piacciono le scritte?

Dolce & Gabbana.... Mi piacciono le marche...

Perché scegli le marche?

Perché sono più belle... rispetto a altre non di marca (N.50, M, 17 anni, disoccupato, origini italo-tunisine, Bologna)

Emerge anche, da parte di alcuni, un atteggiamento critico verso chi segue sempre la moda, si sottolinea comunque che spesso si viene giudicati proprio in base all'abito:

Allora una bancarella che vende magliette, io assolutamente non comprerei quella con scritto "McDonald's" perché cioè, non mi sembra una grande maglia, però oh, io non posso, secondo me adesso le persone si fanno condizionare troppo dalle marche, anche se tipo una maglietta proprio semplice, ma semplicissima, con scritto ad esempio, non so, qualsiasi marca importante, non so "Lonsdale", costa un patrimonio la gente la va a comprare solo perché c'è scritto "Lonsdale" e cioè, alcune persone secondo me lo fanno anche perché vogliono fare vedere agli altri che hanno delle cose firmate e non solo maglie normali, ma secondo me una maglia è uguale all'altra, poi che ci sia scritto "Lonsdale", che ci sia scritto qualcos'altro è uguale. Però McDonald's non è proprio il massimo, però, eem, sì, secondo me c'è troppo commercio di marche, cioè, si fanno condizionare da queste maglie con le marche o pantaloni, qualunque altra cosa sia e costano un patrimonio, ma solo perché è la marca, quindi, non perché è fatta in un modo diverso da qualsiasi altra maglia.

Quindi dici che c'è chi compra solo perché c'è scritta la marca.

Eh, per fare vedere che hanno la marca. (N.9, F, 14 anni, liceo classico, Modena)

Ma questi, secondo te, sono italiani?

mmh è una bella domanda, non si può sapere

Non si può sapere...

perché ci si veste molto in tutto il mondo, negli stessi modi, quindi

Quindi questo è un abbigliamento che praticamente è..

usano.. è conformista e globalizzato

Globalizzato? Definiamolo globalizzato. E quindi, come dire, sia questo che questo qua

sì, sì senza dubbio, cioè, al Minghetti [n:liceo classico di Bologna] neanche tanto, perché, per questo spirito appunto che c'è di, intellettuale un po' di sinistra, non c'è questa cultura del vestito. Ma se uno va anche al Galvani [n: altro liceo di Bologna], sembrano, cioè sembra che abbia la divisa: all'uscita da scuola sono tutti identici, sono tutti uguali. E..sì, insomma, è un materialismo che dipende dal fatto che uno, appunto, cerca di realizzarsi nei vestiti per sembrare figo per gli altri

Quindi, secondo te, l'abito è anche uno strumento di rappresentazione di sé, di costruzione dell'identità?

sì e no. Cioè, per loro è lo strumento

E' lo strumento...

per altre persone è una cosa accessoria, che deve tener caldo (N.28, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

ti colpiscono cose simili o diverse?

Queste scarpe qua vanno molto di moda adesso, ce le hanno un po' tutti,

come sono vestiti ti ci ritrovi, tu ti vestiresti così?

No, io di solito non faccio molto caso a come mi vesto, trovo qualcosa e me la metto, non mi interessa, però dal modo in cui si vestono si riconosce molto il gruppo a cui si appartiene, vedere solo la foto così, bisognerebbe conoscerli, comunque non fighetti, attenti al modo di vestire, sono ragazzi molto

tranquilli, il modo di vestire è ricercato, i capi di abbigliamento che comprano cercano qualcosa che possa andare bene con altro, non so, lo stesso colore (N.29, M, 17 anni, liceo classico, Bologna)

È importante il modo in cui ci si veste per i tuoi coetanei?

Per me non ha tanta importanza. Ha importanza conoscere la persona, non tanto l'aspetto fisico. Per altri secondo me tanto, tipo anche a scuola, se una vede una ragazza che non è vestita firmata magari dicono...gli parlano un po' addosso. (N.56, F, 17 anni, professionale, origini marocchine, Forlì)

5.3.2.4 Le affermazioni critiche sul tatuaggio: "scripta manent" e rischi per la salute.

Le affermazioni critiche sono rivolte soprattutto al **tatuaggio**, non presentano un atteggiamento pregiudiziale verso questa pratica e chi la applica al proprio corpo, ma si concentrano soprattutto su due sue caratteristiche che sono avvertite come limiti o pericoli: il fatto che sia permanente e il rischio di prendere malattie.

Altre critiche sono più legate al discorso della moda e al fatto di esserne troppo condizionati e riguardano sia tatuaggio che abbigliamento, queste sono state già introdotte nel precedente paragrafo.

Il problema della permanenza del tatuaggio viene così esposto:

è un tatuaggio e, allora, possiamo dire che intanto mi piace come tatuaggio, ee, mm, però va beh, io se fosse per me non me lo farei mai, perché secondo me una cosa che ti rimane in modo permanente, secondo me dopo un po' stanca, anche se magari è qualcosa che vuoi, cioè, non so, magari è un nome di una persona, o è qualcosa che tu senti tuo e quindi dici: no, non mi stancherò mai di averlo, però secondo me è un po', non so

A te queste cosa che sia permanente...

Che rimanga permanente, esatto, mi lascia perplessa, e però non critico assolutamente chi ce l'ha, perché è una scelta loro, anche se magari però è un mio amico che si vuole fare il tatuaggio, tento di convincerlo in tutti i modi del contrario, perché sono convintissima della mia idea (N.15, F, 18 anni, ist. d'arte, Modena)

secondo me è brutto farsi scrivere dei nomi, ad esempio di qualcuno che ti piace, perché se poi non ti piace più la scritta ti rimane e, cioè, non mi piace andare in giro con la scritta di uno che non mi piace, cioè e ce l'ho scritto sul braccio, ad esempio, quindi, eh, il problema dei tatuaggi è che se poi non ti piacciono più eee ce li hai stampati.

Quindi, insomma, questo fatto che rimangano ti lascia un po'...

Sì, io preferirei farmene uno con l'hennè, che poi cioè, va via e farmene dopo un altro, sempre con l'hennè diverso, cioè cambiare soggetto, se invece ne hai uno proprio che ti rimane, permanente, dopo è un problema se non ti piace più, perché non te lo puoi togliere, a meno che non usi il laser, ma credo che faccia male quindi (N.9, F, 14 anni, liceo classico, Modena)

è un tatuaggio, la prima cosa che mi fa venire in mente è la mia avversione verso i tatuaggi, per quanto belli possono essere, non mi piace che ci sia qualcosa che interrompa la linearità della pelle, ma sa di interruzione che stona, mi ricordo che rimasi sconvolta quando il mio ragazzo mi disse che aveva un tatuaggio sulla schiena, l'ho visto ma non volevo perché mi dava fastidio l'idea, lo farei un tatuaggio piccolissimo per il gusto di dire so che c'è qualcosa che rimane per sempre, non perché si vede, ma perché so che ho qualcosa di indelebile, però anche questo sinceramente mi spaventa, cioè l'idea che il mio corpo, su esso ci sia qualcosa di indelebile mi spaventa, perché non credo che ci siano cose indelebili nella vita, tu cambi, e quindi quello che poteva significare per te nel tatuaggio magari non ha più lo stesso significato, noi possiamo cambiare radicalmente da un momento all'altro e non avrebbe più senso (N.34, F, 19 anni, liceo classico, Bologna)

Un tatuaggio, mm, penso che il tatuaggio, cioè io non me lo farei mai un tatuaggio perché è bruttissimo avere una cosa che poi non si può mai togliere, a me non piacerebbe, mi sento imprigionato, sapere di non potere togliere un segno è bruttissimo, sì, comunque conosco anche dei coetanei che, cioè, c'è una mia amica che si è fatta un tatuaggio qua da poco ee, ha detto che le piaceva farselo, le ho detto: "Ma non ti dà fastidio sapere che non va più via?" lei ha detto: "no", così
(N.5, M, 17 anni, liceo soc. psico pedagog., Modena)

Un tatuaggio sul braccio, fa anche un po' schifo.
Quel tatuaggio o i tatuaggi in generale?
Quel tatuaggio, una lucertola...
Non ti piace?
No, ma a me poi i tatuaggi, mi scoccerebbe farlo, perché dopo se un giorno lo vuoi togliere non puoi più toglierlo.
Non te lo faresti?
Preferirei mettere quelli che poi si tolgono con l'acqua.
I tuoi amici ce l'hanno?
No. [...]
Le persone che si fanno un tatuaggio come vengono considerate?
Quelle che si fanno un piccolo tatuaggio può anche stare bene, quelle che si fanno un tatuaggio, tanti, o tutto il braccio, mi sembrano solo dei buffoni, cosa fai ti riempi il braccio, che poi non è roba che fa bene alla pelle. (N.68, M, 18 anni, lavoratore, Ravenna)

I rischi di malattia e di rovinare la pelle vengono sottolineati così:

Tu cosa ne pensi? È una cosa che ti piace? Dimmi tutto quello che ti viene in mente
A me piace, però può anche essere, cioè, una brutta cosa, perché l'altra volta stavamo parlando con dei miei amici, fa: "Io mi voglio fare un tatuaggio", io gli ho detto: "Sì, poi dopo ti vengono tutte quelle malattie, non so come... rischi

molto, non te lo fare" cose così, molti miei amici ce li hanno i tatuaggi, sono anche belli, però quando poi cresci con gli anni ti si, ti si rovinano tutti, così, cioè, per esempio se io lo dovrei fare lo farei piccolino, cioè proprio che non si vede.. poi dipende se a uno gli piacciono i tatuaggi e robe così (N.17, F, 14 anni, scuola media, Modena)

Tu invece mi dicevi che personalmente è una cosa che ti convince fino a un certo punto. Cos'è che ti lascia più perplessa?

Le infezioni [ride]

Quindi per un motivo igienico.

Le infezioni, personalmente se mi direbbero che, se sparissero tutte queste infezioni, può anche darsi che lo farei, ma non sono sicura, no, non me lo farei mica.

Non è una cosa che magari ti piace

No, non mi piace più di tanto. (N.13, F, 14 anni, liceo scienz.soc., Modena)

Un braccio tatuato, va bè i tatuaggi non penso di farli perché non mi interessano in particolare poi costano anche molto.

Ma non ti piacciono o ci sono altri motivi per cui pensi di non fartelo?

No perché rovino la pelle forse. (N.66, M, 17 anni, ist.tecnico, Forlì)

Questa è una foto di un tatuaggio fatto su.. su un braccio di un maschio, si vede dai peli e rappresenta una salamandra credo, una lucertola, eee...è situato sul braccio, sul...io non ne ho uno, non ne vorrei neanche, perché dicono che fa venire i tumori, allora [ride]

Dici: meglio non..

Meglio non rischiare, bello comunque, questo tatuaggio non va via con l'acqua, bisogna rimuoverlo col laser se si vuole rimuovere.. basta (N.16, M, 16 anni, ist.tecnico, Modena)

5.3.2.5 Il look per affermare diversità.

Infine da pochi ragazzi il fatto di assumere un particolare tipo di look è stato legato alla volontà di farsi vedere diversi dagli altri. Mi pare che sia da sottolineare come l'affermare diversità, che spesso è stato legato alle culture e agli atteggiamenti giovanili, sia una motivazione in via di sparizione.

In effetti, come è stato affermato nei capitoli precedenti, nella società contemporanea, che si basa sulla libertà di scelta e sulla contemporanea esistenza di modalità di comportamento e consumo molto diverse, ormai difficilmente si può essere trasgressivi nel look poiché tutto o quasi è stato già provato e introdotto nel sistema della moda ufficiale. Così anche i tatuaggi e l'abbigliamento "diverso" ormai non sono più una cosa strana ma una delle tante facce della normalità.

Eh, legato a qualcosa di psicologico. Oddio, non lo so, nel senso che conosco persone che l'hanno fatto magari per ricordare un particolare momento brutto o bello della propria vita, altre persone che l'hanno fatto del tutto, cioè per motivi del tutto disinteressato, niente di, niente di particolare. Sicuramente dietro un tatuaggio, sta dietro un po' la psicologia di farsi qualcosa di diverso..di...ma anche per se stessi, non solo per farlo vedere agli altri (N.24, F, 18 anni, liceo classico, Bologna)

Tatuaggi, questo è un tatuaggio tribale con un gecko fatto sul bicipite secondo me è di un ragazzo, si vede dal braccio e secondo me i tatuaggi dimostrano un po' l'andare contro le regole, magari anche cose piccole, cose significative, però dai sono sempre fare dei disegni indelebili sulla propria pelle, è andare un po' a modificare il proprio corpo, però non sono contro ai tatuaggi ecco. (N.60, M, 17 anni, professionale, Forlì)

Secondo te c'è una tipologia di persona che acquista queste magliette o sono magliette che acquistano tutti? Ti immagini in un particolare modo la persona che sta andando lì a comprare?

Ma io penso che magari, no comunque a tutti i tipi di ragazzi piacciono, anzi, magari non a tutti i tipi di ragazzi, perché ci sono ragazzi che comunque prendono solo cose di marca e gli piacciono indumenti firmati, ma ce ne sono alcuni che appunto, penso la maggior parte, che gli piacciono queste magliette, perché sono comunque un po' fuori dalla norma, diverse, per esempio con Che Guevara che tra i ragazzi va molto, "Regole 0" che infatti in classe da me quasi tutti i maschi ce l'hanno questa maglietta, perché sì, penso appunto che, sì, sia fuori dalla norma, tipo un po' anticonformista, cioè magari per non fare ciò che fanno, cioè avere magliette diverse da tutti, da tutti quelli che hanno quelle magliette di marca appunto (N.2, F, 15 anni, liceo scientifico, Modena)

Riflettendo su quanto emerge dai commenti dei ragazzi sul look e l'aspetto fisico si può evidenziare:

- dal punto di vista del rapporto tra globale e locale un mescolamento di elementi ormai radicato, una indigenizzazione [Appadurai 1996] e una creolizzazione [Hannerz 1998], che ha portato a introdurre stili e mode provenienti dall'esterno della realtà italiana e a percepirli ormai come facenti parte della nostra cultura, naturalmente reinterpretati (indigenizzati) secondo canoni locali. Ad esempio il tatuaggio, una pratica sicuramente ricca di significati simbolici in culture extraeuropee, connessa ad appartenenze tribali o a particolari riti di passaggio, nella società occidentale contemporanea si lega contemporaneamente a un'esigenza estetica, a una moda

o a un significato strettamente personale, elementi questi che si collegano a quelle che sono le caratteristiche e le esigenze dell'individuo contemporaneo di cui si è trattato nei precedenti capitoli. In generale l'occidente è giunto ad una certa omogeneità nelle mode e nei consumi di abbigliamento giovanili e non solo, questo emerge da un'osservazione degli stili degli occidentali, omogeneità che, però, in modo quasi paradossale si compone di spinte che hanno origini diverse. Ciò lo possiamo notare per il fatto che sia il tatuaggio, pratica diffusa originariamente soprattutto fuori dall'Europa, sia tipi di abbigliamento come quello della cultura hip hop, tipico dei ghetti neri nordamericani, siano percepiti dai ragazzi italiani intervistati come elementi di normalità nel look.

- dal punto di vista dell'identità, possiamo dire che, data l'incertezza e la complessità della condizione odierna di cui ci parlano gli autori riportati nei precedenti capitoli [Bauman 2002, Beck 2000b, Melucci 1991, 1994, 2000c], i consumi legati al corpo e all'aspetto fisico, assumono un valore importante nella ricerca di un'individuazione tanto a livello personale (chi sono io?) che a livello sociale (a che gruppo appartengo?) [Crespi 2004, Sciolla 2001]. Ciò è tanto più vero maggior ragione in un'età come quella adolescenziale segnata da grossi cambiamenti corporei [Palmonari 2001, Fabbrini e Melucci 2000] e dall'importanza delle relazioni coi pari [Palmonari 2001]. Tuttavia se pare condivisa la ricerca di un significato personale, di una rappresentazione di sé in ciò che ci si mette addosso, sia esso un tatuaggio o un abito, e un tentativo di catalogare gli altri e catalogarsi a seconda di come ci si veste, dunque se il consumo legato al corpo e all'aspetto fisico si definisce come importante veicolo di significati, come linguaggio [Douglas e Isherwood 1984, Di

Nallo 1997, 1998, Paltrinieri 1998] queste pratiche hanno al tempo stesso un valore relativo ed effimero nella costruzione dell'identità che pare anch'esso percepito da molti. Si pone dunque in essere la condizione tipica dell'individuo contemporaneo, riflessivo, quindi in grado di percepirsi come individuo, libero di scegliere e di agire come preferisce ma proprio per questo a suo rischio e pericolo, dal momento che la responsabilità di ogni sua scelta ricade su lui stesso. Inoltre ogni decisione non appare come portatrice di certezza ma propendere per un'opzione comporta il dover rinunciare alle altre e di questo il soggetto consumatore contemporaneo è consapevole [Bauman 2002, Beck 2000b, Melucci 1991, 1994. Secondo Appadurai il piacere che muove i moderni consumatori è proprio il piacere dell'effimero: "la valorizzazione dell'effimero si esprime a diversi livelli sociali e culturali: la breve vita dei prodotti e degli stili; la rapidità dei mutamenti delle mode; la velocità della spesa; la poliritmia tra credito, acquisizione e dono; l'evanescenza delle immagini prodotte dalla televisione; l'alone di costante «stagionalità» di cui sono circondati i prodotti e gli stili nell'immaginario dei mass-media. Il tratto più celebrato del consumo moderno (e cioè la ricerca costante della novità) non è altro che un sintomo di una più profonda disciplina del consumo in cui il desiderio si organizza intorno all'estetica dell'effimero" [2001: 115]. Molti degli stessi adolescenti hanno poi intuito come seguire la moda possa tradursi in un eccessivo condizionamento esterno e hanno valutato questo con atteggiamento critico.

È stato sottolineato in generale comunque come l'apparenza conti molto nel giudizio a cui si viene sottoposti dagli altri e per questo mi pare significativo come la maggior parte dei ragazzi di origine straniera,

probabilmente soggetti più degli altri a giudizi e pregiudizi, affermino di vestire alla moda e con abiti firmati, probabilmente per segnalare un'appartenenza a ciò che la nuova cultura in cui stanno vivendo propone loro.

Si pone dunque in essere una possibile dinamica di inclusione-esclusione legata al modo di vestire che, pur non essendo connessa a dinamiche di classe, che non appaiono rilevanti nel contesto considerato, pone comunque all'attenzione l'esigenza per i ragazzi di essere accettati e identificati per come ci si veste e la paura di non esserlo, paura che pare più accesa nei soggetti più giovani e negli immigrati.

- significative mi sono apparse le affermazioni critiche verso il tatuaggio che non si sono rivolte tanto a pregiudizi verso questa pratica ma hanno sottolineato due paure o pericoli decisamente tipiche dell'uomo contemporaneo: il fatto che il tatuaggio non si possa più cancellare, quindi la permanenza, che è forse uno degli elementi più temuti nella nostra società delle scelte reversibili, qui ci si può ricollegare al piacere dell'effimero e quindi del non permanente di cui parla Appadurai : "nei regimi della moda [n: la società attuale] il corpo è un sito per l'iscrizione di un desiderio generalizzato di consumare nel contesto dell'estetica dell'effimero [2001: 115] e le malattie, paura che credo sia stata alimentata dai mass media che hanno, in questo caso giustamente, messo in guardia rispetto a ciò che può comportare tatuarsi senza seguire le giuste precauzioni igieniche, ma che è anche uno dei terrori contemporanei poiché appartiene all'ambito dell'incontrollabile.

5.3.3 Produzione e consumi culturali: condivisione di significati, presentazione di sé e promozione di interazioni.

Le fotografie proposte come stimolo su produzione e consumi culturali sono la 7 e più indirettamente la 8, incentrata sul rapporto coi media, di cui si tratta nel paragrafo successivo, ma che ha portato anche informazioni sui programmi televisivi preferiti.

Occorre specificare che non sono stati indagati tutti i tipi di produzione e consumo culturali che comprenderebbero anche cinema, teatro, lettura, eccetera, ma l'attenzione è caduta sulla break dance: una forma di danza conosciuta da tutti e praticata da alcuni adolescenti, che sembrava significativa del rapporto tra locale e globale e in secondo luogo sulle preferenze musicali e televisive emerse dagli stimoli delle foto 7 e 8.

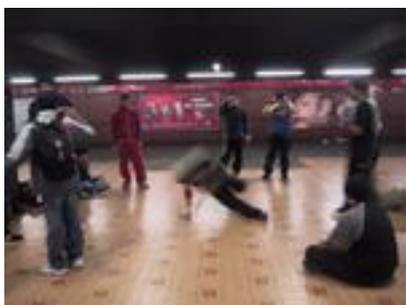


Foto 7 – break dance



Foto 8 – parabole

Le aree di significato in cui possono essere collocati i commenti degli intervistati sulla **break dance** sono soprattutto la **condivisione di significati**, la **presentazione di sé** e la **promozione di interazioni**.

Per quanto attiene ai **consumi musicali e televisivi** questi sono stati inseriti come nodi interpretativi esterni alla griglia di analisi perché non legati direttamente al significato del consumo,

ma è sembrato comunque importante riportarli. In questo caso l'attenzione cade su ciò che i giovani preferiscono, sui loro gusti.

5.3.3.1 Condivisione di significati e presentazione di sé.

Nelle parole di molti intervistati sulla break dance e su chi la pratica si intrecciano sia la valenza della condivisione di significati (questo tipo di ballo risulta essere molto legato all'idea di gruppo), che quello della presentazione di sé, dal momento che viene considerato un modo per esprimere se stessi e per dedicarsi a una propria passione.

Non piace a tutti, ma in generale è apprezzato l'impegno che chi la fa ci mette. Alcuni, pur non praticandola, hanno preso spunto da questo argomento per parlare delle loro passioni, musicali o meno, diverse da questo tipo di danza.

questa è una cosa che io non so fare... però mi piacerebbe imparare, però io sono un palo della luce e non ci riuscirei mai... però mi piace chi lo fa e lo ammiro

Lo hai visto fare?

Ogni tanto

A Bologna?

Sì, in via Ugo Bassi... ma anche da questi matti qua sopra.... [N: gruppo Katun di Bologna]

E che cos'è?

... cioè si scambiano dei passi, cioè si inseriscono uno con l'altro...

Cosa caratterizza questa danza?

Che si sfidano, cioè senza... con il corpo, non con le parole, né con altro.. è una cosa che.. .cioè si dicono alcune cose con il corpo invece che dirsele a voce... si lanciano messaggi di sfida ma pacifici

Che tipo di musica viene usata?

Hip pop

E' il genere di musica che ti piace anche a te?

L'ascolto, non mi piace tantissimo...(N.38, F, 18 anni, professionale, Bologna)

la breakdance... ho amici che ballano..

Quindi la conosci?

Sì... ho provato anche...

Ti piace?

Sì mi piace ma è difficile, non è mica facile

Secondo te perché si balla la breakdance?

Ognuno ha una passione.. per esempio io ho quella del calcio, ma anche la breakdance è una danza di strada.... invece che le altre danze tutte perfettine, qua vai, ti alleni

Cosa ti piace di più di questa danza?

E' uno stile... tipo di lotta.. però non toccandosi.. ballando esprimi tutto.. il tuo carattere, la tua voglia di fare...

E tu ci hai provato per trovare un modo diverso per esprimerti o per altri motivi?

Sì per trovare un modo diverso per esprimermi..

Ci hai provato con i tuoi amici?

Sì, vado certe volte a guardare

Dove ballano?

Al mercato delle erbe, al Link, sotto il portico si allenano...

Come funziona, ognuno può andare?

Fanno tipo una pista intorno, uno va, poi va l'altro... ognuno può andare

E come musica, che musica ti piace?

La musica commerciale

Dei gruppi particolari?

No, in generale... (N.40, M, 16 anni, professionale, origini montenegrine, Bologna)

eh!!! Break dance!!! Quella che piace a me.. ! anche io la ballo la break dance
ti piace ?

sì però loro si allenano tipo.. come dire.. nei posti così... però sarebbero meglio avere una palestra per loro.. per ballare, divertirsi, perché loro non possono andare sempre fuori a ballare, perché non hanno una palestra, non sarebbe giusto..

so che tu balli break.. la balli con i tuoi amici, da solo?

La ballo con i miei amici ..

Al Pilastro [n: quartiere di Bologna] o in giro?

anche in giro.. al Pilastro.. perché siccome sarebbe meglio prendere una palestra.. perché quando farebbe freddo, nessuno riuscirebbe, perché con il freddo non riesci a ballare, stai 5 minuti e vai via

Ma come è nato il vostro gruppo di break?

Un giorno abbiamo deciso di imparare, abbiamo visto che stavamo imparando , ci piaceva e abbiamo continuato.. alcuni imparano dal maestro, altri ci mettono la buona volontà e imparano da solo...

E tu come hai fatto?

Da solo..

E che musica ti piace?

Musica Hip pop e reggaeton... ognuno ha un gusto diverso dall'altro

La ballate quando vi capita o giorni fissi?

Per adesso quando ci capita perché fa freddo, quando si avvicina l'estate c'è molto da ballare.. ci divertiamo anche... molta gente a vedere.. (N.42, M, 17 anni, professionale, origini kosovare, Bologna)

Breaker che ballano sotto una metropolitana, bello mi piacciono molto queste cose, sarà perché a me piace ballare hip hop.

Fai anche break dance?

No, quelli che ballano mi piacciono molto, non so, sono appassionanti, poi è bello come spettacolo si mettono lì ballano, ci sta, anche in generale quelli che si esibiscono facendo numeri di giocoleria e roba del genere mi piace molto, mi piace perché li faccio anche io, non mi piace esibirmi in pubblico perché mi sembra un farsi vedere, però mi piace guardare gli altri, io la faccio come una cosa mia, però è bello guardare la gente che fa vedere la sua arte.

Ma lo fai da sola?

Con degli amici al parco, con delle catene con una pallina nel fondo e questa pallina all'inizio la fai con dei calzini, poi quando aumenti di livello sfili le catene e ti fai dei manicotti di stoffa così riesci a tenerle e poi serve un materiale particolare con delle maglie di ferro che è ignifugo, che prende fuoco ma non brucia si consuma al limite, ma dura molto si può incendiare varie volte e giochi con queste palline infuocate ed è bellissimo da vedere di notte vedi queste cose

che girano, girano intorno e non vedi le catene di notte, vedi queste palline che girano, dei cerchi è bello da vedere.

Quando hai iniziato?

Due anni fa, con una mia amica abbiamo detto proviamo, poi mi è piaciuto e così ho iniziato (N.58, F, 18 anni, ist. tecnico, Forlì)

Eemm, sì, comunque spesso i ragazzi si trovano, nei pomeriggi a riunirsi, a ritrovarsi in luoghi, che spesso a me non piacciono sinceramente ee, magari che loro lo ritengono un proprio covo dove sfogarsi al di là dell'ambito scolastico, della scuola e dei propri impegni giornalieri, dove praticano magari, sì, questi balli, questi, come si chiamano?

Questa è la break dance.

La break dance eemm, molti giovani sì, sento che praticano la break dance e sì, si sentono molto attirati anche perché si mettono in cerchio, quindi si riuniscono, magari sono gente che provano le stesse idee, sono spesso giovani, sì, di età tra i 16 , 15, 17 anni. A me non è mai piaciuta la break dance e quindi anche vederli non mi piace, cioè (N.10, F, 16 anni, liceo scienz.soc., Modena)

va beh, ambiente metropolitano, eemm, io ho una passione per il ballo, quindi mi piace questa foto, il fatto che, mm, va beh, da noi manca diciamo, però il fatto che persone vogliano magari rendere partecipe o comunque, eemm, mm, mettersi in mostra, tra virgolette, in mezzo agli altri e condividere una loro passione, e mettersi appunto, penso che sia una metropolitana

Sì, è un sottopassaggio.

Sottopassaggio di una metropolitana, eemm, vogliono ritagliarsi un loro spazio per potere fare vedere alle altre persone di cosa si occupano, che hobby hanno, secondo me è molto bello, cioè se potessi farei la stessa cosa, eemm, infatti invidia molto queste persone che riescono comunque a ritagliarsi uno spazio tutto per loro, eemm, mi viene in mente comunque la musica in generale e il fatto di essere ballerini-atleti, perché questa diciamo, essendo tipo un ballo di strada.

Sì, è break dance.

Break dance, esatto, eemm, ci vogliono comunque delle qualità per farlo secondo me, quindi bisogna essere sia atleti che ballerini, quindi devono essere delle persone con delle buone potenzialità (N.15, F, 18 anni, ist. d'arte, Modena)

Eh, qua si ragiona! Questa diciamo mi rappresenta molto, ritrae proprio ragazzi che se non sbaglio qua sono per strada, in un piazzale [...]

Qua fa proprio vedere i ragazzi che si riuniscono proprio per ballare, così e poi la danza è un modo come un altro per esprimere se stessi, poi soprattutto con questo tipo di danza, che a me affascina molto, l'ho sempre voluta imparare e ho iniziato questa estate con i miei amici qua, hanno detto: "balla con noi" e piano piano ho imparato anch'io, sto ancora imparando. Sì, comunque, ritengo che, come ho già detto, la danza esprime molto, davvero molto il carattere di una persona, ci sono persone che proprio ballano proprio per sfogarsi, perché c'hanno problemi, così, in famiglia e con gli amici e allora si sfogano ballando, mentre altri lo fanno proprio per piacere

Tu sei in un gruppo con cui ballate? Cioè, come funziona la cosa? A Modena ci sono dei posti dove si balla, oppure?

Sì, c'è, si riuniscono anche, che io sappia lì da "Extreme" [n: è un negozio di articoli sportivi] che ci sono dei portici dove ci riuniamo a ballare, solo che ultimamente non ci sono più andato, perché con la scuola non faccio in tempo, studio, qua e là, e provo a casa che c'ho il salotto abbastanza grande, perciò sgombero tutto e ballo e poi quando mi ritrovo con gli amici, poi si va da qualche parte, andiamo, poi siamo venuti qua, tipo come oggi, ee, nient'altro

Quindi è una cosa che si può fare anche sotto dei portici, quindi anche per la strada, basta trovare uno spazio

Sì, a parte che questa danza è nata per strada, proprio i primi che, la ballano proprio per strada, alle origini questa danza, poi c'è chi preferisce ballarla in una pista da ballo, così, però le origini sono proprio la strada, sì, infatti questi ragazzi qua sono proprio quelli che li chiamano street dancers, proprio ballerini per strada, se non sbaglio, significa (N.21, M, 17 anni, professionale, origini marocchine, Modena)

Tu conosci, ti è mai capitato di vedere questo tipo di spettacolo? Conosci ragazzi che ballano la break dance?

Uhh! Ne conosco! Però non ci andrò mai, perché...

Perché? Non ti piace questo tipo di ballo?

Ma, ballare la break dance no, piegarmi.. non ne ho voglia

A Modena ci sono dei posti dove..?

Sì, sì

Quindi è diffusa anche a Modena la cosa

Mm, è diffuso sì, ma ci saranno più di quelli che ascoltano hip hop che house, secondo me, ma ultimamente, adesso va molto, la ascoltano di più, mm.

Emozione

Emozione?

Eh, esprime emozione, rispetto ad andare in discoteca normale, ascoltare quelle musicchette lì, odiose, per me sono odiose

Quelle da discoteca normale?

Eh (N.22, M, 16 anni, professionale, origini ghanesi, Modena)

La passione per questo tipo di danza e la pratica accomuna adolescenti sia di origini italiane che di origini straniere.

I gruppi che ballano break dance, dai commenti di alcuni, sembrano gruppi in un certo senso esclusivi, che comprendono solo chi ha questa passione e condivide un certo tipo di abbigliamento e cultura:

non so questa è una stazione.. non so quello che mi viene in mente, perché non è che sia molto esperta nel campo. Oddio, forse è una delle passioni che ultimamente si sta diffondendo proprio tra i giovani, come la danza di strada, queste cose qua. Io, oddio la vedo anche come una cosa bella, nel senso che ognuno poi ha le sue passioni, ha le cose che, che gli piacciono. Ridico, cosa che ribadirò sempre, anche queste cose, certe volte sono viste dalla gente con distacco, sono viste con, non dico disprezzo, però distacco. E invece non si vede assolutamente niente di male nel senso che, voglio dire, è una danza, è uno sport come gli altri, semplicemente esce un po' dal coro perché è più alternativo [...] questo è nato anche da, da ragazzi che magari erano anche ragazzi di strada, con problemi così, poi è diventato una cosa normalissima, voglio dire.

E in generale, da quello che sai tu, non so se conosci qualcuno che pratica, dalla tua esperienza, chi è che pratica la breakdance? Cioè sono gruppi particolari, connotati particolarmente o, cioè, chi ha questa passione si trova...?

secondo me, vale per entrambe le situazioni. Cioè, nel senso che ci sono, ci sono ragazzi che adesso non conosco personalmente, però che hanno la passione e che proprio si iscrivono a scuola; ci sono anche delle scuole di danza che fanno anche breakdance e ... Altri invece magari, cioè a volte anche proprio li vedo io che si...che magari certe volte si chiudono, fanno i propri gruppi di free style. Io sinceramente non sono, non sono molto dentro l'ambiente; probabilmente è vero che, cioè, si distaccano e, probabilmente è anche un fatto di mentalità. Non lo so, perché non ci sono particolarmente dentro, però, poi, in alcuni casi, sì,

possono anche formare gruppi a sé. Per loro può voler dire formare gruppi a sé, il rapper, per dire. Sì, sono magari anche, mentalità diverse che si vogliono tener per sé, non so. Sì, però a me più che i break dancer mi viene in mente i rapper, per dire, che sono molto una cosa a sé. Cioè, quelli fanno gruppo tra loro e

Cioè, sono un gruppo esclusivo

sì, sì, nel senso che sono loro e uno deve essere come loro per entrare nel gruppo. (N.24, F, 18 anni, liceo classico, Bologna)

A te piace, la pratici?

la musica hip hop, musica hip hop anche la praticavo, cioè mi piaceva in passato e, però, è una musica che ha tutta una sottocultura che a me non piace, è una cultura, è una sottocultura di sobborgo, dei sobborghi che proviene da tutt'altre cose, proviene dagli Stati Uniti, non è una cosa assolutamente italiana, non fa parte della nostra cultura. Ovviamente, noi possiamo assimilarla, possiamo farle quello che vogliamo, però, comunque, non vien fuori un bel.. un bel prodotto e ...perché comunque le persone, almeno le persone che conosco io che son, che praticano breakdance, oppure che fanno hip hop, sono persone abbastanza eccentriche, e ... che parlano in un modo particolare, fanno parte di una propria elite e...e comunque io..

E' espressione di una comunità in qualche modo..

sì, sono espressione di una comunità, di una comunità, ma di una comunità di persone fatta, cioè, da loro, non è una cosa naturale e...è una comunità voluta, così apposta.[...]

Ma, per te la musica cosa rappresenta, in generale, al di là di questo?

al di là di questo, per me la musica rappresenta un.. un mondo di espressione, oppure di svago, giusto. Io ascolto molto musica personalmente, però è musica che di solito non viene apprezzata perché è musica elettronica, sostanzialmente techno e dicono "ah, tutta uguale, tutta uguale" e invece non è vero

Ma la musica crea aggregazione?

ma certo

Anche la techno?

certo certo, crea aggregazione. La musica è un argomento di cui parlare, è un argomento di discussione, è un..ci si può.. è un modo...non lo so, per esempio, quando si è in compagnia, si mette di sottofondo la musica e..perché non ci sia del silenzio, in sostanza. E poi perché comunque è un qualcosa di bello da sentire, della musica di sottofondo. Poi ovviamente ci sono occasioni particolari, quali può essere, ad esempio, la discoteca, un party, dove...dove la musica è la cosa centrale perché v'è solo quella...

(N.26, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

5.3.3.2 Promozione di interazioni.

Come si è detto la break dance si pratica in gruppo, quindi dagli adolescenti viene letta anche come modalità dello stare insieme:

breakdance.. un posto dove si trovano i ragazzi dove si balla..

tu balli la breakdance?

No, ho iniziato a ballare, ma mi piace vederla.. (N.43, M, 17 anni, professionale, origini macedoni, Bologna)

dei ragazzi che ballano la break dance, ballano stesi lì con la loro radio per terra, è un modo di fare importato dalla cultura americana perché la break dance ha avuto un boom negli ultimi tre anni, fa figo, e si è sparsa anche tanto in Italia.

I tuoi amici che ascoltano hip hop la ballano?

Quasi tutti, la ballo anche io, non mi vesto largo ma la ballo anch'io perché avendo fatto sette anni di pattinaggio agonistico... (N.54, M, 18 anni, lavoratore, Ravenna)

Mm, bella! Allora, questo secondo me è, il sottopassaggio si chiama? Va beh, comunque, il sottopassaggio di una metropolitana o di una stazione eemm, all'interno della quale un gruppo di ragazzi, un gruppo di ragazzi, per il momento, stanno svolgendo la break dance, quel tipo di danza moderna molto bella, che a me piace molto ee, per la quale serve una grandissima abilità e appunto si svolge in luoghi aperti perché c'è bisogno di molti spazio per svolgerla. Questo è un fenomeno che proviene dall'America, questo è chiaro, però sta attecchendo molto anche in Europa per esempio, soprattutto nelle grandi città, infatti secondo me [...] e quindi soprattutto nelle grandi città ogni tanto capita di vedere gruppi di ragazzi, non riesco precisamente a dire se siano ragazzi italiani o stranieri, perché verrebbe da dire che questo tipo di danza sia praticato di più dai ragazzi stranieri, appunto a quelli che più sono vicini al genere rap, hip hop, però non è escluso, si stanno anche aprendo alcune scuole di questo stile, perciò magari sono anche ragazzi italiani, comunque è molto bello come stile di danza, fanno bene. Mi viene un po' di tristezza, da dire perché debbano proprio praticarla nel sottopassaggio di una metropolitana o di una stazione, perché invece non ci possono essere spazi pubblici dedicati a questi ragazzi per potere esprimere la loro arte e anche per potere avere un riconoscimento insomma, visto che comunque è anche un fattore di aggregazione, infatti si vede che qui c'è un buon gruppo di ragazzi e appunto sarebbe meglio che ci pensasse qualcun altro a farli ballare, non in una metropolitana (N.1, F, 18 anni, liceo classico, Modena)

Tu appartieni a un gruppo di persone con cui..?

Sì, io mi ritrovo con altre persone, da breakers a cantanti rap esordienti, a skater, a writers

Quindi tutti che hanno le loro discipline e le loro attività e appartenete però allo stesso gruppo

Sì, appartiene a questo gruppo qua

E per quanto riguarda la break dance, a Modena ci sono dei gruppi che ballano?

Ce ne sono più di quelli che la gente si aspetta

Infatti è un fenomeno che magari si conosce di più nelle grandi città

Sì, nelle grandi città, tipo Milano, così, però io me ne sono accorto che anche nei piccoli paesi, capito, si tende a fare break e poi c'è sempre anche gente nuova che vuole iniziare, che però non sa dove andare, allora c'è tutto uno spazio pubblicitario che si gira.. perché, anch'io, io andavo in skate. Io praticamente non sapevo neanche cos'era lo skate, poi un giorno, girando girando ho visto delle persone che facevano skate e allora: come si va, come non si va, il modo giusto, la tavola, le ruote, tutto quello che bisognava comprare, ee, così, io ho provato, ci vado ancora oggi, perché mi piace ee.. lo stesso per il paint, il writing, la stessa cosa. Uno non si aspetta di sapere fare certe cose e poi alla fine, nel giusto modo, nella giusta maniera ee, alla fine ti piace anche, perché, la curiosità ee, allora io ho provato un po' di tutto. Diciamo che per la break sono negato, perché ci vogliono troppi passi, sapere molte cose, però, sì, è così, fa parte tutto di un mondo a parte, che la gente magari crede che sia sbagliato, però alla fine ci sono ragazzi che danno il cuore a ballare, a dipingere, a fare skate e così

Ed è una cosa che tu hai scoperto quando sei venuto a Modena o che già da prima praticavi?

Io praticavo giù

Allora è una passione che ti sei portato dietro

Allora venendo in questo paese ho chiesto in giro i vari gruppi, così, poi mi sono ritrovato a conoscere della gente a scuola, per strada, che praticava lo skate, così, il writing, mi hanno insegnato più cose e diciamo che oggi mi piace molto, mi trovo bene diciamo in questo gruppo qua (N.12, M, 16 anni, professionale, Modena)

in particolare gli amici e la condivisione di una passione, secondo me, in questa foto. (N.15, F, 18 anni, ist. d'arte, Modena)

Questo, cioè, per loro è un motivo di svago, cioè, di uscire un attimo dal mondo che ci circonda, trovarsi in compagnia e perdere la testa, cioè fare qualcosa che gli interessa veramente, ed è un motivo di svago

Tu conosci dei ragazzi tipo questi che ballano la break dance?

Sì

Quindi ci sono dei luoghi anche a Modena dove..?

Cioè si trovano anche sotto a un portico di un palazzo, per dire, cioè loro si trovano bene dappertutto, come me, me un' altra cosa, mi piace il calcio, io come trovo un pallone e un po' di spazio trovo subito un momento per giocare, la stessa cosa loro, credo

Quindi è legato a una passione

Sì, a una cosa che ti piace veramente

A te piace la break dance?

No, cioè mi piace vederla, ma ballarla no, non sono neanche capace (N.20, M, 17 anni, ist.tecnico, Modena)

Da parte di molti intervistati, come emerge dalle affermazioni riportate sia in questo paragrafo che nel precedente, vi è la consapevolezza che questo tipo di danza è stato importato dagli USA ma la pratica ormai appare ben radicata anche in Italia. Come per altri elementi, siamo in uno di quei casi in cui una pratica proveniente dall'estero è stata introdotta nella cultura italiana ed ormai ne fa parte stabilmente, reinterpretata e adattata in base al contesto locale, siamo dunque di fronte a un caso di indigenizzazione [Appadurai 1996]. Bisogna ricordare infatti che la break dance ha avuto origine nei quartieri abitati da neri degli Stati Uniti circa 25 anni fa e rappresentava un modo per essi di esprimere anche le condizioni di disagio in cui si trovavano e di darsi un'identità, poi è uscita da questo contesto e ultimamente ha avuto una ripresa anche per la diffusione a livello commerciale della musica hip hop.

Al di là del legame conservato o meno con contesto e significati originari della musica hip hop, mi pare che sia da sottolineare la

valenza positiva che questa pratica ha per gli adolescenti legata a:

- possibilità di fare un'attività in cui esprimersi e a cui appassionarsi
- condivisione con e appartenenza a un gruppo di pari

Il significato positivo di questi due punti è avvertito anche da chi non la pratica e si lega all'esigenza adolescenziale, ma non solo, di ricerca di un'identità personale [Fabbrini e Melucci 2000; Palmonari 2001, Tonolo 1999] e di appartenenza al gruppo [Palmonari 2001].

5.3.3.3 I gusti musicali.

I gusti degli intervistati in fatto di musica appaiono abbastanza vari ma polarizzati particolarmente intorno a quattro generi: rock, hip hop, house (ossia musica da discoteca) e pop italiano. La musica appare in generale un'arte amata e molto presente nella vita degli adolescenti.

eh, io , ascolto più musica di qualche anno fa, sul rock anni '70, o ...sono un po' sulle estreme fazioni degli anni passati. Non mi piace molto l'hip hop perché lo trovo abbastanza ripetitivo e uguale a se stesso, ma non credo che il fine dell'hip hop sia appunto quello di portare innovazione nella musica, di esprimersi invece il più liberamente possibile (N.27, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

*Ascolto un po' di tutto, sul genere Cold Play, un genere molto più soft
Hai gruppi particolari, cantanti particolari che ti piacciono?
Italiani sono Giorgia, Carmen Consoli, Ligabue, Vasco Rossi, sul piano internazionale Cold Play, i Nirvana, mi piacciono determinate canzoni, non ho proprio un gruppo idolo. (N.30, F, 17 anni, liceo classico, Bologna)*

prima tu facevi riferimento ad un gruppo musicale, tu hai un gruppo?

Sì

E che musica fate?

Tipo hardcore

Fate concerti, spettacoli..

Sì

Quindi è una dimensione importante

Sì

Anche per i tuoi compagni la musica è un elemento importante

È un elemento importante, forse però per molti non tanto quanto per me. Anche per il fatto che suono e ascolto tantissima musica, cerco sempre ispirazioni. Per molti altri è solo uno svago, da ascoltare per amplificare o attenuare delle emozioni...

Tu senti anche musica italiana?

Prevalentemente ascolto musica straniera perché per il genere che ascolto ce n'è di più. Però anche l'italiana mi piace molto. Non ho nessun tipo di pregiudizi. (N.31, M, 17 anni, liceo classico, Bologna)

Tu che musica ascolti?

Di tutto assolutamente, una canzone mi deve comunicare qualcosa, una canzone che a livello di orecchio mi ispira sentimenti e quanto altro io la ascolto. Tutti i generi, classico, hip hop, musica commerciale, di tutto (N.34, F, 19 anni, liceo classico, Bologna)

E tu che musica ascolti?

Io hip pop di più... arembi

L'ascolti insieme agli amici o da solo?

Insieme agli amici..

Piace a tutto il gruppo?

Sì

Hai un gruppo preferito?

No.. sono cantanti... Eminem.. [poi non si capisce]

Ti piaceva fin da piccolo?

No li ho conosciuti in Italia, io prima ascoltavo la musica là...

L'ascolti ancora qui?

Qualche volta... l'ho nel computer, nella memoria, quando voglio l'ascolto...

Riesci a scaricarla anche da internet?

Riesco solo a ascoltarla.. c'è un blocco.. non so... l'ascolto e basta (N. 41, M, 17 anni, lavoratore, originario ex Jugoslavia, Bologna)

di solito, eh...di solito ascolto Laura Pausini oppure Elisa (N. 44, F, 14 anni, ist.tecnico, Bologna)

Hai un tipo di musica particolare che ascolti, che ti piace?

Mah, molta di Riccione, il Coccoricò, musica del Papeete che son discoteche, house, techno...di tutti i tipi

Sei stato anche in queste discoteche a Riccione?

sì

Sì, ti piace ballare quindi?

Sì (N.45, M, 16 anni, professionale, origini marocchine, Bologna)

A me piace house, sì quindi la trovo al Coco, all'Ecoes a Riccione o a Cesenatico la danno abbastanza dopo una certa ora, come entrata le commerciali le danno e alla fine va anche bene, però se scelgo la musica vado in quei posti lì.

Oltre alla discoteca dove la ascolti la musica?

Va bè in casa, però l'house no, perché cioè alla fine la ascolto solo al computer, la scarico di lì quindi la ascolto in camera mia.

E a casa ascolti musica commerciale?

No ascolto musica lenta, anche classica qualcosa, poi va bè la mia cantante preferita Pink poi in generale un po' quelle che mi piacciono le scarico, anche vecchie, tipo Bob Marley. (N.55, F, 18 anni, liceo linguistico, Ravenna)

La musica hip hop non l'ascolto cioè ho uno o due cd ma li metto su quando devo ballare perché ti gasano, perché ti prendono, perché segui la musica vai a tempo, però se mi devo mettere ad ascoltare no e questo è un discorso che facevo all'inizio, invece adesso magari la ascolto anche un po', non so anche ballandola mi sta iniziando a prendere anche come tipo di musica, l'hip hop meno commerciale è più bella, per dire quella più commerciale è quella di...[non si capisce].

Tu cosa ascolti invece di musica?

Tanta musica vasta dal rap al rock in generale anni 70-80 mi piace molto, il reggae tantissimo oppure musica un po' particolare tipo percussioni, bonghi, cose così.

Tu hai cd di bonghi?

Ho anche cd di musica tribale che ci sono bonghi praticamente che sono fenomenali sono bellissimi che metto su a volte quando gioco.

Ma li suoni anche i bonghi?

No, ce li ho lì, ma l'anno scorso che l'ho preso avevo iniziato un po' così a fare un po' di ritmi e volevo farmi insegnare da un mio amico che lui è molto molto bravo poi è arrivata l'estate, una cosa e un'altra... Poi ci sono gruppi più commerciali, tipo i System quelli che si sentono in giro adesso.

La musica Goa è un po' particolare, si sta diffondendo molto adesso, va molto di moda tipo fra i giovani, anche più piccoli è una cosa che va molto di moda.

Ma è vicino alla musica reggae?

No, è completamente diversa è vicino alla techno, ritmi, molti bassi, si balla in un certo modo anche lì, come il rap si balla in un certo modo, il rock si balla in un certo modo.

E dove si va ad ascoltare goa?

Al [non si capisce] a Bologna se no feste in giro, ci sono feste goa.

E come si balla la goa? Che danza è come movimento?

E' vicino al techno, non lo so saltelli un pochino e è difficile spiegarlo a parole. (N.58, F, 18 anni, ist. tecnico, Forlì)

E la musica ti piace?

Sì, l'hip hop a me piace, ma a me la musica in genere mi piace tutta, io ascolto del rock, punk, l'hardcore, l'house, la techno, i Modena, io la musica la ascolto tutta, se c'è una canzone che mi piace me la scarico, la metto sul lettore mp3 e sono a posto, me la faccio scaricare da un amico di sotto che lui ha internet, me la metto sul lettore mp3, a posto, anche quelle canzoni vecchie, colonne sonore dei film, se c'è una canzone che mi piace io l'ascolto, non ho problemi

Tu non hai un gruppo preferito?

Il gruppo preferito sono i Modena, Ligabue e Vasco, sono quelli che mi piacciono di più in assoluto, poi ci sono dei gruppi nuovi che magari fanno una canzone bella e le altre fanno abbastanza schifo, se mi piace la canzone me la prendo (N.60, M, 17 anni, professionale, Forlì)

Cosa ascolti?

L'house, musica da discoteca.

Quando l'ascolti?

In macchina, con lettore mp3, oppure a casa con il computer, al lavoro abbiamo la radio ma non c'è la musica che ascolto io, ascoltiamo radio 105, a volte mettono della musica un po' schifosa.

Compri anche cd?

No, scarico da internet, si pagano troppo i cd.

Anche scaricare da internet costa! Hai l'adsl?

Io vado sui siti, sui programmi...quelli illegali dove non si paga niente, se no dovrei pagare...invece lì paghi solo la connessione. Poi da noi c'è solo la 56 k, quindi vado un po' lento a scaricare.

Ci sono dei gruppi che ti piacciono?

Ma sono tutti dj, cose fatte al computer.

C'è in dj in particolare che ti piace?

No, tutte sparse, l'artista non si capisce mai chi è.

Vai in discoteche dove danno musica house?

Sì, se no mi piace anche la rock un po', i Green Day (N.68, M, 18 anni, lavoratore, Ravenna)

Tra gli adolescenti di origine straniera alcuni ascoltano anche musica del loro paese di provenienza:

Che musica ascolti?

house, dance, hip-hop... a me piacciono quelli bravi...

Musica marocchina la ascolti o di altri paesi?

io ascolto anche la rai che è araba però nata in Algeria... ha la canzone (Aisha).. nata in Francia, Inghilterra.. c'è Ishad Khaled che è uno dei più grandi..

Dove la trovi, su internet o cd?

se no vai in Marocco e in un negozio di musica c'è.. ma la vendono anche qui..

Con i tuoi amici ascoltate la musica araba?

se no ascoltiamo musica commerciale, quello che c'è anche in tv...(N.46, M, 16 anni, professionale, origini marocchine, Bologna)

Cosa ascolti alla radio?

Canzoni del nostro paese...

Riesci a sentire la radio del tuo paese?

No, ho dei cd..

Quindi è stereo?

Ah ma radio dici... no la radio non l'ascolto, solo stereo con cd ascolto.. (N.48, M, 16 anni, professionale, origini kosovare, Bologna)

Cosa ascolti?

Un po' di tutto, house, hip hop.

Dove la ascolti?

A casa.

Hai cd, ascolti la radio?

Cd.

Li compri?

I più li copio. Poi ho messo nella tv, prendo due stazioni albanesi che danno solo musica albanese, ascolto tutta la musica.

Musica albanese, tradizionale o moderna?

Moderna.

Fammi qualche nome che noi non la conosciamo!

Un gruppo rock, in Albanese Elita 5, sono un gruppo rock famoso. Poi c'è un gruppo del Kosovo che adesso lo fanno vedere sui canali tedeschi, Ebraim (?) è uscito adesso, è famoso. (N.69, M, 18 anni, lavoratore, origini albanesi, Ravenna)

Si nota riguardo alla musica una varietà nelle scelte che vede apprezzare gruppi e cantanti tanto stranieri quanto italiani e per i giovani di origine straniera musica tanto del paese di origine che italiana e di altri paesi. Siamo di fronte dunque al mescolamento di globale e locale.

5.3.3.4 Le preferenze televisive.

La televisione non appare essere troppo amata dagli adolescenti intervistati che in generale non la guardano tanto o comunque la considerano un passatempo per quando non c'è altro da fare. Alcuni sono anche critici verso l'offerta televisiva.

Tra i generi di programmi preferiti vi sono i cartoni animati (soprattutto "I Simpson"), i telefilm, in particolare quelli che trattano di storie di ragazzi come lo spesso citato "O.C." , i programmi comici, quelli musicali e i film.

E nella tv normale invece hai dei programmi preferiti? Guardi la televisione? Quanto la guardi?

Sì, a me piace, va be', alcuni cartoni, però mi piace come programma "CSI" che è un programma dove degli agenti della scientifica scoprono l'assassino che commette dei delitti e poi anche "Uomini e donne" mi piace, lo guardo [ride] ee, niente

E di cartoni cosa guardi?

"I Simpson" ee.. in particolare quelli, poi quando capita, perché torno a casa da scuola alle due e alle due, due e mezza, inizia "Dragon ball" mi sembra, adesso, però non lo guardo, cioè, lo guardavo e poi dalle due e mezza alle tre ci sono "I Simpson" per cui guardo quello

Tu quindi la televisione la guardi al pomeriggio e alla sera, mi sembra di capire, dai programmi..?

Sì, pomeriggio e sera, pomeriggio fino alle quattro e alla sera verso le nove, prima di andare a dormire

Tutti i giorni guardi la televisione?

Sì, tutti i giorni (N.16, M, 16 anni, ist. tecnico, Modena)

Guardo di tanto in tanto quando fanno quel programma su Mtv, quello dei ragazzi che ballano, poi se c'è un film alla sera, perché di solito gioco abbastanza con l'Xbox, la console, così e la tv se c'è un film la guardo, ma non mi interessa tanto

Non la guardi più di tanto

Mm (N.21, M, 17 anni, professionale, origini marocchine, Modena)

Io guardo molto MTV, poi i telefilm su Italia Uno, quelli che fanno dalle 9, alle 8, alle 9, quella roba così, basta, sì, ogni tanto guardo i cartoni di mia sorella, sempre per fare qualcosa

I tuoi telefilm preferiti quali sono?

Guardo "O.C.", "Elisa di Rivombrosa", "Smallville", poi MTV, sì, "Tr1", "Playground" sì, quella roba lì, a me piacciono, poi cioè [non si capisce], però qualcosa dovrai fare, cioè

Di solito quali sono i momenti in cui tu guardi la televisione?

La televisione, o quando sono in casa da sola e non so cosa fare, per rilassarmi, quando torno a casa da scuola, alla sera.. basta (N.17, F, 14 anni, scuola media, Modena)

Hai dei programmi preferiti? Qualche titolo di programma che ti piace di più.

Ad esempio, spesso i telefilm, anche, in passato i cartoni animati, adesso i telefilm soprattutto, "O.C."

Qualche altro titolo di programma che ti piace di più o anche di telefilm?

Ee, "C.S.I.", poi di programma avevo anche "Amici di Maria De Filippi", però mi piacevano più quelli passati, quest'anno non è che la guardo molto, comunque la televisione non è che la guardo molto, la guardo soprattutto alla sera, prima di addormentarmi, al pomeriggio ho lo studio.

Alla sera ti concentri sui telefilm o hai altri tipi di...?

Dipende, anche film se ce ne sono, però dipende, poi se la guardo, delle volte posso anche non guardarla, se devo finire di fare i compiti, così, però quando la guardo guardo [non si capisce] o se c'è un telefilm quello che mi piace, che mi interessa. (N.13, F, 14 anni, liceo scienz.soc., Modena)

Ma, in televisione devo dire che è un po' di tempo che non la guardo sistematicamente, ci sono alcune cose che mi piace guardare, ad esempio alla 2 e mezza, prima di iniziare a studiare, se ci sono "I Simpson", è un programma simpatico, fa ridere, lo guardo, oppure qualche volta, la sera, una volta a settimana guardo quei telefilm, telenovela: "O.C.", così e alla fine sono cose che mi sono sempre piaciute più o meno. Ee, qualche volta sì, guardo i programmi tipo "Le iene" che fanno un po' di satira, eccetera ma è raro, di solito non guardo la tv, preferisco il cinema o vedere un film comunque (N.7, M, 18 anni, liceo classico, Modena)

Io guardo molto i telefilm, cioè a me piacciono oppure comunque dei film però tipo su rete 4 che li danno tardi, quindi film strani, mi piacciono, anche l'horror mi piace molto quindi...

Di telefilm cosa guardi?

Di telefilm guardavo "Buffy" che comunque è sul genere horror, poi va bè "O.C." lo guardo, anche adesso c'è "Veronica Mars", mas anche delle robe tipo "C.S.I." che è molto bello, cose riguardanti tipo la medicina o tipo "Distretto di polizia", non tipo quelle cose amorose, tipo "Beautiful" io non lo guardo neanche morta, "Cento vetrine", "Sentieri", "Incantesimo", cioè ce ne sono, è anche guardato dai giovani però più le persone anziane sono più interessate. (N. 55, F, 18 anni, liceo linguistico, Ravenna)

io film marocchini ne guardo meno... più che altro con antenna guardo sport e musica..

Guardi la tv italiana?

sì, Italia 1, Rai sport, Sport Italia, Eurosport.. che parlano in inglese però.. però fanno tanto sport.. O.C. per i film... poi i programmi sportivi, Controcampo... quello alle 13.. come si chiama di sport...

Telegiornale marocchino lo guardi?

io di meno.. tutto il mondo arabo, sport, anche italiano.... Al Jazeera secondo me è uno dei canali più visto in tutto il mondo, fa vedere tutto il mondo.. anche Italia 1 dicono sempre questo lo abbiamo preso da Al Jazeera..

Capisci la lingua?

Sì (N.46, M, 16 anni, professionale, origini marocchine, Bologna)

La guardi la televisione?

sì

Quando la guardi?

di sera

Scegli tu cosa guardare?

io, mio padre, mia madre, io ho tre televisioni, quindi quando voglio vedere qualcosa posso scegliere

Ah, e quando puoi scegliere tu cosa vederti, cosa hai un programma che preferisci?

Oh, i cartoni, mi sa.. quando riesco a vederli, se no musica, telefilm

Hai un canale particolare che segui o dipende?

no, dipende (N.45, M, 16 anni, professionale, origini marocchine, Bologna)

Ma per quanto riguarda la televisione normale, non satellitare, la guardi e magari hai qualche programma preferito

a dire il vero la guardo il meno possibile, perché mi sembra abbastanza banale, povera di contenuti ma anche di forme, nel senso. Cioè, ci sono cose che trovo più interessanti rispetto ad altre cose; seguo alcuni programmi, più per caso, perché li guarda mia madre, sinceramente. Sinceramente mi annoiano anche i telegiornali, perché dicono cose scontate, un'informazione abbastanza finta, filtrata e...per l'informazione preferisco leggere i giornali, anche se anche lì a volte si nota che ci sono degli intenti, o altro. Mi capita di vedere il programma, ad esempio, che fan su raitre, il sabato e la domenica; mi sembra un buon programma. Però, generalmente, insomma, guardo poco la tv. La guardavo di più quando ero piccolo, più piccolo, alle medie soprattutto e... Adesso preferisco guardare un film, probabilmente

Quindi, insomma, a parte "Che tempo che fa" non hai altri programmi

no, direi di no. A parte, va be, i telegiornali, qualche volta. Vabbè, poi i Simpson alle due e mezza quando torno da scuola e..no, per altro occasionalmente la tv. Più che altro trovo che sia molto vissuto, molto usato dai ragazzi della mia età. E niente (N.36, M, 18 anni, liceo classico, Bologna)

Tu la guardi la televisione

a me piace molto, la guardo molto poco anche perché non ho tanto tempo, cioè, ho molti impegni durante la giornata, non ho tanto tempo, però alla sera ogni tanto guardo dei film, su Sky, però solo se c'è un film che mi piace, per cui, cioè lo guardo due tre giorni prima se c'è e...oppure, se se voglio appunto un attimo spegnermi il cervello e..perché sono stanco o roba del genere, guardo Natural Geographic che, dato che mi piacciono gli animali, li trovo interessanti, fa dei bellissimi documentari, guardo quelli (N.28, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

Vi sono anche alcune affermazioni critiche sulla qualità dei programmi televisivi:

Beh, dipende, dipende dai programmi, il telegiornale non l'ascolterò mai, perché mi fa schifo ascoltare il telegiornale

Non ti piace

Sentire sempre le stesse persone, sempre le stesse cose, no, quindi non lo guardo neanche se mi danno dei soldi, cioè.. tv per adesso, piuttosto gioco alla Play che ascoltare i telegiornali, piuttosto

E ci sono dei programmi che ti piacciono? Quindi, il telegiornale no

Beh i film, dipende che film...mi adegua un po' al giorno

Non hai dei programmi preferiti, che guardi sempre?

No

Programmi musicali?

"Pimp my ride"e basta, cioè, finiti lì, basta, però ultimamente di tv, piuttosto che guardare la tv gioco, almeno mi diverto più che a guardare il telegiornale, che

dicono sempre le stesse cose, poi si vedono sempre 'ste persone odiose, per tenermi aggiornato vado su Trc [n: rete locale di Modena] e vedo che cosa è successo a Modena, se no compro il giornale, però "Gazzetta", non "Corriere", il telegiornale a me fa schifo (N.22, M, 16 anni, professionale, origini ghanesi, Modena)

Allora, se vogliamo parlare dell'Italia, i programmi per la maggior parte sono stupidi, nel senso che di cultura non c'è niente, a parte alcuni programmi tipo "Geo e Geo" che lì parlano di animali, sono molto istruttivi, a me piacciono gli animali, quindi io li guardo spesso, gli animali non fanno male perché, non è una cosa tipo parlare di, tipo il programma "Uomini e donne", quella lì è una cosa stupidissima, secondo me, gli animali, ti insegnano i nomi degli animali, le loro abitudini e poi è bello vederli, secondo me, poi in libertà e non chiusi in gabbia. Poi ci sono altri programmi, tipo "Alle falde del Kilimangiaro" che parlano delle popolazioni straniere, quindi a volte dell'Africa, delle abitudini del Congo, le tribù, così e secondo me è molto utile e poi ci sono altri programmi che fanno tipo alla sera che servono per fare capire meglio alcune cose che sono successe nel passato, oppure anche "Stargate" che parla del passato, che per uno che è appassionato di quegli argomenti lì, informa molto su un dato argomento, oppure come dicevo prima "Sai perché" che dicono perché succedono certe cose nel nostro corpo, i nostri comportamenti, quelli lì possono essere importanti, cioè possono aiutare. Mentre i programmi "Uomini e donne", "Il grande fratello", quelle cose lì, potrebbero, secondo me potrebbero anche eliminarle, nel senso che non aiutano niente, uno resta attaccato al televisore solo per vedere che stupidaggini fa un ragazzo, per me quelle cose lì sono stupide. Per quello lì uno potrebbe anche spegnere il televisore e buttarlo via, cioè, se facessero troppe di queste cose, per me deve essere più istruttivo, deve dare più programmi istruttivi (N.4, M, 18 anni, liceo scientifico, Modena)

Ma sì, più che programmi preferiti diciamo che guardo quasi esclusivamente telegiornali e programmi di approfondimento politico o sociale, insomma, non so, ne cito qualcuno: "Ballarò", "Racconti di vita", ogni tanto, va be', "Punto e a capo", quelle cavolate lì, ma per necessità più che per interesse, insomma e quasi esclusivamente quelle cose lì, poi film ogni tanto quando ce n'è uno interessante, cioè raramente, per il resto non la guardo, non mi interessa. (N.1, F, 18 anni, liceo classico, Modena)

La guardo davvero pochissimo, perché non mi piace, ci sono dei programmi demenziali. Prima la guardavo tanto, adesso anche un po' per gli impegni, lo studio, altre cose, lo guardo davvero poco. Ma ci sono programmi davvero demenziali.
(N.30, F, 17 anni, liceo classico, Bologna)

Anche per le preferenze dei programmi televisivi ci troviamo di fronte a un mescolamento che vede scegliere accanto a format e fiction di origine americana, che occupano grande spazio nella programmazione televisiva del nostro paese, anche programmi e fiction creati in Italia o in altri paesi.

Da quanto emerge dai consumi culturali presi in considerazione: break dance, musica e programmi televisivi possiamo osservare gli effetti della globalizzazione sulla cultura, dove la disponibilità

degli stessi prodotti in tutto il mondo non produce omogeneizzazione ma mescolamenti, differenziazione. “In tal senso è possibile osservare come i media «diffondono gli stessi canoni di comportamento, di consumismo e di svago e uno stesso immaginario, quello della *world culture*» (Ramonet 1997, p.105). Tale fatto non apre però necessariamente a ipotesi di omologazione mondializzata. Piuttosto ci dice che l’orizzonte di riferimento per l’agire soggettivo e per la strutturazione dei percorsi di senso si apre a una dimensione globale che allarga i confini esperienziali e le province di significato. Il che significa che esiste la possibilità e la necessità di compatibilizzare, di risemantizzare, in definitiva di negoziare la relazione tra omogeneizzazione e differenziazione” [Boccia Artieri 2004: 165].

5.3.4 Tecnologie e media: tra culto e critica, opportunità e rischio.

Le fotografie proposte come stimolo su tecnologie e media sono la 8, la 9 e la 10.



foto 8 – parabole



foto 9 – computer



foto 10 – cellulare

I significati attribuiti dagli intervistati ai consumi di tecnologie e media sono: innanzitutto la **promozione di interazioni**, in secondo luogo il **consumo strumentale**, quindi per comodità e utilità, varie sono le **affermazioni critiche** sul rapporto che le persone hanno con i media e, infine, altro aspetto citato è la **condivisione di significati**.

5.3.4.1 Promozione di interazioni.

Gli adolescenti intervistati hanno attribuito significati connessi al promuovere interazioni a **cellulare** e **computer** grazie a **internet**, in particolare tramite chat ed e-mail.

Vediamo alcuni commenti sul **cellulare** che pare essere usato molto frequentemente:

Cellulare, eh, il cellulare è diventata una mania tra i giovani di oggi, cioè, almeno io, senza cellulare, cioè, non riesco a uscire senza cellulare, me l'ha ritirato mia mamma la scorsa settimana, sono rimasto a casa per stargli vicino!
No, veramente

Non riesci a stare senza

Sì, sì, sono rimasto cinque giorni senza cellulare chiuso in casa, perché non riuscivo a uscire senza di lui, ee, cosa si può dire, è una via di comunicazione molto, molto diffusa, ee, specialmente gli sms vengono utilizzati tantissimo, poi, in particolar modo, ora che c'è anche la videochiamata che è un modo come un altro per chiamare e vedere le persone, sembra che stia facendo la pubblicità dei cellulari!

No, no, ma la videochiamata quindi la usate voi?

La uso a volte, quando capita che una persona c'ha le videochiamate la chiamo, sì, per provare, così, un modo anche divertente per comunicare, tu parli, vedi cosa sta facendo, a volte infatti lo becchi che si sta cambiando, allora stacco e lo chiamo con la chiamata vocale, perché [ride] mi è capitato, perché lo appoggia sulla scrivania mentre si sta cambiando e allora io stacco e lo richiamo, perché non è un bello spettacolo!

Per le fotografie tu lo usi?

Sì, infatti ho comprato quello nuovo, che poi è uscito lo scorso Natale, con un'alta risoluzione delle foto, perché mi piace fotografare quando vado in giro, infatti quest' estate tutti sono andati in Spagna, io sono andato al mio paese e le cose che mi piacevano avevo sempre il cellulare in mano a scattare foto (N.21, M, 17 anni, professionale, origini marocchine, Modena)

È un cellulare, questo è con la videochiamata, nuova invenzione, io senza questo non vivo, questo è la mia vita, cioè, io senza questo dalla mattina alla sera non saprei cosa fare, infatti. A scuola, tipo quando non ho niente da fare, oppure cioè quando trovo qualcosa da non fare oltre che al cellulare, cioè, tipo, se non starei rispondendo alle tue domande, sarei già con il cellulare in mano

E il cellulare per cosa lo usi di più: chiamate, messaggi..?

Le chiamate quasi mai, i messaggi, mms, tipo adesso c'è la videochiamata, ogni tanto, sì

Anche videochiamata?

Sì, c'è anche la videochiamata. Umts, poi adesso tipo per Natale o in estate fanno delle promozioni, tipo per mandare 100 messaggi gratis al giorno, io subito

Li usi tutti?

Eh, tutti e 100 al giorno, perché tipo, conoscendo anche nuovi ragazzi, ti viene l'istinto di sapere cose nuove su di loro, così, quindi gli mandi messaggi, tipo, oppure mi sto conoscendo con una ragazza, non l'ho mai vista gli dico: "Mi mandi una tua foto", lei mi manda la sua foto, io gli mando la mia, così. Oppure tipo per scaricare suonerie, così, per fare i video (N.18, M, 14 anni, ist. tecnico, Modena)

è come la droga il cellulare praticamente [ride] se ci entri dentro.. Io ho visto delle persone che sono molto legate, anzi, non riescono a stare senza, ma delle cose proprio allucinanti, del tipo da mangiare, andare al bagno, a dormire col cellulare sotto al cuscino, che è una cosa allucinante proprio, cioè. Ee, dai messaggini, alle foto che adesso si possono fare, le videochiamate, le chiamate, va bene anche usarlo così, per motivi anche di svago certo, però non esagerare, perché poi alla fine, dà dipendenza, cioè, delle cose proprio fuori dal normale, cioè, della gente che sta tutto il tempo a messaggiare, a chiamare, così. Sarebbe anche bene spegnerlo e tenerlo spento un giorno, due giorni, così e poi riprendere piano piano, perché è come la droga proprio [...]

Tu lo usi anche per le altre cose tipo fotografie, altre funzioni?

Sì, mi capita di usarlo, perché poi le nuove tecnologie ti aiutano anche, se non hai la fotocamera, col bluetooth, con gli infrarossi te le puoi passare con gli amici, ee, vedere le foto della vacanza, ee dei parenti lontani, così, si usa anche per questo, però non è che diciamo: sto tutto il tempo lì a guardarlo così, se mi chiamano rispondo, metto giù e poi quando mi richiameranno risponderò di nuovo (N.12, M, 16 anni, professionale, Modena)

Ah, il cellulare come il computer, soprattutto il cellulare è messo in risalto qui ee, è usato da me personalmente molto spesso, io lo tengo sempre a portata di mano per chiamate, cioè soprattutto per messaggi tra amici, adesso anche al mio ragazzo, lo utilizzo spesso eemm, e viene usato per messaggi e chiamate, per internet sì, può effettuare anche questi collegamenti, però io lo uso, uso soprattutto il computer non il telefono, perché magari è più difficile secondo me utilizzarlo tramite il telefono (N.10, F, 16 anni, liceo scienz. Soc., Modena)

Sì, io c'ho il cellulare con le foto, all'inizio è bello perché è una cosa nuova, le foto, così, però dopo un po' le foto passano in secondo ordine, dopo fai le chiamate, come lo uso io è soprattutto per le chiamate, far gli squilli vuole dire o ti sto pensando, oppure chiamami ho bisogno di te, per i messaggi invece quando devi dire qualcosa che non puoi aspettare, in modo che è una cosa che ti resti anche quando hai spento il cellulare, lo accendi, arriva il messaggio, lo puoi leggere

E le fotografie invece, dicevi che le hai usate..

All'inizio, subito che era una cosa bella, nuova, avevo fatto le foto a immagini che mi piacevano e che volevo tenere nel cellulare, tipo di animali, dei gatti che abbiamo, della famiglia, così, degli amici, basta

Ma poi, di solito, le mandavi anche ad amici?

Una o due le ho mandate ad amici, gli altri, la maggior parte le tengo per me soprattutto, mi piace tenerli, le guardo ogni tanto, quando non so cosa fare guardo un po' le immagini

(N.4, M, 18 anni, liceo scientifico, Modena)

Il cellulare, sicuramente ne faccio largo uso, è una bella cosa, però lo riconosco, sono cellulare dipendente, perché è il mezzo con cui sento il mio moroso, sento i miei amici.

Come lo usi?

Di sicuro per messaggiare.

Quanti messaggi al giorno?

E' adesso ho la promozione che spendo un centesimo a messaggio, ma una ventina di messaggi al giorno se non di più li mando, ne mando veramente tanti, ma anche con le mie amiche, lo utilizzo veramente tanto il cellulare perché è una cosa come una ventosa, infatti il cellulare non lo uso molto per chiamare, ma lo uso tanto per messaggiare, si chiama poco diciamo, poi magari per chiamare il mio moroso poi stiamo al telefono una vita e spendiamo tutti i soldi, però io lo utilizzo più che altro per messaggiare, non tanto per andare su internet. (N.64, F, 17 anni, liceo linguistico, Forlì)

Non sono una patita che se non ha il cellulare non vive però lo tengo acceso perché mi capita di mandare un messaggio alle mie amiche invece di telefonare; noi giovani mandiamo più messaggi, mentre gli adulti chiamano di più, preferiscono sentirsi per telefono, chiamarsi, mentre per noi giovani il segno distintivo è il messaggio; ad esempio mia mamma un messaggio non lo sa mandare, mentre mio babbo è più esperto quindi lo manda, però se mi deve dire qualcosa, anche una semplice cavolata, mi chiama, non mi manda un messaggio; noi, invece, mandiamo un messaggio perché è un modo più sbrigativo, però a volte può crearsi anche un po' di confusione perché magari uno capisce male una cosa perché è scritta male; diciamo che io non sono una fanatica di messaggi, non sono una che ne manda una cinquantina al giorno, ne invio due o tre ogni tanto, non sono sempre con il telefono in mano, però lo so usare. (N.62, F, 17 anni, ist. tecnico, Forlì)

bello.. il cellulare... un coso, un oggetto dove si può telefonare, mandare messaggi..

tu lo usi il cellulare?

Sì...

Per che cosa?

Per mandare messaggi, telefonare amici, ragazzi... (N.51, F, 14 anni, professionale, Bologna)

Tutti... il cellulare lo usano tutti

Per fare che cosa?

Chiamare, giocare, mandare sms, ricevere sms, tutto..

Tu lo usi?

Sì...

Di più per cosa lo usi?

Per trovarmi con gli amici, sapere mio padre dove sono, chiamare e dire a mio padre dove sono... (N.49, M, 15 anni, professionale, origini macedoni, Bologna)

telefono... serve per parlare con la tua innamorata.. con la famiglia.. no però.. il telefono è importante, serve tanto

Come lo usano i ragazzi della tua età?

Per messaggiare... fotografie, video.. sì noi facciamo video, poi li mandiamo al computer.... (N.46, M, 16 anni, professionale, origini marocchine, Bologna)

io quando posso lo tengo spento, poi, in certi casi sono costretto ad accenderlo, tipo quando, per dire, mia madre vuole che sia rintracciabile se sono in qualche posto, oppure comunque devo chiamare casa, per esempio, per farmi venire a prendere in macchina in un posto, devo tenerlo acceso. I mie usi preferiti.... Immagino che se avessi il cellulare con le foto cadrei vittima anch'io di fare foto a qualsiasi cosa, e quello sarebbe uno dei mie usi preferiti. Però il mio cellulare non fa le foto, perciò i messaggi, i miei usi preferiti (N.35, M, 18 anni, liceo classico, Bologna)

E cosa lo usi a fare?

Per chiamare e mandare messaggi. Però mi rendo conto che anche il cellulare è uno strumento indispensabile

Perché?

Per comodità. Si sopravvive anche senza, però ormai è diventato difficile non averlo, per motivi tecnici. Se vuoi organizzare è molto comodo, senza essere vincolato ad un telefono, una cabina

Tu invece lo usi per chiamare e mandare messaggini agli amici?

Sì, i messaggi soprattutto agli amici, le chiamate un po' a tutti, essenzialmente le chiamate solo se sono indispensabili, i messaggi più spesso. (N.32, F, 19 anni, liceo classico, Bologna)

allora, il cellulare, sostanzialmente, noi giovani lo utilizziamo, più che altro, per come...come.. come un atto di aggregazione, ne senso che senza telefonino, noi non sapremmo più come vederci, o dove vederci, o cosa fare...Perché siamo abbastanza dipendenti dal telefonino e lo utilizziamo per chiamate, comunicare tra di noi, e da lontano...poi, io in particolar modo, lo utilizzo come secondo computer più o meno e....fare fotografie, cose del genere e...poi

Si può vivere senza telefonino?

eh, in una società come la nostra, ora come ora, io non riuscirei a vivere senza telefonino, perché proprio non saprei più come vedere i miei amici, per esempio, oppure come sapere, come riuscire a organizzarci, oppure fare altro (N.26, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

Dalle parole degli adolescenti emerge come il cellulare assuma il valore di feticcio¹, di oggetto di culto, senza il quale non si può vivere, percepito come indispensabile. Può essere considerato come una protesi e viene investito di grosso valore espressivo-affettivo.

Ciò ritengo che sia in stretto legame con il fatto che tale strumento permette di tenere i contatti con gli altri, soprattutto amici, il gruppo dei pari di centrale importanza in questa età, ma anche familiari, quindi dà ai giovani una certa sicurezza di poter essere sempre in collegamento con altre persone.

L'utilizzo preferito per comunicare è quello del messaggio (sms), meno le chiamate e infine sono utilizzate, anche se non da tutti, le funzioni secondarie come fotografie, video, internet, giochi e le videochiamate.

Non si notano diversità nell'uso e significato del cellulare tra gli intervistati di origine italiana e quelli di origine straniera.

Passando al **computer** vediamo che la promozione di interazioni avviene tramite la **chat** e l'**e-mail**, con una maggiore propensione alla prima piuttosto che alla seconda:

E chatti anche?

È capitato.

E ti è capitato anche di dare dei nomi diversi, di non farti identificare?

¹ Qui feticcio è inteso nel senso figurato, riporto la definizione che ne dà il "Dizionario della lingua italiana" a cura di Palazzi, Folena [ediz. 1993]: "oggetto di culto o di stima esagerati, idolo" da cui feticismo può essere inteso come: "cieco entusiasmo per qualcuno o per qualcosa".

Sì, perché alcune volte è una questione di sicurezza, perché si sentono cose così, altre perché è divertente, per cambiare la propria identità ed essere una persona diversa.

Chatti, un po' per ricerca ed uso personale. La posta anche?

Tanto. Con le mie amiche tanto, abbiamo un codice, due squilli sul cellulare significa ti ho inviato una mail, quindi ci mandiamo le mail e abbiamo un segnale di ricezione.

La usate più dei messaggini?

Sì, forse sì. La posta elettronica di più.

Ce l'hai a casa?

Sì. Anche il nostro prof ci manda del materiale da studiare attraverso la posta elettronica

Quindi diventa indispensabile?

Sì, o chi non ha la posta elettronica farà le fotocopie a scuola.

Chattando si entra in contatto con persone che non conosci. Ti è capitato di entrare in contatto con persone di altri paesi o di altri posti in Italia?

Altri paesi no, altri posti in Italia sì. (N.30, F, 17 anni, liceo classico, Bologna)

un computer

tu lo usi?

24 ore su 24

Chatti?

Con il mio ragazzo francese eravamo sempre in chat, perché essendo lontani ci vedevano con la webcam, bello per carità, perché hai la possibilità di mantenere rapporti ovunque, però perdi il gusto di guardare la persona negli occhi, sentire la voce dal vivo, è tutta una altra cosa

E rispetto le chat, le hai usate solo in questa occasione, o lo fai di solito, usi nickname?

No, il nickname non mi interessa, mi piace il mio nome perciò lo metto, ho chattato in quel periodo molto, delle ore a chattare, non solo con il mio ragazzo, anche con altri, poi pian piano ho smesso perché le persone che sono in chat sono sempre le stesse e si perde il rapporto. Adesso che ho la macchina dico: "faccio un salto a casa tua", perché mantenere rapporti via chat dopo un po' stanca (N.34, F, 19 anni, liceo classico, Bologna)

chat... un computer... puoi fare chat... dialogare con altre persone a Bologna o molto più lontano... parlando con altra gente

A te è capitato di usare la chat?

Sì

Ti piace?

Sì

Ti è capitato di incontrare persone che non conoscevi?

Sì

Come ti senti quando parli con persone sconosciute?

Normale.. se fossi così davanti a lui mi sentirei bloccato, invece la chat scrivi, puoi scrivere quello che voglio, insultarlo, di tutto...

Quindi ti senti più libero?

Sì

Ti è capitato di parlare con persone in altre parti del mondo o solo in Italia?

In Italia (N.40, M, 16 anni, professionale, origini montenegrine, Bologna)

Chatti anche?

anche...

Ti capita anche di incontrare persone che non conosci, sconosciute?

sì

E come ti presenti? Ti presenti col tuo nome o prendi nomi falsi?

nomi falsi. mai il nome vero, non si sa mai cosa può succedere in rete (N.45, M, 16 anni, professionale, origini marocchine, Bologna)

Tu usi internet?

io soprattutto per chattare con messenger, con webcam e audio, così ci vediamo e parliamo con i miei familiari lontani, con la mia ragazza in Marocco... gli amici del cuore

Hai la ragazza in Marocco?

sì anche qui in Italia... ne ho due... due meglio di una.. loro non lo sanno

Nelle chat capita di incontrare persone che non conosci?

no quello no, non vado a cercare... perché secondo me chi va a chattare con persone che non conosce, è perché non ha amici, quindi deve cercare persone nuove e magari si sente più libero di parlare con una persona che non conosce... invece io no, non ho problemi, ho già abbastanza amici e mi bastano quelli ... devi dare il tuo numero di telefono per entrare in contatto... ci va gente squilibrata nella chat.. ci vanno anche dei vecchi per parlare con le ragazzine.... io non andrei mai con una ragazza che non conosco e ho incontrato su internet... (N.47, M, 17 anni, professionale, origini marocchine, Bologna)

Le chat?

Sì chat però riservata, non è che vado su una chat che tutti possono sapere che ci sono, cioè io tipo ho dei contatti che ho io e ha lui non è che tipo arriva un tipo che non conosco vieni, ecco, a meno che non ti abbia dato qualcuno il mio contatto tu non puoi messaggiare con me, quindi poi alla fine è fatto con i miei compagni di classe, con i miei amici, così però non di certo con persone che non conosco, non mi azzardo, non sono il tipo. (N.63, F, 17 anni, liceo scientifico, Forlì)

vai in internet, parlare con i miei amici in Marocco.

I tuoi amici marocchini qui o i tuoi amici in Marocco?

No i miei amici in Marocco, c'è telecamera con internet, io guarda dopo parlare.

Quindi riesci a parlare con loro in qualche modo

Sì con la famiglia. (N.67, M, 19 anni, lavoratore, origini marocchine, Ravenna)

Prima mi stavi dicendo: sarebbe meglio che si mandasse un'e-mail piuttosto che un messaggio, la mail, rispetto al messaggio è uno strumento che tu trovi più efficace?

Sì, di sicuro perché ha potenzialità che l'sms non avrà mai, perché ha la possibilità di inviare immagini di un certo tipo, files di qualsiasi genere, cioè una cosa del genere secondo me il telefonino non ci arriverà, ecco, per quanto possa diventare complesso e poi, insomma, lì almeno ti dà la possibilità di usare una grammatica corretta, di potere articolare un discorso, cose che l'sms non ti permette. Un sms deve proprio essere qualcosa di immediato, uno slogan se vogliamo, invece, insomma, quantomeno, per quanto continui ad essere uno strumento di comunicazione freddo, insomma, che non permette di instaurare un buon rapporto tra le persone, però almeno ti permette di vedere se uno conosce i congiuntivi o cose del genere, perché, insomma, può fare la differenza, a volte, devo dire. Perciò se dovessi scegliere tra le due, l'e-mail di sicuro, va be', anche se purtroppo non è uno strumento ancora molto diffuso di comunicazione, purtroppo dico io, perché secondo me ha molte potenzialità, eemm, va bene, direi che sia tutto (N.1, F, 18 anni, liceo classico, Modena)

Tu il computer, oltre che a scuola, lo usi anche in altri momenti?

Sì, anche a casa, vado ad esempio su internet, ee, per andare a vedere dei siti che mi piacciono, anche come svago sì, non solo per la scuola

Quindi anche come svago, mi hai detto internet e fai anche altri usi, tipo la chat, la posta elettronica?

Sì, la chat, la posta elettronica, poi abbiamo un programma che si chiama TED che è un programma in cui ti iscrivi, con la Provincia di Modena, e lì puoi fare il forum, poi hai un tuo diario personale e c'è la gente che ti può fare i commenti, puoi guardare i diari degli altri e fare dei commenti, è un bellissimo programma quello

Questo è un programma che hai conosciuto con la scuola?

L'ho conosciuto con la scuola perché ci siamo iscritti con la scuola sì

Quindi è un progetto a cui partecipate?

Sì, si chiama Progetto TED Modena

Invece per altre cose tipo la chat, l'e-mail, con chi parli? Persone che conosci già o persone nuove?

No, persone nuove

Quindi ti serve per conoscere

Sì, per conoscere anche nuove persone, di altri paesi anche, cioè, rimanendo sempre in Italia, ma, non so, di Milano, di altre città (N.6, F, 14 anni, liceo scienz.soc., Modena)

anche, non so, chattare con degli amici, compagni di scuola o anche non, e molte volte mi ha permesso anche di conoscere persone che insomma, ho scoperto essere amici importanti.

Persone che quindi non conoscevi?

No, persone che non conoscevo, che ci siamo conosciuti appunto tramite un videogioco e nonostante questo ci sentiamo qualche volta, ci incontriamo. Ad esempio tre giorni fa sono andato a un concerto e c'era anche una persona che ho conosciuto tramite internet, tramite il computer, mi sono trovato benissimo, abbiamo passato una bella giornata insieme eccetera e adesso continuiamo sistematicamente a sentirci. (N.7, M, 18 anni, liceo classico, Modena)

navigare in internet è un modo come un altro per comunicare poi, ee, ai ragazzi piace navigare in internet, girarci per conoscere gente nuova e per me è un modo come un altro per conoscere nuova gente

Tu utilizzi anche la posta elettronica, le chat?

Le chat sì, la posta elettronica, a parte che non la so usare, la chat invece sì, la utilizzo

Perché mi dicevi: per conoscere nuova gente, quindi immaginavo che tu usassi qualche strumento per comunicare

Sì, la chat così (N.21, M, 17 anni, professionale, origini marocchine, Modena)

Oltre a internet tu usi anche l'e-mail, la chat?

Le e-mail sì, ho degli amici a Milano, che ho conosciuto in vacanza, però la chat no, perché sono messaggi molto più piccoli, invece nelle mail puoi dire tante cose e mi piacciono di più anche. Poi uno può spedire delle foto, la chat non so se puoi spedire delle foto. Beh a me piace molto l'e-mail. (N.11, F, 14 anni, ist. d'arte, Modena)

Anche in questo caso non troviamo grosse differenze tra adolescenti italiani e di origine straniera, se non per il fatto che per i secondi gli strumenti di comunicazione che internet offre possono essere anche un modo per mantenere contatti con i parenti e gli amici che risiedono nel paese di origine. La chat pare essere utilizzata da molti, adottando anche alcune precauzioni per evitare incontri sgraditi o di essere identificati,

come l'utilizzo di un nome falso oppure scegliendo di comunicare solo con persone conosciute. L'e-mail è preferita da un numero inferiore di persone che la scelgono per la possibilità di comunicare in modo più articolato rispetto alla chat e agli sms.

5.3.4.2 Consumo strumentale.

Sotto la categoria di consumo strumentale sono state inserite tutte quelle affermazioni che tendevano a interpretare il consumo e l'utilizzo di un determinato media o oggetto tecnologico come strumento utile o comodo per fare determinate operazioni sia per studio (o lavoro) che per svago.

Il consumo strumentale avviene soprattutto per il computer e secondariamente per la tv satellitare.

Questi sono gli usi strumentali del **computer** da parte degli adolescenti:

Tu che rapporto hai con il computer, lo usi?

Rapporto pessimo! Quando mi avvicino il computer si spegne, fa tutto da solo! No, io lo uso abbastanza, cioè lo uso relativamente, non ci sto assolutamente dalla mattina alla sera, perché è una cosa, non andiamo assolutamente d'accordo, eemm, di solito, cioè non ho mai giocato al computer, mai scaricato, quelle cose lì, non so scaricare musica, quindi anche se volessi non ci riuscirei, lo uso per scuola, magari per attività mie extrascolastiche, vari interessi e per internet, ecco, su internet ci vado abbastanza, anche se non ho un buon rapporto con internet (N.19, F, 16 anni, liceo classico, Modena)

un grande concentrato di informazioni diciamo. Eemm, di solito, cioè, le cose che cerco maggiormente sono dei risultati magari di gare fatte sul computer o per ricerche scolastiche, ricerche di fotografie, oppure

Quindi sempre attraverso internet.

Oppure magari ricerca di testi di canzoni o di musica.

Quindi studio e anche hobby.

Studio e hobby, esatto. (N.15, F, 18 anni, ist. d'arte, Modena)

il computer anche come momento di svago oppure di gioco, cioè serve anche a distrarre la mente e così ee, ormai il computer ci aiuta a fare tutto, dai compiti alle ricerche, ad essere informati, a giocare, sì, è una bella invenzione.

Tu lo usi? Hai occasione di usarlo?

Sì, io ho bisogno di usarlo molto, perché con la scuola anche, ormai nel mondo del lavoro è inoltrata l'informatica e bisogna saperlo usare per forza, perché altrimenti non si va avanti, perché le nuove macchine, la nuova tecnologia, ci impone anche questo, di sapere usare il computer, perché diciamo che con la manualità, anche nei ritmi potrebbe rallentare, così, il computer ci ha dato una mano a sviluppare molto di più la nostra intelligenza e ci aiuta anche a fare dei

lavori che praticamente non potremmo fare manualmente. (N.12, M, 16 anni, professionale, Modena)

io vedendo il computer lo collego a molte cose, ad esempio principalmente io lo uso per svago, è un mio hobby, mi piace molto da giocare a, insomma, navigare, ascoltare musica e cose del genere, informarmi, ci leggo il giornale, ad esempio, io preferisco leggere il giornale sul computer piuttosto che avere la copia cartacea in mano, poi non so perché, forse mi viene più comodo scorrere tra le notizie senza dovere girare queste pagine enormi, così, non so, ma io ho questa preferenza, l'ho sempre avuta, poi lo uso moltissimo per svago, dai videogiochi a non solo [...] poi è un validissimo strumento di studio, permette di non doversi accollare miriadi di libri per sfogliare documenti e comunque si riesce a maneggiare in maniera molto più comoda piuttosto che andare in biblioteca a prendere appunti su centinaia di libri, lì riesci a farlo molto più velocemente, stando a casa propria. (N.7, M, 18 anni, liceo classico, Modena)

C'è un computer. Il computer lo so usare poco. È da un po' che l'ho preso a casa ma non è ancora collegata ad internet perché non ho il telefono di casa.

Dove hai imparato ad usarlo?

Un po' a scuola.

Ti piace?

Mi piacerebbe saperlo usare bene.

Per cosa lo useresti?

Per internet, per i giochi, per scaricare...scarico anche adesso i cd perché ho imparato un po', non scarico, masterizzo. (N.69, M, 18 anni, lavoratore, origini albanesi, Ravenna)

Allora, computer, anche col computer ci siamo evoluti molto poi soprattutto in questo periodo ci si basa molto sull'informatica.

Tu ce l'hai il computer?

Tremila aggeggi, chi più ne ha più ne metta.

Per che cosa lo usi principalmente?

Va beh più che altro lo uso per internet, se devo cercare delle cose non è che ovviamente spreco, se devo cercare qualcosa che, comunque tengo sempre presente che i libri siano la cosa migliore che puoi usare, perché comunque su internet trovi anche delle baggianate assurde, quindi se devo fare delle ricerche ok guardo su internet, ma guardo anche sull'enciclopedia e quindi per le ricerche sì un tanto al metro, poi se devo cercare immagini che magari mi possono piacere immagini sì. Poi adesso sto dando la patente europea del computer che comunque mi serve, programmi informatici, i programmi di office e quelle cose lì le uso, poi mio babbo avendo l'azienda, così magari a volte lo aiuto gli scrivo i pezzi, le comunicazioni, così e quindi diciamo che il fulcro per l'informatica sono io, a parte che me ne intendo abbastanza, poi mi piace proprio, quindi a parte personale, anche comunque per la scuola, per i miei genitori (N.63, F, 17 anni, liceo scientifico, Forlì)

Mi sembra di avere capito che hai un computer, per che cosa lo usi?

Sia per fare delle ricerche, e poi soprattutto mi scarico dei file, dei gran file, musica, film...oppure adesso che ho la macchina digitale magari mi scarico su tutte le foto dell'estate, mi faccio delle cartelle, mi diverto a pasticciare su queste cose.

Internet...

Dipende, se dobbiamo fare delle ricerche, tipo ho fatto da poco la ricerca sui tatuaggi, sono andata su internet, ho scaricato un documento, l'ho letto, ho cancellato le parti che non c'entravano niente e dopo l'ho riscritto al computer. (N.57, F, 17 anni, liceo soc.psico.pedag., Forlì)

Invece i siti su internet non li usi molto?

No, più per chattare... dipende, se mi serve qualcosa vado un internet...

E dove vai, in posti pubblici?

Sì per esempio in Sala Borsa (n: biblioteca di Bologna), ci sono anche molti pakistani che hanno messo per andare su internet... sì nei negozi...

Ho capito, quindi di più per chattare e qualche volta usi internet

Sì, a scuola quando ci sono da fare delle ricerche...

E' utile secondo te internet?

Sì.. (N.48, M, 16 anni, professionale, origini kosovare, Bologna)

tu lo usi il computer?

Sì ... qualche volta lo uso per andare su google...

Per fare cosa?

break dance.. guardo, dei video (N.42, M, 17 anni, professionale, origini kosovare, Bologna)

sai, io più che altro lo uso per la musica il computer. Ho un vasto archivio musicale sul computer e mi serve per ascoltare musica; ho un programma per fare delle basi, per quando suono, e uso anche quello. Infatti ho un Apple che sono veramente i migliori per quest'uso. Per studiare, veramente, personalmente non lo uso troppo; io preferisco basarmi sui libri, sulle biblioteche; però qualche volta mi è capitato di utilizzarlo, per fretta probabilmente più che per altro. E' comodo perché si possono trovare immagini, si possono trovare in formazioni anche prese da siti che non sono italiani, per cui dall'estero, che magari un libro non è in grado di fornire, a volte. (N.36, M, 18 anni, liceo classico, Bologna)

Il computer assume dunque il significato di strumento per eccellenza per gli adolescenti della nostra epoca, utilizzato sia per svago che per studio, sebbene non amato ugualmente da tutti. Viene usato soprattutto per internet che permette di fare ricerche per interessi personali o scolastici.

La **tv satellitare** viene ritenuta utile soprattutto per motivi di svago e da qualcuno anche per la possibilità di imparare le lingue straniere guardando canali esteri o apprendere nuovi saperi tramite i canali culturali:

che cos'è la Pay TV, che cos'ha di diverso dall'altra televisione? Tu dici, è diversa, è a pagamento, quindi ...

offre dei servizi, a pagamento, naturalmente, e si cose che con la televisione normale, servizi con cui attraverso la televisione normale non si potrebbe accedere

ok e tu hai

a Bologna no, in Calabria sì

a Bologna no, in Calabria sì. E, cosa guardi quando sei in Calabria e riesci ad utilizzarla?

sì, dunque, canali di musica che non ci sarebbero nella televisione normale e

e quindi si sente anche...cioè, c'è più possibilità di scelta dici

beh, sì, c'è più scelta, son più di ottocento canali.

ottocento canali, quindi..

Ce n'è abbastanza

ce n'è abbastanza

e poi lo sport, comunque anche campionati internazionali che non si potrebbero seguire (N.25, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

Tu hai Sky?

No.

E la parabola?

No, non ho niente. Però mi piacerebbe.

Avere Sky o vedere trasmissioni di altri paesi?

Anche vedere trasmissioni di altri paesi, penso che sia utile, sia per vedere cosa succede nel mondo ma anche per imparare la lingua, per esempio secondo me l'inglese si impara facilmente ascoltando la tv, imparare la lingua. (N.32, F, 19 anni, liceo classico, Bologna)

A cosa servono?

Per vedere altri canali.. cioè in altri mondi... altri paesi nel mondo..

Tu l'hai?

No, ho Sky io, bella

A cosa serve?

Per guardare film, sport.. tutto... (N.50, M, 17 anni, disoccupato, origini italo-tunisine, Bologna)

Qui vedo boh, sembrano delle parabole non lo so comunque mi ricorda la parabola di Sky, mi ricorda sicuramente, noi abbiamo Sky, mi piace Sky perché oltre ad avere programmi sportivi, quindi poter vedere le partite, è bello per tutti i documentari che ci sono, i programmi di musica, io adoro la musica ascolto la musica in continuazione quando studio, quando devo fare dei temi io ascolto la musica perché mi permette di concentrarmi, ci sono un sacco di canali di musica, documentari, mi piace molto la storia, ci sono molti documentari della storia o anche della natura in generale e secondo me è una possibilità avere la parabola, avere Sky è comunque un modo per acculturarsi anche meglio secondo me (N.64, F, 17 anni, liceo linguistico, Forlì)

Allora, qua ci sono varie antenne di Sky, che è, cioè è una tecnologia nata da non tantissimo tempo che permette, cioè, installando questa antenna permette di vedere sul canale satellitare tanti tipi di programmi, film, sport, che sulla televisione normale non si vedono, anche questo è un mezzo tecnologico, comunque inventato da poco tempo, che però è molto richiesto e anche molto usato e infatti molta gente ce l'ha e, niente, penso che sia anche abbastanza utile perché si possono vedere tantissime cose, va beh: sport e poi anche film, comunque, cinema, che sì, sulla televisione, cioè sui canali normali non si vedono eemm, va beh, si possono poi anche vedere documentari, vari generi ci sono da scegliere, anche musica, basta (N.2, F, 15 anni, liceo scientifico, Modena)

Cose ne pensi tu della tv satellitare, rispetto anche alla tv tradizionale?

Eh, sicuramente è un po' più ricca di quella normale, Sky, cioè, vedi molti programmi quando vuoi, invece la tv, cioè, c'è un orario e devi vederlo per forza a quell'orario lì, tipo, mia cugina ce l'ha, io quando voglio vedere una cosa vado a casa sua, per esempio, perché tipo, mettiamo il "Grande fratello", loro lo fanno vedere un po', con Sky puoi vederlo quando vuoi, cioè, secondo me è una cosa, cioè, è bella, a me piace, perché comunque sì, guardi la tv quando vuoi, dopo ci sono quei telefilm pallosi che ci sono in televisione, non li vuoi vedere, dici, oh, uno non ha Sky, trovo qualcuno che ha Sky, vado a vedere se c'è qualcosa di meglio, molto spesso c'è molta roba, cioè, bella. (N.17, F, 14 anni, scuola media, Modena)

5.3.4.3 Le affermazioni critiche.

Le critiche che sono state poste in relazione ai media sono, a mio parere l'altra faccia del rapporto espressivo-affettivo che si instaura con essi, in particolare con il cellulare ma anche, per certi versi, con il computer. Gli intervistati sono critici anche verso la televisione, in particolare per la qualità della programmazione proposta, il rapporto con la tv, che non è tra i media il più amato dai giovani, era già emerso in parte nel paragrafo sui consumi culturali.

Le critiche al **cellulare** hanno spesso toni accesi, evidentemente questo oggetto, così centrale nella nostra società, suscita amore e odio:

Cellulare

Cosa mi dici del cellulare?

Che è una cosa odiosa, che ti fa spendere solo soldi, secondo me, cioè, io il cellulare, è odioso, gente che ti chiama a tutti gli orari, tanto chi se ne frega! Spreco di, a parte spreco di soldi, cioè, secondo me è una cosa che ruba il tempo, se te tipo ti metti in testa, di messaggiare, di fare, spreco di tempo, solo che ce l'ho però.. cioè, ultimamente non lo uso neanche, lo lascio a casa, ho la testa da un'altra parte, non al cellulare

Quando ti capita di usarlo, per cosa lo usi di più? Cioè, chiamate, messaggi?

Messaggi, quindi appunto, spendo solo dei gran soldi

Quindi alla fine dici che diventa una mania e si rischia di spendere

Sì, ma è una mania il cellulare, è la mania delle manie, solo che ce l'hanno tutti, quindi ti adatti alla società, però ti fa venire una testa. Poi metti che hai la fidanzata, sempre ti rompe le palle ogni giorno, tanto vale lasciarlo a casa (N.22, M, 16 anni, professionale, origini ghanesi, Modena)

Il cellulare, il cellulare è un po' come il computer, solo che ha preso piede questa moda del cellulare che pare anche che faccia male avere un cellulare ee, però ormai il dodicenne, a 12 anni il cellulare si ha già, perché è diventato come le chiavi di casa, se non ce l'hai non puoi fare niente, non puoi entrare ee [...] perché poi chi è che non vorrebbe avere un cellulare? Tutti ormai hanno il cellulare, oppure ci saranno anche persone che non ce l'avranno, ma alcuni sono per scelta, alcuni per motivi economici, però sì, ormai è diventato come qualcosa di fondamentale, se non hai il cellulare non puoi uscire di casa, alla fine, sì. Io esco di casa, ormai è diventato un'abitudine, se dimentico il cellulare: "Dio bo' ho dimenticato il cellulare!", una cosa automatica proprio, però la prima cosa è che prima di uscire di casa, l'abitudine: "Il cellulare l'ho preso?", così, per esempio, anche se alla fine non ti chiamerà nessuno, però è fondamentale, è diventato fondamentale. Ee, sì, c'è chi lo usa come oggetto di estetica proprio, chi lo usa per, magari anche chi lo usa per lavorare certo, è fondamentale sapere gli aggiornamenti in tempo reale, però sarebbe anche meglio evitarlo a volte, non esagerare (N.12, M, 16 anni, professionale, Modena)

sì, è un oggetto il telefonino che si vede in mano di, adesso anche ai giovanissimi, bambini di 9, 10 anni hanno già il telefonino in mano. Secondo me è una cosa sbagliatissima, perché comunque lo si acquista quando si comincia ad averne bisogno veramente del telefonino, non soltanto per mandare i messaggi, quindi spesso sì, se ne fa un uso eccessivo anche da parte di persone che non ne hanno bisogno. (N.10, F, 16 anni, liceo scienz.soc., Modena)

Il cellulare lo odio.

Non dirmi che non ce l'hai?

No, ce l'ho, ce l'hanno tutti, dai bambini di quinta elementare ai nonni di novanta anni ce l'hanno veramente tutti, è una cosa che si è diffusa proprio tantissimo.

E perché lo odi?

Non mi piace perché anche questo qui è usato per fare tante di quelle cavolate, anche lì coi soldi ci marci: un sacco tipo suonerie, i loghi, quelle cavolate lì e poi vedo anche i miei compagni di classe che magari spendono trecento quattrocento euro per il cellulare che fa le foto, il cellulare che fa di qua di là, è una cosa che non ha senso, soldi buttati via secondo me, piuttosto li tengo per fare un viaggio. Non so, secondo me non ha senso tanto, ascolta, il cellulare quando mandi i messaggi e telefoni io sono a posto, se poi voglio che faccia le foto piuttosto mi prendo un cellulare da trenta euro e mi compro la macchina fotografica bella, e quello sì allora, tanto bene o male anche il cellulare che fa le foto migliori tanto non sono mai belle come quelle della macchina fotografica, magari è la comodità perché lo tieni in tasca, però se devo andare a spendere dei soldi così, ho paura che fra un po' quelli normali non ci siano più. E poi è un mezzo di controllo cioè, i tuoi vogliono sapere dove sei, adesso ho capito che non si riesce più a fare niente, veramente, è una cosa che è allucinante, una volta come facevano allora? Non andava bene lo stesso? C'era il telefono di casa, ci si sentiva in casa e basta, vuoi mettere? si era molto più liberi, era molto più bello, invece adesso è più controllato, non mi piace, non mi piace per niente, infatti mi piacerebbe spegnerlo, ma per tanti giorni, cioè vado a fare un viaggettinio di una settimana, in quella settimana non sento nessuno, lo lascio spento, stacco da tutti, mi piacerebbe, ma poi sento la mia mamma, mi dice: "Te purina cosa fai?". Perché lei mi vuol sentire dopo, infatti questo mi scoccia, ma credo sia legittimo per un genitore. (N.58, F, 18 anni, ist.tecnico, Forlì)

alla fine quindi si dimentica forse un po' la funzione del cellulare, uno non lo usa più per chiamare, ma fa dei video, ascolta la musica, può passarsi delle gran cose, alla fine...non è un computer portatile però pian piano ci si avvicina. Puoi fare foto, video...

È impossibile stare senza?

Sì, secondo me nella mia scuola ce l'hanno tutti, da insegnanti a studenti. Adesso, ad esempio d'estate, vedo anche dei ragazzini che avranno...che fanno la 5° elementare o la prima media che ce l'hanno già. È una cosa spaventosa sinceramente, però...non sono io i suoi genitori e mi dispiace per lui, perché se in una cosa ti impalli...c'è della gente che si impalla e sta sempre attaccata. Sinceramente essere dipendente dal cellulare è un po' triste. (N.57, F, 17 anni, liceo soc.psico.pedag., Forlì)

questo è un cellulare, LG, la mia stessa marca e... è un cellulare del tutto apribile, come ce ne sono tanti oggi e...sembra un luogo comune, ma butterei volentieri il cellulare dalla finestra, anche perché, inevitabilmente, anche se una persona decide di usarlo pochissimo, comunque poi ne viene, anche essenzialmente schiavizzato, nel senso che è classica la situazione di vivere nell'attesa di qualcosa, cioè, tenerlo spento crea un senso di angoscia perché proprio allora può succedere di tutto: può arrivare una chiamata importante, un messaggio importante e non riceverlo procura angoscia. (N.35, M, 18 anni, liceo classico, Bologna)

I commenti degli intervistati, che possiedono tutti un cellulare, sottolineano come il grosso problema di questo oggetto è il fatto che crea dipendenza, un circolo vizioso di bisogni sempre in aumento che alla fine può creare effetti negativi come il disagio di essere sempre reperibili e l'angoscia se non si riceve risposta quando si cerca qualcuno. Accanto a questo disagio più psicologico, vi è anche la constatazione che porta a spendere molto denaro.

Colpisce questa consapevolezza in soggetti così giovani e si nota che gli atteggiamenti critici aumentano man mano che gli adolescenti crescono così che sono quasi assenti nei quattordicenni, più frequenti a partire dai sedicenni e diffusi tra i più grandi (diciotto, diciannove anni).

Di seguito le critiche alla **televisione** concentrate sulla scarsa qualità dei programmi, sul fatto che spesso i programmi migliori siano solo sulle tv a pagamento e sul rapporto passivo tra spettatore e tv:

No, io non ce l'ho. No, la guardo ogni tanto, la mia ex ragazza l'aveva e la guardavo ogni tanto. L'unica televisione decente però a pagamento. Io sono contrario al fatto che sia a pagamento, e poi sì se devo vedere un film prendo una cassetta o vado al cinema. (N.23, M, 18 anni, liceo classico, Bologna)

E...sinceramente, non nutro una particolare simpatia per questi, per questo voler captare emittenti da ogni parte perché.. sta diventando un po', cioè come il discorso del satellite e di Sky, sta diventando un po' come una specie di surrogato della felicità per molti, che si piazzano davanti allo schermo e diventa quasi una droga [...] in generale, secondo me, è una cosa che sta degenerando, sia la televisione normale, sia il satellite. Cioè viene sempre, sempre di più presentato quello che soddisfa, quello che appaga sul momento lo spettatore, senza andare un po' oltre. Poco...una cosa poco profonda per me

Quindi, insomma, una superficialità

sì, uno sguardo che è fine a se stesso, senza nessun risvolto di alcun tipo (N.35, M, 18 anni, liceo classico, Bologna)

Che cosa vedi?

Parabole, le parabole sono i segnali satellitari, soprattutto è la conseguenza della diffusione dell'informazione globale, un canale satellitare esiste in tutto il mondo grazie al satellite che ripete alle parabole, per me è tanto inquinamento elettromagnetico che provoca cancro.[...]

Quindi non la guardi proprio la tv

No, perché il film me lo fanno vedere spezzettato e devo stare attaccato alla televisione cinque ore per vedere un film di due, l'informazione la danno a seconda di che canale è e a seconda di quanta voglia hanno loro di lavorare, poi i servizi al telegiornale: a me cosa mi interessa se Valeria Marini si è rifatta le tette per la centomiliardesima volta? non si parla mai dei morti sul lavoro, si parla del morto ucciso, si parla del caso di aviaria unico in Italia, è morto un gatto e non si parla dei centosettanta e passa operai che muoiono ogni giorno al lavoro, non si parla mai della petrolchimica in Liguria che ha aumentato del centosessanta per cento la mortalità in quella zona, quindi è un'informazione di comodo, loro dicono che ci informano e poi ci dicono quello che vogliono. (N.54, M, 18 anni, lavoratore, Ravenna)

Allora, queste sono delle parabole [...], mi fa venire in mente la tecnologia, però mi fa anche venire in mente una cosa un po' triste, un po' brutta, cioè siamo tutti presi dalla televisione, guardiamo sempre la televisione, poi mi fa venire in mente un po' l'inquinamento, tutti questi brutti palazzi

Quindi l'inquinamento quello determinato da..

Sì, non mi piace molto Sky, cioè, noi non ce l'abbiamo neanche, perché non guardiamo molto la televisione e, boh mi fa venire in mente delle persone che guardano solo la televisione e non hanno nient'altro da fare

Quindi insomma un'immagine negativa mi sembra di capire

Sì (N.6, F, 14 anni, liceo scienz.soc., Modena)

Sky è una nuova invenzione dei capitalisti, le cose che non puoi vedere nella tv normale le puoi vedere solo su Sky, tra l'altro è un po' un impedimento perché, c'è a chi piace il calcio, a chi piacciono altri sport, non li può vedere nella tv normale, allora.. per me è un modo di approfittarsi della situazione, perché ee, so anche che tutta l'organizzazione che c'è dietro è molto grande, c'è bisogno.. però per me non vedo perché dovremmo pagare per vedere canali che non possiamo vedere sulla tv normale, cioè le cose che non possiamo vedere nella tv normale ee.. ci tirano via dalla tv normale, non possiamo vederli e dobbiamo prendere per forza Sky. Per me, io Sky lo vedo come un impedimento, come tutte le televisioni private ee, private nel senso a pagamento, satellitari, via cavo, così ee questo lo trovo un po' un impedimento diciamo perché, anche non essendo che sto tutto il giorno vicino alla tv, perché a me la tv non piace

Tu quindi non la guardi molto, hai qualche programma che guardi?

Sì, ma vado dalla mezz'ora al giorno massimo di tv, perché poi la maggior parte sono: amici, strada, disegno, la scuola e alla fine, cioè, in media guarderò sì e no mezz'ora di tv al giorno

Quindi, insomma, è una cosa che occupa pochissimo tempo nella tua vita

Sì, perché non posso stare lì come un demente davanti alla tv per delle ore, così, non mi piace essere sedentario sai, stare delle ore, perché poi la tv oggi come oggi è diseducativa, ci sono dei programmi, gente, proprio che non reputo del mondo dello spettacolo, perché della gente che non sa parlare l'italiano, non vedo perché devo guardare della gente che non sa parlare l'italiano e la mettono in tv a fare cosa, a litigare con un altro per il fidanzato? Non credo che sia una tv educativa, la vedo più come un momento di svago per i bambini, dal cartone animato ai programmi che loro chiamano educativi, che loro chiamano educativi ee, sì, dai disegni a robe varie, più che altro per i film, a chi piace un genere di film, le situazioni, sai, così, ma tra il palinsesto della tv non vedo dei programmi come talk-show educativi.. no, la tv, da un po' di tempo a questa parte è proprio una cosa diseducativa, diseducativa proprio nel senso della parola (N.12, M, 16 anni, professionale, Modena)

vedo molte antenne paraboliche, Sky, eh, la famosa cultura universale, non ho Sky e sono anche abbastanza scettica, anche se in alcuni momenti mi piacerebbe averla, mm, penso che sia una di quelle cose, come internet, come la tecnologia, come la scienza, che vada presa a giuste dosi, perché forse fornisce

tante cose ma niente di concreto, niente di, va usata, va capita, va usata con intelligenza, penso che 2000 canali porno non servano a nessuno, questo, però ha i suoi pregi, diciamo che non è Rai1 e non è Canale5, ha molte più possibilità di scelta, l'intelligenza degli adolescenti e anche dei ragazzi più grandi sta nel scegliere, nel selezionare sempre (N.19, F, 16 anni, liceo classico, Modena)

Le critiche rivolte all'uso del **computer** sono legate soprattutto al rischio di chiudersi su rapporti interpersonali solo mediati da questo strumento e rinunciare ai rapporti diretti per una vita virtuale:

È anche utilizzato dai ragazzi come un oggetto per scambiarsi messaggi, diciamo così, soprattutto oggi con le chat, però, sì, bisogna tenere conto che forse è anche un oggetto di cui spesso, diciamo, ci si ammala, perché comunque utilizzandolo troppo, secondo me, non fa di certo bene alla mente, poi ognuno la pensa come la pensa, però stando troppo a contatto con il computer non va abbastanza bene insomma. (N.10, F, 16 anni, liceo scienz.soc., Modena)

Io il computer non lo uso spesso eemm, non mi viene in mente, non so cosa dire di questa immagine qua

Tu quindi il computer è una cosa che più di tanto..

No, non lo uso spesso, non la ritengo comunque importante nella mia vita, credo che comunque il computer, esistono dei ragazzi che proprio si chiudono proprio, si chiudono lì col computer, messaggiano, comunque, mm, è una cosa negativa secondo me comunque il computer, perché ti chiude i rapporti con gli altri ed è più bello un rapporto faccia a faccia tra persone piuttosto che con il computer, tendi più a relazionarti, a esprimere comunque le emozioni, invece col computer sei lì con una macchina, scrivi i messaggi così e puoi dire anche delle cavolate, dire delle bugie, non fare vedere veramente come sei tu, così, tutta una falsità, quindi il computer, secondo me rovina anche molto i ragazzi. Tipo io ho dei miei amici che ci stanno molto col computer e sono chiusi proprio lì, quando parlano con gli amici parlano solo del computer, di quel mondo lì e non riescono a parlare di altre cose, tipo di come va il mondo, non riescono ad aprire gli occhi su cosa succede in Iraq, quali sono le situazioni delle popolazioni sottosviluppate, questa cose qua e quindi io ritengo comunque che il computer sia un'invenzione importante che se hai bisogno di notizie, così, va bene, però bisogna saperlo usare bene comunque il computer (N.5, M, 17 anni, liceo socio-psico-pedag., Modena)

secondo me il computer ti può rendere schiavo, perché ho visto che tipo anche quando giochi a un gioco del computer, uno dei giochi nuovi, proprio l'ultimo gioco che hanno fatto, che sembra vita reale, io ho un gioco di là che sembra vita reale, tu puoi fare qualsiasi cosa: puoi andare a tagliarti i capelli, è un gioco che tu fai parte di una banda di strada, devi diventare boss di mafia, tipo così, ma puoi fare tutto: tu devi andare a mangiare, vai ai ristoranti, hai la morosa e la porti fuori, ti fai tagliare i capelli, ti vai a comprare i vestiti, tatuaggi, moto, macchina, c'è tutto, puoi spiare le macchine, qualsiasi cosa puoi fare, comprare casa, alberghi, cioè quando inizi a farti prendere da quei giochi lì dopo fai fatica a smettere, io ho passato un anno che tutti i giorni che ero a casa da scuola e giocavo col computer, ho un gioco che era la versione precedente di questo qui e già quello lì sembrava vita reale, ed era la mia seconda vita, quando ero in terza media, giocavo sempre a quello lì, sempre, sempre, sempre dopo ho detto basta, va là, perché dopo ho dovuto formattare il computer perché era entrato un virus e da quando l'ho formattato che ho perso tutti i dati.

Era il momento che dovevi smettere

Ho detto basta, va là, adesso mi scoccia riiniziare, perché ero andato lontanissimo e riiniziare era lunghissimo, basta e secondo me il computer ti può rendere schiavo soprattutto se ci lavori, perché quando sei capace sai fare di tutto, proprio di tutto, dopo non so. (N.60, M, 17 anni, professionale, Forlì)

riesco perfettamente a rinunciare ai cinque computer come ai televisori perché sono anche un passatempo, non è perché se non riesco a stare al p.c. mi viene la crisi isterica, conosco persone che stanno davanti al p.c. perché preferiscono stare davanti al p.c. che guardare le persone in faccia, e lì si diventa dipendenti e ci si stacca dal concetto di realtà, perché è più facile affrontare una cosa quando si è davanti al p.c. e nessuno ti può fermare quando blocchi la conversazione, io posso dirti: "ciao, io ho scherzato", tu capisci che non ho scherzato, invece quando te lo scrivo è sempre un ciao (N.54, M, 18 anni, lavoratore, Ravenna)

E quindi secondo te non è neanche così importante il computer?

No, secondo me è diventato molto importante, cioè nella cultura di adesso è indispensabile, mi rendo conto, però secondo me per molte cose se ne potrebbe fare a meno, mi sembra che a volte si perda il valore delle cose, o dei rapporti umani, mi rifaccio alla chat, dei rapporti diretti (N.32, F, 19 anni, liceo classico, Bologna)

5.3.4.4 Condivisione di significati.

I media sono strumenti che permettono anche di condividere significati, questa funzione è attribuita soprattutto al computer e alla televisione satellitare.

Il **computer** permette la condivisione di significati, quindi interessi, esperienze o anche musica e video, sia tra amici e conoscenti che con persone che possono essere in altre parti del mondo, esplorando i siti poi si possono trovare informazioni su ciò che incuriosisce:

quindi ti informi sulle cose che ti interessano?

sì, sui blog dei miei amici

ah, i tuoi amici hanno dei blog? Ah, però

sì, quelli che sono venuti prima a parlare

ah, anche. E tu non l'hai un blog tuo?

l'avevo madopo non riesco più a gestirlo, non so, perché mi era andato in tilt qualcosa

quindi lo usi anche per mettere le tue cose, insomma, quello che pensi, quello che ti viene in mente?

esatto

e farlo vedere agli altri..

sì, agli altri

e lo usi anche per, non so, mandare messaggi..

no, per quello, no

no, per comunicare, no?

per comunicare poco

poco, ok, va bene. Su cos'era il tuo, cosa dicevi sul tuo Blog? Cioè, quello che ti succede a scuola, quello che

tutto quello che succedeva durante la giornata, perché comunque, alla fine, ci accadevano gli amici bene o male, sì, i miei interessi...

quindi è un modo per far sapere ai tuoi amici quello che ti succede, per renderli... esatto, per renderli partecipi della mia vita (N.25, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

quindi, attraverso il web che cosa succede?

molti, anche da.. è una cosa che ti collega a qualsiasi parte del mondo. Io da qui in Italia posso parlare con uno che è in America, che è nel Nord America, negli Stati Uniti, nel Canada, posso parlarci attraverso...via e-mail, quindi...suppongo.. comunque posso farci qualsiasi cosa, posso parlare, posso anche inserire informazioni su questo web, quindi creare un sito nel quale, che tutti possono visitare, veder trovare le informazioni su me o su qualcun altro o su qualsiasi cosa che ti venga in mente. (N.52, M, 14 anni, scuola media, Bologna)

vedo anche molti miei amici che si scaricano un sacco di canzoni, un sacco di video, mi piacerebbe però avendo questo tipo di computer qui non lo posso fare e quindi niente non lo faccio adesso, magari fra un po' di anni lo cambio ne prendo uno un po' bellino allora lì vale la pena di metterci certi programmi per scaricare, adsl magari per andare più veloce, ma in quel computer lì non ha senso mettere una cosa del genere, quindi me lo tengo così, i tanto sopravvivo lo stesso, non è una mia priorità, però così per avere delle cose in più ci sta i miei amici se ne intendono molto sempre attaccati al computer nel senso che ne sanno abbastanza senti che parlano di questo o di quest'altro programma (N.58, F, 18 anni, ist. tecnico, Forlì)

l'informatica ormai è diventata la base di tutto, ormai viviamo in un villaggio globale, ci sono sistemi operativi e altri sistemi operativi che aiutano, diciamo, a fare sì che il mondo si trovi tutto riunito nel villaggio globale, cioè, in poco spazio potresti parlare con altre persone che si trovano dall'altra parte del mondo, ee, io questo lo vedo positivamente perché così potremmo anche confrontarci con altre culture, viaggiare un po', scoprire le notizie, le meraviglie del mondo anche se non potremo mai andarci, oppure, cioè, per la nostra posizione sociale o per la nostra età non saremmo in grado di visitare (N.12, M, 16 anni, professionale, Modena)

La tv satellitare, che abbiamo visto essere per molti soprattutto uno strumento di svago, a parere di altri intervistati è interessante come mezzo per vedere cosa succede in altre parti del mondo:

cioè Sky alla fine è normale, dove fanno vedere film, sport, soprattutto sport, fanno bene, film, cioè un po'.. il satellite del mondo, del mondo, poi dell'Europa secondo me, sì, cioè fornisce nuovi programmi, rispetto a quelli della tv, importante secondo me

Quindi lo vedi come cosa importante, positiva?

Secondo me è importante, così almeno, cioè, guardi anche cosa succede negli altri stati

(N.22, M, 16 anni, professionale, origini ghanesi, Modena)

Allora, delle, per la televisione servono le antenne paraboliche, per la televisione, la televisione può essere anche, cioè un mezzo per capire soprattutto quello che succede anche nel mondo, ad esempio i telegiornali, i documentari, anche se spesso ci sono dei programmi che non è che servano più di tanto (N.13, F, 14 anni, liceo scienz.soc., Modena)

Cosa ne pensi tu della tv satellitare, la vedi come cosa positiva, negativa?

La vedo come cosa positiva comunque, perché ti apre gli occhi, perché ad esempio su Sky fanno vedere dei documentari, fanno vedere anche, a differenza delle tv normale, senza Sky, sì, ci sono molto programmi stupidi e pochi intelligenti, tipo Geo, quelli lì, però su Sky ci sono programmi dove ti fanno vedere a volte anche delle situazioni in Africa, oppure, ti aprono comunque la mente su come vivono le altre persone in altri posti, tipo in America, in Africa, in quei posti lì (N.5, M, 17 annu, liceo socio-pisco-pedag., Modena)

e questi programmi che cosa.. cosa c'è?

su Sky?

no, giusto per sapere

ah.. boh, ci sono, io adesso non ce l'ho più, però quando ce l'avevo c'erano..i film, prima che li facciano vedere sulla televisione pubblica, poi c'era tipo il Grande Fratello 24 ore su 24, utilissimo, ...poi, tipo i programmi degli altri paesi tipo la tv araba, Al Jazeera..

ah.. si vedeva anche la tv araba?

si ma si vede anche adesso sul..

ma per gli italiani? O per gli arabi?

ma no.. possono vederla appunto gli arabi che vengono qui se si fanno installare Sky, oppure c'è la BBC, la CNN, omh..è utile

e la CNN per chi è?

ma ...per le persone penso che la.. che lavorano.. e che devono sapere tutto quello che succede nel mondo e che si vogliono sempre tenere informate, e che sanno l'inglese perché se no non ci capiscono niente e..comunque, sì hanno a che fare con le relazioni internazionali, in politica.. (N.53, F, 14 anni, scuola media, Bologna)

Come le racconteresti a questo alieno?

eh, gli dico che attorno alla terra ci sono vari satelliti che girano, che prendono informazioni da varie parti, cioè diciamo, vari pezzi di vita da varie parti del globo, e li fanno vedere ad altre persone in altre parti della terra. E....quindi, diciamo, tutti sanno tutto di tutti, e....e.

Cosa comporta questa, questo saper tutto di tutti? Cosa trasforma?

questo saper tutto di tutti, cioè...dipende da come lo si prende: o, ad esempio, è un processo che apporta un sacco di miglioramenti alla società, come ...non lo so, l'informazione....emh... Faccia conto, nel mille i libri erano soltanto scritti a mano e, non lo so, avere un libro magari era una cosa incredibile, erano preziosissimi ed era monopolio della Chiesa; adesso, dopo, il primo sviluppo è stato quello della stampa, successivamente, adesso sono su internet, si trovano ovunque. Quindi, se si prende da questo punto di vista, è un ampliamento della dimensione culturale, della dimensione intellettuale dell'uomo che serve, serve moltissimo nella vita. Da un altro punto di vista, è una cosa di instupidimento, nel senso che sì, con la televisione ci si può appunto, la si può usare per scappare in un'altra dimensione, spegnersi un po' il cervello, tipo una morte momentanea ..dalla vita, e appunto, non lo so i telefilm o i programmi (N.28, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

Mi viene in mente che.. oddio, probabilmente, la diffusione, non solo delle televisioni, che porta a una diffusione universale dei programmi e delle cose. Probabilmente è anche legato a un concetto di globalizzazione, non lo so, però, il fatto che appunto ormai, ogni, comunque molte case, nuove case, ma anche

vecchie, hanno tutte le parabole e di conseguenza possono anche vedere canali stranieri, questo, non so, probabilmente è anche un atteggiamento che, da parte della società che si è formata, di unire probabilmente anche le.. i paesi tra di loro. Per esempio, anche vedere un canale come Al Jazeera, o la CNN in Italia, vuol dire comunque rendere e farsi partecipi, comunque, di altre situazioni e di altri contesti.

Quindi una spinta a un'apertura, un interesse

sì, sì, ma non dell'Italia particolare, di tutto il mondo a unirsi

Un'opportunità di vedere anche quello che succede a casa di altri

esatto, esatto, esatto. Che non so se sia interesse o curiosità, però c'è questa tendenza a ...a appunto entrare in altri contesti, in altri ambienti, sicuramente

Tu la tv satellitare è una cosa che usi, che hai a casa, che segui?

è una cosa che ho nella casa in montagna ma che non ho nella casa normale. E...molto sinceramente, non è che mi interessi proprio particolarmente, nel senso che, per esempio anche sentire telegiornali stranieri, tipo la CNN, la BBC, mi piace, nel senso che anche vedere cosa c'è negli altri, comunque vedere cosa succede negli altri paesi mi interessa, nel senso che vedere anche cosa per loro è importante o meno, vedere anche cosa succede da loro, di grave, confrontarlo con la nostra realtà. Cioè, secondo me, è utile. Che io poi non lo faccio particolarmente, perché magari non ho troppo tempo per stare attaccata alla tv, però. Cioè, secondo me è una cosa, non negativa, anzi, positiva. (N.24, F, 18 anni, liceo classico, Bologna)

Da quanto emerge sul rapporto tra gli adolescenti e i media, si nota come questi ultimi, in particolare il cellulare e il computer abbiano una posizione centrale nella vita quotidiana degli intervistati.

Il cellulare poi, dalle affermazioni di vari intervistati, appare essere uno strumento senza cui non si può vivere, assumendo così il valore di feticcio, inteso qui come oggetto che assume da per essi un valore e un "culto" esagerati, o di protesi da cui non ci si può separare e dalla quale si riconosce di dipendere.

Anche Scifo [2005] in una ricerca su adolescenti e uso del cellulare riconosce quest'ultima valenza: "da una parte si enfatizza il legame fisico con l'oggetto e la sua interpretazione di protesi corporea («Io non me lo dimentico mai», «Non mi posso separare dal mio telefono cellulare mai. È sempre con me», «Come uno si mette le scarpe e anche il telefonino in tasca», «È un corredo»), che viene connotata anche come una forma di dipendenza" [2005: 138]. Le stessa autrice, nella ricerca citata, evidenzia due atteggiamenti nei confronti del telefonino : "uno espressivo-affettivo e l'altro pragmatico-strumentale" [2005:136] nei soggetti da me intervistati ho visto emergere

soprattutto il primo atteggiamento nell'attribuire significato a questo oggetto, atteggiamento che però viene ridimensionato dai soggetti più grandi di età e spesso più critici. Anche Scifo sottolinea un cambiamento nel rapporto con il cellulare con l'aumentare dell'età che vede i soggetti più grandi (dai 17-18 anni) prendere le distanze dall'entusiasmo cieco che loro stessi riconoscono di avere avuto per questo oggetto [2005: 153].

Secondo McLuhan [1967] ogni medium costituisce per l'uomo un'estensione di se stesso e "le conseguenze individuali e sociali di ogni *medium*, cioè di ogni estensione di noi stessi, derivano dalle nuove proporzioni introdotte nelle nostre questioni personali da ognuna di tali estensioni o da ogni nuova tecnologia" [1967: 15]. Da ciò deriva la celebre affermazione "il medium è il messaggio" [McLuhan 1967], ovvero che il medium stesso condiziona i rapporti umani introducendo in essi nuove modalità. Applicando questo ragionamento al caso del cellulare vediamo che le modalità di comunicazione si ripercuotono sulle relazioni, per i miei intervistati la presenza del telefonino è costante nella loro vita quotidiana dalle prime fasi dell'adolescenza e per questo ne condiziona le modalità relazionali, decisive in quell'età.

Il computer può assumere un grosso valore espressivo-affettivo per alcuni che lo usano tutti i giorni sia come strumento di comunicazione che di approfondimento dei propri interessi e di svago tramite internet, mentre per la quasi totalità è comunque diventato uno strumento fondamentale per svariate funzioni non esclusivamente ludiche.

Il significato più attribuito a questi media, ossia la promozione di interazioni, possibile attraverso il telefonino e la chat o l'e-mail, è strettamente legato e conferma l'importanza che assume nell'adolescenza il gruppo dei pari [Palmonari 2001] e il fatto di avere tante conoscenze e contatti tra i coetanei.

La televisione, sia essa satellitare o meno, pare avere un significato meno importante per i giovani, legato in particolare allo svago, ma non raggiunge la pervasività degli altri media,

probabilmente per la sua caratteristica di comunicazione unidirezionale rispetto agli altri strumenti che sono interattivi.

Pensando al rapporto tra globale e locale, ai media è sempre stato attribuito un ruolo importante nei processi di globalizzazione e mezzi come il computer o meglio internet, il cellulare e la televisione satellitare, sono globali tanto perché permettono comunicazioni con tutto il mondo, quanto perché sono diffusi in tutto il mondo. Nelle giovani generazioni non rappresentano la novità ma la normalità, essendo essi cresciuti in un'epoca in cui questi media erano già diffusi, anche se certamente non come oggi. Gli adolescenti intervistati sono consapevoli delle potenzialità globali dei mezzi di comunicazione ma non sempre queste vengono sfruttate, penso ad esempio alla tv satellitare che per molti è più legata allo svago, a poter vedere film e sport piuttosto che all'idea di finestra sul mondo, in questi casi prevale un uso locale di un medium globale.

Si osserva infatti come, anche nel caso dei media, le dimensioni di globale e locale siano fortemente intrecciate così che mezzi dalla natura globale diventano significativi nel locale di ciascuna persona, anche quello più intimo e personale: l'ambito delle relazioni. Il significato di promozione delle interazioni, il più attribuito all'uso di telefono cellulare e computer ci fa riflettere su questo. Dunque mescolamento di globale e locale, di individuale e di collettivo. "Lo scenario mutato che funge da sfondo alle moltitudini contemporanee è poi caratterizzato dalla diffusione e stabilizzazione di tecnologie di connessione *molti-molti* e dalle pratiche sociali associate a esse. Pensiamo alle potenzialità di comunicazione dei diversi luoghi della rete, alle forme di connessione dei cellulari, a quelle di palmari wi fi, collegati cioè senza fili in modo permanente alla rete [...]. Ci troviamo di fronte a una trasformazione dell'ambiente mediale per opera di una logica spesso definita di personal-media, nella quale la natura individuale di ricezione e produzione si associa alle

potenzialità interattive e plurali del medium" [Boccia Artieri 2004: 83,84].

Secondo Boccia Artieri [2004], nella realtà contemporanea i media diventano media-mondo, la realtà comunicativa include in modo potenzialmente illimitato l'individuo e la comunicazione si trasforma in un luogo. I media così non sono più solo "dei mezzi di comunicazione ma costituiscono un contesto esperienziale generalizzato che è generato nella mediazione comunicativa entro una dinamica di planetarizzazione" [Boccia Artieri 2004: 163].

Pensando al rapporto tra consumi di media e identità, mezzi come telefono cellulare e computer consentono di essere potenzialmente sempre in collegamento con altre persone al di là dei nostri vincoli fisici e temporali, permettono la telepresenza. "Tale fatto ha ripercussioni elevate anche nella quotidianità dell'agire che acquista un nuovo significato man mano che il punto di riferimento si sposta dal vissuto concreto della propria territorialità a una dimensione mediale che apre a un orizzonte di possibilità mondializzate" [Boccia Artieri 2004: 186].

In questo modo spazi e tempi della quotidianità si sincronizzano con quelli dei media. "Se la TV si era sincronizzata con i ritmi del quotidiano progettando i palinsesti sulla vita dell'individuo e punteggiandola di appuntamenti televisivi, il nuovo ambiente mediale lo rifà sulla base però di una ubiquità dei media che pervadono gli spazi quotidiani dei soggetti e di una possibilità interattiva per la quale l'individuo è tendenzialmente sempre connesso e potenzialmente trova sempre ciò che desidera" [Boccia Artieri 2004: 190].

Da un punto di vista identitario ci troviamo di fronte dunque alle problematiche con cui ha a che fare l'individuo contemporaneo: percezione di possibilità infinite e necessità di scegliere in questo infinito orizzonte, a proprio rischio e pericolo.

I media rispetto ad altri consumi evidenziano particolarmente questa situazione ambivalente di rischio e opportunità e i giovani intervistati paiono consapevoli di questa dinamica. Rivelando capacità autoriflessiva essi hanno sottolineato questa problematica: cellulare e computer permettono di dedicarsi a attività piacevoli come il contatto con i pari, la conoscenza di nuovi amici e l'approfondimento degli interessi personali ma il rischio è il perdersi in questo infinito orizzonte di possibilità e diventarne troppo dipendenti.

I rischi di un'identità mediata, da quanto emerge dalle parole degli adolescenti, mi pare che abbiano a che fare tanto con l'identità personale, quanto con l'identità sociale.

Si è detto nei capitoli precedenti che l'identità dell'individuo contemporaneo è instabile perché priva di appartenenze certe, a maggior ragione quella degli adolescenti, soggetti che si trovano in fase di mutamento mentale e corporeo.

Dunque se pensiamo al cellulare, i rischi hanno a mio avviso a che fare con tutti i due tipi di identità, identità sociale con il bisogno di appartenenza, da un lato, che porta al desiderio insaziabile di avere tantissimi contatti e di essere continuamente in collegamento con altri e con l'eludere la questione dell'identità personale che si forma anche nel confronto con l'altro, non affrontando le altre persone direttamente ma tramite la comunicazione per messaggi ad esempio.

Per quanto riguarda la comunicazione mediata da internet questa comporta soprattutto il rischio dell'isolamento dal mondo reale che non appaga come e delude di più del mondo virtuale e di rinunciare a costruire la propria identità mascherandola con una falsa che forse si ritiene più accettabile.

Gli stessi mezzi però offrono, al tempo stesso, opportunità, se pensiamo comunque ai tanti usi costruttivi dei media citati dai giovani: possibilità di condividere significati con altre persone lontane e vicine, apertura e curiosità verso ciò che ancora non si conosce, il fatto di mantenere i contatti con i parenti lontani per

gli immigrati, il sentirsi più sicuri perché sempre in grado di chiamare qualcuno in caso di difficoltà.

Non si può dunque dare una lettura rigida a questi fenomeni, ma constatarne, ancora una volta, la natura ambivalente.

5.3.5 Gli "altri": i consumi dei migranti.

Il fenomeno migratorio è legato ai processi di globalizzazione e ne costituisce, per il nostro paese, uno degli effetti più sentiti dalla popolazione residente poiché ha raggiunto dimensioni consistenti in tempi molto brevi.

Per questo ritengo che, nella nostra società, ragionando su identità e alterità, lo straniero possa essere spesso considerato "l'altro" per eccellenza dell'immaginario comune, di cui si percepisce l'indubbia diversità e con cui ci si può relazionare accettandone e valorizzandone proprio le differenze, ma anche percependone la presenza con disagio.

In questa sede l'argomento è stato trattato in maniera indiretta concentrandosi sui consumi che potevano essere collegati ai processi migratori. Le foto che hanno costituito stimolo su questo tema sono la 2, la 4, la 5, la 6 e la 8.

Ai ragazzi intervistati, sia di origine italiana che di origine straniera, è stata lasciata completa libertà nel parlare di queste fotografie che, come si è visto, stimolavano anche su altri temi (cibo, abbigliamento e media), perciò il tema migrazioni è stato trattato da alcuni e non da altri, che non l'hanno avvertito come argomento principale suscitato dalla visione della fotografia.



foto 2 – kebab



foto 4 – amici



foto 5 – indiani



foto 6 – ragazze in gruppo



foto 8 – antenne paraboliche

L'attenzione dei ragazzi si è focalizzata soprattutto sui consumi che, a loro avviso, sono da considerare specifici degli stranieri immigrati, quindi sulle caratteristiche di "alterità" percepite come diverse dall' "identità" italiana.

I significati attribuiti a questi consumi sono stati soprattutto quello di **rafforzamento dei legami**, maggiormente citato, e di **presentazione del sè**.

5.3.5.1 Rafforzamento dei legami.

La funzione di rafforzamento dei legami è stata attribuita tanto da ragazzi di origine italiana che di origine straniera a tutti quei consumi come **abbigliamento**, **cibo**, **tv satellitare** che permettono di mantenere un legame con il paese o la tradizione di origine degli immigrati.

Vediamo alcune affermazioni sull'abbigliamento tradizionale degli stranieri che lo interpretano come legame con il paese di origine:

spesso vengono, venendo in Italia, vogliono comunque sentirsi parte della loro patria e non prov... diventare altre persone.....quindi continuano a portare segni della loro patria, magari per ricordarsi, sennò poi comunque per distinguersi da altre persone...o comunque, per semplicemente, riportare comunque un segno della loro cultura, o magari nella loro cultura, nella loro città si usa vestirsi così e non si azzardano, non so, a mettere su i jeans (N.52, M, 14 anni, scuola media, Bologna)

E i ragazzi che decidono di mantenere un abbigliamento tradizionale?

Se lo decidono loro evidentemente sono attaccati alla loro patria hanno ricordi evidentemente belli, ma non vuol dire che se uno cambia la propria tradizione abbia dei ricordi brutti; però secondo me se è costretta non è una bella cosa, perché magari a lei, o a lui, piacerebbe essere vestita in un altro modo per tanti motivi. (N.62, F, 17 anni, ist.tecnico, Forlì)

nell'immagine c'è una famiglia, insomma si può dedurre che sia una famiglia, c'è madre e tre figli, anche se è assente il padre, di evidente cultura pakistana, indiana, comunque di quella zona, evidente dico, perché comunque i vestiti, non lasciano spazio a dubbi e anche il copricapo del bambino, non è quello dei sikh, però comunque, va bene, eemm[...]Credo che sia ambientata in Italia, non so se sia a Modena perché il luogo sinceramente non lo conosco, però non è detto ecco, potrebbe essere tranquillamente ambientata in qualsiasi paese, perché anche in altri paesi, penso in Inghilterra, la presenza di comunità pakistane e indiane è fortissima, anche in Germania, potrebbe essere di qualsiasi paese, anzi, ci sono più probabilità che sia di un altro paese anziché italiana, però mi verrebbe da dire che sia italiana, guardando anche le macchine, c'è una Fiat Punto, insomma, eemm, va bene, basta. Danno comunque un'immagine positiva, di integrazione, di immigrazione (N.1, F, 18 anni, liceo classico, Modena)

Un gruppo di indiani che... hanno una religione diversa dalla nostra ee, so anche che le donne devono tenere un velo in testa, una cosa del genere, forse mi sbaglio, ho visto che ce l'hanno

Sì, qui ce l'hanno, in particolare nella religione musulmana sì, le donne sono tenute ad avere il velo

Mmm, la mamma, con, mi sembra, le due figlie, sono, hanno i sandali e le ciabatte, invece il bambino ha le scarpe da ginnastica ed è vestito tutto di bianco, con anche la bandana bianca, non saprei cosa dire...questa foto è stata fatta davanti a un magazzino forse...non ho problemi con gli indiani io

A te è capitato di vedere una scena del genere, quindi persone vestite con l'abito tradizionale?

Anche che vanno a scuola

Quindi, insomma, potrebbero essere a Modena secondo te queste persone?

Sì, sì (N.16, m, 16 anni, ist.tecnico, Modena)

Allora, sembra una famiglia straniera, gli stranieri hanno dei vestiti particolari, però non so di che paese, forse o musulmani.

Questi sono indiani.

Ah, indiani, eh, tutti quelli, tutte le persone di quel posto portano sempre il velo le donne e non so se anche gli uomini lo portano, comunque hanno un certo modo di vestire particolare. Io alcune le conosco e sono anche simpatiche, portano anche loro a volte il velo e comunque sì, non è che, e poi a volte hanno tutti degli altri modi di fare, la religione diversa, eemm, e mangiano anche delle cose diverse, oppure fanno dei periodi di digiuno. Comunque noi siamo sempre suoi amici, sono anche simpatici, a me mi piace conoscere, cioè mi piace conoscere le persone che vengono da altri posti. (N.11, F, 14 anni, istituto d'arte, Modena)

L'abbigliamento diverso, che sottolinea il legame con un paese extracomunitario, può suscitare anche pregiudizi e problemi nell'integrazione:

Secondo te, come dire, come valuti la possibilità e la scelta che queste persone fanno di vestirsi negli abiti tradizionali. Cosa pensi quando li vedi?

eh...solitamente, almeno qua in Italia, è gente che è arrivata da poco, al massimo è, sono...vengono da paesi mediorientali, sono qua al massimo da una generazione e quindi non si sono ancora, come dire, separati...separati veramente dai luoghi da dove arrivano e quindi, sicuramente, i vestiti sono, come un tutto per riconoscersi, per riconoscere se stessi come provenienti da una stessa cultura

Quindi è un elemento di identità?

sì sì, è un elemento di identità, per, appunto...non gli permette di integrarsi che, insomma, a un livello abbastanza basso, perché comunque usano i loro vestiti, però, appunto, se li vedi per strada, in un altro paese, è una discrepanza (N.27, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

Tu conosci delle persone che portano proprio anche i vestiti quelli tipici, cioè, questa foto potrebbe essere stata scattata anche a Modena?

Secondo me questa è stata scattata a Modena e so anche dove, dove c'è, via Repubblica di Montefiorino mi sembra, dove c'è[...] Sì, cioè io vedo sempre in autobus quando vado a scuola delle persone vestite così e tutti dicono: "Oh, occhio, che quella c'ha la bomba sotto!" [ride] Secondo me non è che sia tanto carino, perché dal fatto che adesso c'è Bin Laden e poi hanno fatto l'attentato delle torri gemelle, adesso credono che tutti siano così (N.18, M, 14 anni, ist. tecnico, Modena)

Altro tipo di cultura rispetto a prima, una famiglia presumo indiana

Sì

Mm, un modo diverso di vestire, di porsi davanti alla foto probabilmente, o meglio all'obiettivo, già il fatto che vengono fotografati in una realtà familiare piuttosto che in un gruppo di amici, può essere già emblematica come cosa, può essere emblematica della diversa cultura, della percezione di famiglia, non che una sia giusta, l'altra sbagliata, comunque diverse, come tutte le signore indiane la vedo bella in carne! Mm, non lo so, ha tre figli, cosa non comune a tutte le signore italiane, anche perché vengono cresciuti in una maniera diversa i figli, poi non so

[...] E ti è capitato di vedere invece dei gruppi di persone del genere? Nel senso che questi sono vestiti anche con l'abito tradizionale..

Eh, sì, sì, Modena penso che sia una realtà abbastanza concreta, ci sono, che ne so, meno modenesi che extracomunitari, regolari o meno! [ride] venendo qua su 7 persone a cui ho chiesto indicazioni 5 non erano di Modena, di cui 3 non erano proprio italiani [ride] comunque secondo me riescono a integrarsi bene, relativamente a mantenere i propri costumi se, usi e costumi, se ci tengono, se comunque sono molto legati alle tradizioni, anche se magari poi nello specifico si vanno a incontrare i vari problemi, cioè, penso che un ragazzo faccia fatica a invitare a ballare una ragazza vestita così, ma questo sta poi nella mentalità del ragazzo pian piano adeguarsi, così come l'adeguamento viene da entrambe le parti o dovrebbe venire da entrambe le parti, diciamo che nei locali non si vedono ragazze vestite così, purtroppo, perché vengono da una realtà familiare diversa

Quindi dici perché non frequentano proprio i locali?

No, non credo che la famiglia, non è colpa nostra, penso che la famiglia sia un po' meno permissiva delle nostre, almeno io non ho mai visto in discoteca, ma anche in un bar qualsiasi, ragazze extracomunitarie o indiane, non so perché, non ne vedo tante in giro, mm, i ragazzi sì, di ragazzi se ne vedono tanti: marocchini, indiani già un po' meno, ecco, marocchini ce ne sono tanti, penso che mezzo Marocco sia a Modena! Poi non so (N.19, F, 16 anni, liceo classico, Modena)

Secondo te perché anche se sono in Italia si vestono così?

Perché secondo me le persone che vengono, se nascono in Italia comunque vestirebbero in un altro modo. Dipende comunque dal genitore, perché se il genitore è tradizionalista continuerebbero a farli vestire in un determinato modo. e poi dopo secondo me la loro scelta che...per delle bambine così andare a scuola con un velo non è bello, caso mai loro, a loro va bene, comunque gli altri ti guardano in altro modo per cui potrebbe anche portarti dei disagi. (N.61, F, 16 anni, ist. tecnico, Forlì)

Alcuni commenti sul kebab, che da alcuni ragazzi viene percepito come cibo consumato prevalentemente dagli stranieri:

Ah, sì, sì, ma secondo me questa foto rappresenta uno di quei tanti locali che stanno aprendo negli ultimi anni a Modena, gestiti da migranti che hanno deciso di aprire questi locali più che altro in funzione di richiamare appunto loro connazionali, infatti soprattutto in certi quartieri di Modena sono diventati un vero punto di ritrovo per le comunità di un certo paese. È uno di quei ristoranti nei quali il piatto forte è il kebab, perciò si parla comunque della zona mediorientale, perché il kebab è quel cono di carne, appunto zona egiziana, turca. Però mi sembra che non sia solamente un ristorante kebab, perché c'è scritto anche pizzeria, caffè, perciò può darsi comunque che sia, anzi sì, sicuramente è gestito da uno straniero che è molto attaccato alle proprie radici (N.1, F, 18 anni, liceo classico, Modena)

qua fanno anche il kebab che non so bene cosa sia, però è una cosa di altri paesi, non so, musulmani, non saprei

Di solito è dei paesi arabi, praticamente è un girarrosto di carne

Sì e mi fa venire in mente un'altra civiltà, diciamo, delle altre persone con degli altri usi e degli altri consumi. Ecco, non ci sono mai andata dentro uno di questi posti perché, boh, non mi è mai capitato

Ti è capitato di vederne di questi locali?

Sì, sì, mi è capitato, ce ne sono parecchi a Modena

Sì, infatti ultimamente sono aumentati. E se dovessi immaginarti, o magari da quello che ti è capitato di vedere, chi frequenta questo tipo di ristoranti?

Eh, le persone legate a questa cultura, soprattutto arabi si vedono, persone extracomunitarie comunque, mi è capitato di vederne poche di persone italiane dentro questi posti, perché poi ci passi davanti, allora ci dai un'occhiata, mi è capitato di vederne poche di persone italiane (N.6, F, 14 anni, liceo scienz.soc., Modena)

è molto difficile trovare persone italiane dentro un posto così, invece ci puoi trovare molte persone originarie del, molte persone arabe, ad esempio, che conoscono il kebab e quindi sanno che lì lo fanno e la maggior parte, cioè, il 90% delle persone che sono lì dentro dovrebbero essere arabi, il 10% vario, però molti arabi e pochi italiani.

Quindi lo vedi di più frequentato dai connazionali che non...?

Sì, cioè, dagli italiani a meno che non sai che cosa sia il kebab, perché magari loro lo mangiano molto spesso, noi lo mangiamo una volta perché ci è capitato di prenderlo, però dagli italiani poco (N.9, F, 14 anni, liceo classico, Modena)

Bisogna notare che il tema cibo si collega spesso anche all'idea di tradizione e di legame con famiglia e zona di origine, così infatti è stato anche per il cibo tipico emiliano, collegato dai ragazzi alla dimensione dei legami familiari.

La tv satellitare è percepita come uno strumento che permette un legame quotidiano con il paese di origine degli immigrati:

mm...un tetto con tante antenne paraboliche e sono di gran diffusione in caso di case popolari, no, più che popolari, abitate dagli stranieri. A Bologna, nella periferia di Bologna, ci sono zone di questo genere, piene di palazzoni, molto grigi, veramente, molto cementifici, dove le case vengono distribuite, date a extracomunitari. E sono molte le antenne paraboliche perché probabilmente perché vogliono tenersi aggiornati, vedere la tv del loro paese. E, credo sia un fenomeno molto diffuso, sia fra gli stranieri ma anche tra, ormai, anche tra persone nate in quel luogo, nel senso che l'antenna parabolica ti permette di vedere la tv degli altri paesi, sentire tv come la CNN, la BBC, che magari portano una informazione più ampia (N.36, M, 18 anni, liceo classico, Bologna)

è una cosa che si vede anche nei grandi fabbricati dove vivono anche tanti immigrati, in Italia, che ad ogni finestra hanno una parabola ed appunto uno pensa "ah, hanno pochi soldi e li spendono per comprarsi la parabola". E invece, questa cosa secondo me, ma non ne sono sicuro, è invece una cosa normalissima perché appunto riescono a rimanere sempre in contatto con il loro mondo. E semplicemente, la televisione, in questo momento è..una parte di mondo, quindi, riuscire a vedere la televisione del proprio paese è anche da un'altra parte, sicuramente, è..come, non solo un buon ricordo, ma qualcosa che comunque ti continua a tenere legato alla terra da cui provieni (N.27, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

La parola ora ai ragazzi di origine straniera:

Ci sono delle parabole. Scommetto che sono di persone straniere.

Perché?

Perché di solito sono loro che hanno 'ste parabole per prendere dei canali loro, tipo io, i miei (N.56, F, 17 anni, professionale, origini marocchine, Ravenna)

Cosa diresti di queste?

Le altre parabole, se vuoi vedere un programma del tuo paese, basta che la metti a posto giusto, e vedi i programmi del tuo paese

Tu l'hai?

Sì, vedo due programmi del mio paese...

Che programmi sono? Film o musica?

Musica di più...

Scegli tu i programmi da vedere o con la tua famiglia?

In generale, quando ci sono io guardo, quando ci sono gli altri...

Ti piace più la tv italiana o questi programmi?

Questi programmi (N.40, M, 16 anni, professionale, origini montenegrine, Bologna)

In particolare a che cosa servono quelle più semplici anche

Per veder qualche, altri canali..

Tu ce l'hai la parabolica?

Sì

E, cosa vedi di solito?

Ah, io vedo Marocco, Sky, poi altri canali che ci sono

E li vedi anche in giro, qui al Pilastro, a Bologna?

Sì. Qui al Pilastro ci sono queste paraboliche che fanno vedere i paesi delle persone che... tipo il Marocco, o la Jugoslavia per gli albanesi e vari posti

E tu il Marocco, cosa guardi del Marocco, le dici che ogni tanto guardi...

Guardo i tg, guardo i programmi..

Capisci la lingua quando parlano?

Sì (N.45, M, 16 anni, professionale, origini marocchine, Bologna)

Ce l'ho a casa io.. però un'altra, non così.. quelle piccole.. con la digitale...

E che differenza c'è?

Con quella posso vedere il mio paese, posso vedere un altro paese...però non così

Però tu guardi anche il tuo paese?

Sì guardo Albania, guardo da tutte le parti

E capisci la lingua?

Sì, albanese sì

E quante lingue conosci?

.. cinque.. albanese, italiano, rom, serbo e un po' diciamo che ho imparato rumeno..

e la televisione riesci a vederla in queste lingue?

Sì

E di solito che programmi guardi?

Di solito guardo quando cantano le mie compaesane

La musica quindi?

Sì la mia musica.. (N.49, M, 15 anni, professionale, origini macedoni, Bologna)

Cosa pensi del fatto che sono vestiti con gli abiti tradizionali?

Ma io non penso niente, secondo me è normale che ognuno porti avanti la propria tradizione, come io porto avanti la mia, gli altri fanno uguale.

Tu li porti quelli del tuo paese? [all'intervista aveva i jeans, le scarpe da tennis]

Io sì, quando si fanno delle feste arabe, qualche matrimonio, io li metto.

Per andare a scuola?

No [ride]

Perché?

Perché secondo me sono troppo elegante per andare a scuola, mi sentirei guardata, magari messa anche in disparte, forse è per quello. Però non me lo sono mai messa per andare a camminare fuori, per la piazza.

Che vestiti ti piacciono da portare tutti i giorni?

I jeans, roba da hip hop anche. Elegante no, poco, dipende la sera se si vada qualche parte.

Tra le persone che conosci chi porta i vestiti tradizionali?

Sì, mia nonna li mantiene, tanti amici di mia nonna.

Tua nonna vive qui?

Sì.

Fra i tuoi coetanei?

Sì, però non sempre, tipo quando...c'è una mia amica, quando viene a casa mia si mette il foulard, però quando va a scuola non se lo mette.

Cosa dice tua nonna di come ti vesti?

Sinceramente non ha mai detto niente, non parliamo di cose così. (N.56, F, 17 anni, professionale, origini marocchine, Ravenna)

Dunque l'idea di consumo legato al paese di origine come rafforzamento dei legami è condivisa tanto da originari dell'Italia che da adolescenti provenienti da famiglie di origine straniera che vivono in prima persona la necessità propria e della famiglia di mantenere i legami con il paese di provenienza.

5.3.5.2 Presentazione di sé.

Il significato del consumo di oggetti tradizionali, in particolare abbigliamento, come presentazione di sé è stata indicata meno rispetto al rafforzamento dei legami, e in particolare da ragazzi di origine italiana.

è bene, secondo te, che, per esempio, anche le nuove generazioni si vestano in questo modo se sono in Italia piuttosto che in qualche modo, come si vestono gli altri ragazzi?

boh, secondo me, non c'è molta differenza nel senso che è un loro modo di vestirsi, non è che... non è che mi tocchi più di tanto, ormai per me è normale vedere la gente vestita in questo modo oppure vestita nell'altro e non è che ci sia molto da pensare più di tanto e quindi, probabilmente, è una scelta loro, sono loro che decidono di essere così, e a me, a me va più che bene, cioè non mi fa né caldo né freddo, in sostanza

Cioè fa parte della loro normalità

sì è normale, e poi comunque, anche se dovesse suscitare qualcosa, non penso che mi potrebbe interessare più di tanto in quanto è una loro scelta andare in giro così

(N.26, M, 16 anni, liceo classico, Bologna)

A me piacciono un sacco questi vestiti tutti colorati, rossi, neri. Alla fine è raro vedere degli occidentali vestiti con colori così sgargianti, di solito colori più attenuati, più scuri, marrone, nero, grigio, blu scuro. Però sono molto tradizionali questi vestiti secondo me, e a me non piace molto seguire, non sono molto tradizionale, non mi piace avere sempre lo stesso capo di abbigliamento. Questo vestito è un po' troppo rigido, cioè è molto caratteriale, è molto personale (N.29, M, 17 anni, liceo classico, Bologna)

Ma a me non piacciono come si vestono loro, però siccome loro gli piacciono si vestono.. ognuno ha il modo di vestire che gli piace.. non so, loro per la loro religione loro lo fanno [ride]. (N.42, M, 17 anni, professionale, origini kosovare, Bologna)

Allora... questa è una foto di una famiglia penso, e una famiglia che adesso vive in Italia ma che non è di sicuro italiana, eemm, che è una famiglia che è rimasta attaccata alle tradizioni del suo paese, cosa che comunque ammiro tantissimo, perché, cioè, venire qua in Italia comunque, ritrovarsi in mezzo a persone che non sanno perché tu fai determinate cose o il perché ti vesti in un determinato modo, secondo me è una bella presa di posizione comunque, eemm. Diciamo

che ma, non lo so, mi sembra un a famiglia allegra comunque e mi piace tantissimo il fatto che abbiano dei vestiti colorati, perché adoro i colori (N.15, F, 18 anni, ist. d'arte, Modena)

Dunque l'indossare l'abbigliamento tradizionale, viene percepito, possa piacere o meno, come una libera scelta di presentazione di sé.

Le fotografie che presentavano persone che dai tratti somatici potevano essere straniere ma vestite all'occidentale (foto 4 e 6), non hanno suscitato se non pochissimi commenti sui consumi e più che altro affermazioni sui rapporti generali con gli immigrati che in questa sede non interessava evidenziare. Mi pare che dunque i consumi che hanno a che fare con il corpo e il look siano portatori di significati forti, in particolare quando, in un mondo pur caratterizzato da eclettismo nei consumi, presentino caratteristiche che si distaccano dalle mode più comuni e sottolineino diversità.

I commenti dei ragazzi italiani sui consumi percepiti come specifici degli stranieri portano a fare alcune osservazioni:

- dal punto di vista del rapporto tra globale e locale: l'immigrazione di persone provenienti da paesi extraeuropei e il fatto che portino con essi i propri usi e costumi sono considerati ormai eventi normali, anche se percepiti spesso come problematici, l'aumento dei migranti è infatti uno dei portati più importanti della globalizzazione come sottolineato da vari autori [Appadurai 2001; Bauman 1999; Beck 1999]. Per questo nessuno si è stupito vedendo la foto 5 e tutti hanno ritenuto che fosse stata scattata in Italia o comunque in un paese europeo;

- dal punto di vista della relazione tra consumi e identità mi pare che si evidenzino due aspetti: da alcuni viene considerato legittimo che chi arriva da un altro paese mantenga i consumi che gli permettono un legame con la tradizione e il mondo di origine, per altri questo può suscitare diffidenza e problemi di integrazione, in particolare quando si tratta di abbigliamento e look diverso. Si pongono dunque in essere le problematiche relative al rapporto con chi è "altro", con chi è diverso, alla convivenza con le varie "differenze" che caratterizzano il nostro mondo e che ne sono elemento costitutivo [Geertz 1999; Melucci 1994]. Mora [2001] in uno studio su consumi stranieri (cioè di beni provenienti dall'estero) e consumi degli stranieri a Milano propone questa riflessione: "in ciò consiste, credo, l'ambivalenza costitutiva del cosiddetto processo di globalizzazione, il quale da un lato produce maggiore avvertenza delle differenze e della complessità della realtà "messa in rete", e dall'altro fa apparire ogni bene e ogni esperienza sullo stesso piano, come se non ci fossero più differenze tra sistemi sociali, tra sistemi politici, tra culture, tra forme economiche, tra singoli stati ecc. L'esperienza dell'alterità entra profondamente nella vita quotidiana delle persone" [2001: 91].

Dal punto di vista dei ragazzi di origine straniera mi pare che si evidenzi la necessità di mantenere il legame con il paese di origine che però va di pari passo con il bisogno di essere accettati nel paese in cui vivono.

Nei paragrafi precedenti infatti si è osservato come nei vari tipi di consumo i ragazzi di origine straniera assumessero preferenze molto simili a quelle dei loro coetanei di origine italiana.

Alle esigenze dell'identità personale, ossia di percepirsi come differenti, si sommano le esigenze dell'identità sociale, legate al

sentirsi simili ad altri [Crespi 2004; Sciolla 2000], nel caso dei giovani stranieri l'identità sociale, la necessità di appartenere al gruppo, appare in un certo senso sdoppiata: da una parte c'è la famiglia con la cultura del paese di origine, dall'altra c'è la cultura italiana, all'interno della quale sono cresciuti ed essi si trovano a mediare tra questi due poli.

5.3.6 Ideologie consumate?

Con la foto 11, che rappresenta una bancarella con magliette dai messaggi più o meno ideologici, si è voluto introdurre indirettamente il tema delle ideologie, il quale non è stato colto da tutti gli intervistati, molti dei quali si sono concentrati sull'altro tema stimolato dalla fotografia, ossia quello dell'abbigliamento.

Il discorso sulle ideologie si collega all'epoca della globalizzazione in quanto, con la scomparsa della divisione mondiale nei blocchi ovest ed est, sono diventate molto più sfaccettate e meno portatrici di sicurezze le appartenenze politiche e ideologiche. Generalmente poi si attribuisce ai giovani una certa lontananza e disinteresse per la politica.



foto 11 – bancarella magliette

I significati attribuiti al "consumo" di ideologie, cioè, come nel caso delle magliette, al fatto di portare su di sé un simbolo o una scritta che identifica il proprio modo di pensare stanno tra la **presentazione di sé** e **l'atteggiamento critico** verso questa pratica, vista come ostentazione oppure come modo di mostrarsi appartenenti a un'idea ma in modo molto superficiale.

5.3.6.1 Presentazione di sé e atteggiamento critico.

Come si è detto lo stimolo sulle ideologie non è stato colto da tutti i ragazzi, poco meno della metà ha espresso opinioni su questo, in particolare nessuno degli intervistati di origine straniera ha fatto commenti sul tema.

Vediamo alcune affermazioni che hanno attribuito il significato di presentazione di sé:

Questa maglietta ce l'ho anche io. È una bancarella, probabilmente nell'ambito di una manifestazione

Infatti ti chiedo se c'è qualche maglietta che preferivi

Questa ce l'ho, questa ce l'ha mio fratello, Che Guevara ce l'hanno tutti. Questa è una manifestazione, c'è anche chi va lì a fare il mercante, va lì con la maglia di Che Guevara, resistere, falce e martello e cannabis

E secondo te perché la gente prende queste magliette?

Perché tutto fa business

Chi le sceglie?

Perché comunque sia alcune ti identificano, sono un segno della carta di identità, un ragazzino con la maglietta di Che Guevara a me viene da ridere, molto, a pensare che ha 14 anni. Io non me la sono mai messa.

Ma questa per esempio perché l'hai scelta?

Perché resistere, sempre e comunque, a parte la stella rossa secondo me è legato alla resistenza, io sono legato, sento molto forte il valore della resistenza, è uno dei valori, insieme allo stato, alla costituzione, alla repubblica, sento che hanno un valore. [...]

In questo caso l'indossare questa maglia è un mostrare agli altri un valore, una cosa in cui tu credi?

Sì, io ad esempio posso mettere così per sfizio Regole Zero, però non è che io pensi, anzi sono una persona molto ligia alle regole, credo nella legalità, non potrei mai mettermi quella di Lenin, falce e martello proprio assolutamente no, non perché disdegni la falce e martello, ok a parte quello, ma non mi rispecchia.

In generale, dici scegli una maglietta con una scritta che mi permette di comunicare qualcosa agli altri

Allora, dico per me o in generale? In generale perché ci vuole comunicare nell'inconscio qualcosa, ma sicuramente se uno la compra per sé è perché vuole comunicare. Io la maglietta la posso comprare perché mi piace, perché comunica qualcosa a me e agli altri. (N.23, M, 18 anni, liceo classico, Bologna)

beh, allora, eh, sì, sicuramente i giovani sono sicuramente attratti da, non solo da delle ideologie che possono non esserci più, sulla prima. Però sicuramente soprattutto i giovani, più che le persone adulte, sono molto entusiasti, molto più magari aperti a un cambiamento, ma sì a un cambiamento della società e delle cose sicuramente. E...soprattutto appunto i giovani vedo che, che sentono particolarmente questa cosa. Forse, io son la prima a farlo in modo esagerato, nel senso che magari uno dice cose che non sono realizzabili, che sono, ormai sono passate e superate. Però questa foto mi da molto l'idea dei giovani che cercano comunque di trovare speranze e aprirsi in altre, in altre cose e cercare comunque di cambiarle. E niente, va beh, queste, queste magliette, queste

queste cioè rispecchiano una determinata parte di ideologia e...che però vedo che effettivamente è molto sentita, è molto

Secondo te, mettersi una maglietta per mostrare la propria idea è una cosa che può essere utile o è una cosa che..?

non sempre, nel senso che, io magari non lo faccio, però sono dell'idea che comunque, ostentare le proprie idee magari con magliette eccetera....magari non è bello, ma è più provocatorio, nel senso che, magari io sono la prima che vedendo per strada una pers...uno che ha un simbolo nazista magari mi viene il nervoso. Però magari io sono la prima che si mette la stella rossa, quindi....cioè razionalmente dico no, nel senso che ostentare le proprie idee non è mai bello, cioè nel senso...ognuno la pensa come vuole ed è giusto così. Certo che istintivamente lo faccio anch'io, quindi capito

Sì

cioè, riconosco che sia sbagliato ostentare e provocare, perché uno tranquillamente può dire "non è così", però.... forse anche istintivamente, irrazionalmente, tu sei portato a far valere la tua idea e...

Mostrarla, in maniera anche esplicita

Esatto (N.24, F, 18 anni, liceo classico, Bologna)

Io quando ero in 4° ginnasio avevo magliette, tipo come questa, di altre no. Ne avevo una di Che Guevara , e poi ne avevo di gruppi musicali presi ai concerti, concerti punk, cose così.

Come mai avevi scelto di prendere e di indossare magliette di questo tipo?

Alla fine perché piuttosto che prendere magliette normali preferisco prendere magliette con scritte tipo antifascista, alla fine per far capire che tipo di persona... per dare una idea.

Quindi dici porto delle magliette con le scritte per comunicare qualcosa agli altri, per dire qualcosa di me?

È stato un periodo, perché dopo mi vestivo a caso. Dipende. (N.29, M, 17 anni, liceo classico, Bologna)

Allora, c'è la bancarella di magliette, per lo più rosse e c'è gente in fila che guarda le maglie, vuole comprare.

Quali sono le maglie che ti colpiscono di più?

Mi ha colpito subito questa qui con la falce e martello e questa qui del Che subito proprio, come ho guardato, la roba rossa mi piace.

Tu le metteresti? Ce le hai?

Ce le ho, è diverso, poi del resto a me le magliette così piacciono con gli stemmi, ad esempio io la maglia con la faccia del Che me la metterei, perché il Che ha fatto la rivoluzione, ma ha fatto la rivoluzione contro dei criminali, quindi secondo me è una persona per bene (N.60, M, 17 anni, professionale, Forlì)

E ci sono dei ragazzi che sono in procinto di acquistare queste magliette appunto, perché poi nei momenti di esaltazione ti viene sempre da comprare queste magliette, le quali possono essere importanti, testimonianze comunque di una volontà di esternare idee, alcune anche molto importanti, per esempio "Not in my name", altre a volte invece sono interpretate solo come un modo per ostentare, per crearsi un'appartenenza a un gruppo piuttosto che a un altro. Comunque non esprimo giudizi su questi ragazzi, fanno benissimo, c'è un ragazzo o una ragazza che ha al collo una bandiera della pace e questo è molto bello (N.1, F, 18 anni, liceo classico, Modena)

Sono delle maglie con tipo, al posto di, non so, come posso dire, la maglia dei comunisti questa è? Poi ci sarà la maglia di Che Guevara, delle magliette strane, tipo, che noi non siamo abituati a metterci, ma tipo i punk, quella gente lì, tipo, io non andrei mai in giro con una maglietta con scritto "Love your mother" [ride] oppure tipo, non so, oppure "Io pago", o "Resistere" che sarebbe quella delle brigate no, cioè, a me dei partiti non è che me ne freggi tanto, tipo Di

Canio...Tipo c'è della gente che è fissata sul fatto di essere comunista, gente, boh, cioè, a me non è che interessa più di tanto la politica (N.18, M, 14 anni, ist.tecnico, Modena)

Qua sembrano dei ragazzi al mercato..ee..al mercato, ci sono delle maglie comuniste, dei comunisti, poi delle altre maglie con scritto qualcosa, con scritto qualcosa fuori dal comune, cioè non delle scritte, cioè, non so come spiegarlo, delle scritte che rappresentano qualcosa...

E secondo te, se dovessi immaginare il tipo di persona che sta andando a comprare queste magliette, come te lo immagini?

Ma, non lo so, dipende da quali magliette, qua ci sono degli stili diversi, c'è Che Guevara, la falce e il martello, poi ci sono altri tipi di magliette che non centrano niente col comunismo.. cioè, la gente gira con queste magliette per mettersi in mostra, secondo me, se le prende, perché non credo che hanno un significato così grande queste cose..

Quindi dici che sul significato prevale il fatto di farsi vedere con quella maglietta lì?

Sì, la comprano per quello, alla fine, o perché credono, o credono di credere di, cioè, credono di saperne abbastanza da credere in queste cose

Tu le compreresti delle magliette del genere o non ti piacciono? Cosa ne pensi?

Non le comprerei mai.. no, come le vedo adesso, queste magliette qua no, poi se c'è una scritta che mi attira e mi piace, tipo una scritta particolare, le prendo anche, ma se deve essere una cosa che riguarda la politica, a me la politica non interessa e quindi non ci spendo neanche i soldi (N.20, M, 17 anni, ist.tecnico, Modena)

Si nota che anche tra i commenti che attribuiscono un significato legato al mostrare come si è e cosa si pensa, appare comunque un po' di critica o si fa presente il rischio che prevalga, nell'indossare certi simboli, un intento di ostentazione.

L'ostentazione è uno dei motivi portati anche da chi fa affermazioni critiche, accanto alla presunta inconsapevolezza o superficialità di molti che indossano simboli ideologici:

le famose magliette simboliche, forse sfruttate dai commercianti e capite poco da chi le compra, sfruttate, commercializzate tantissimo, perdendo quindi nella loro essenza di simbolo, non so, ne riconosco alcune tra quelle più usate che vedo più in giro, più addosso, anche girando, ce ne sono tantissime anche di bancarelle che vendono queste maglie, non so, mi viene in mente il mercato a Bologna, la Montagnola, cioè ogni due bancarelle ce n'è una che vende queste magliette, io non ne ho neanche una, ne ho una perché me l'hanno regalata, basta, sono abbastanza contraria anche a queste

Perché dici che sei contraria? Poi prima mi dicevi: utilizzate un po' così..?

Sì, perché cioè, penso che, non so, mi viene in mente la maglia del Che, che è quella che si vede un po' più in giro, addosso ai ragazzi, forse probabilmente chi la indossa non sa neanche chi sia e cosa abbia fatto in vita sua, così come, cos'è quella, una maglia con Bin Laden?

No, forse è Marcos quello

Ah, ecco non capivo, ero indecisa, ho detto spero di no! Comunque anche le altre, la maglia del McDonald's, presumo sia contraria al McDonald's o la falce e

il martello o anche le altre, non so, cioè, questo volere a tutti i costi fare sembrare, dimostrare, alla fine le cose se le pensi non hai bisogno di scriverle su una maglietta e le dimostri magari con gli atteggiamenti o con quello che magari certe persone o certi simboli ti trasmettono e l'eredità che ti hanno lasciato. Penso che andare in giro con una maglietta con scritto: "Hasta la victoria, siempre" nel 2005 non sia molto significativo, tanto meno una maglia con scritto: "sono contro il McDonald's", anche se io sono la prima contraria, però non andrei in giro con una maglia del genere, assolutamente, una maglia con scritto "Resistere", proprio perdono i valori nell'essenza, non so. Però ci sono molti ragazzi in giro che si stanno appropinquando a comprare la maglia o quantomeno a guardarla (N.19, F, 16 anni, liceo classico, Modena)

solitamente il tipo di acquirente di queste magliette secondo me è una persona che in ogni caso, qualunque sia la sua linea politica, vuole ostentare, io la vedo sempre così. Conosco moltissime persone che si vestono con queste magliette e comunque hanno questa ideologia qua e non cercano, cioè, insomma, magari non capiscono nulla di quello che mettono addosso, però per moda vogliono seguire questa linea politica diciamo, eemm, secondo me è un modo di ostentare e non la vedo molto positiva come cosa, perché uno può averla con Berlusconi finché vuole, però girare con una maglia con Berlusconi barrato, insomma, non lo vedo un modo logico, oppure anche un modo molto utile di imporsi oppure di andare contro a questa, insomma, a Berlusconi per esempio, è un esempio questo, poi è ovvio, si può fare contro chiunque.

Quindi tu lo legghi a un'ostentazione, quasi un po' superficiale, mi sembra, da quello che dici...

Sì, per alcune persone sicuramente superficiale, poi è ovvio, ci sarà sicuramente quello che crede veramente in tale ideale, ma io vedo, non so, dei tredicenni con la maglia di Che Guevara, io dico, ma cosa ne sa lui? Secondo me non sa neanche chi sia, però vede che l'amico del fratello che ne ha 18 mette la maglia di Che Guevara perché la pensa in un tale modo, allora dice: anch'io. Io la vedo come un'ostentazione che per alcuni rimane provvisoria e poi magari si lega a quell'ideale lì e rimane su quella linea di pensiero, per alcuni invece rimane una cosa comunque costante, insomma, rimane sempre un'ostentazione ecco (N.7, M, 18 anni, liceo classico, Modena)

Quale di queste magliette che si intravedono ti piace di più? Quale ti metteresti?

Di queste nessuna in particolare.

È un genere di abbigliamento che useresti?

Ma, in particolare no, cioè di quelle lì no, però dai, se capita posso anche prenderle.

Non ti piacciono perché sono delle scritte troppo evidenti?

Comunismo, fascismo, quelle cose lì.

Non le porteresti?

No, troppo vistose. (N.66, M, 17 anni, ist. tecnico, Forlì)

di queste maglie non mi piacciono di sicuro quelle che hanno magari segni politici o che esprimono idee troppo radicali, uno può avere le idee che vuole, però secondo me ci sono certe cose che non andrebbero mostrate, come gente che magari gira adesso in vista delle elezioni, non le mie compagne, ma gente della mia scuola che girava con la falce e il martello o con il simbolo del nazismo, che secondo me prima di fare simboli del genere o di adorare tanto certi tipi di regime, dovrebbero informarsi meglio sicuramente, perché spesso vengono fuori soltanto da idee magari sentite in casa dei loro amici, quindi la pensano così, quindi anche loro seguono il loro modo di pensare, non amo quindi maglie che esprimono troppo, che sono troppo appariscenti nel senso magari politico (N.64, F, 17 anni, liceo linguistico, Forlì)

la gente si mette le magliette con la faccia del duce, con le svastiche, con quella roba lì.

Perché ce ne sono?

No? Mo va là! Tutta gente che sui giubbetti ha gli stemmini della svastica, delle SS, qua!

Anche delle SS?

Sì, dappertutto, gente che secondo me non capisce niente. Che Guevara ha fatto la rivoluzione, sono morte delle persone, perché muoiono sempre, però non è che lui abbia fatto degli stermini, i nazisti hanno ammazzato sei milioni di persone, quindi c'è una bella differenza

Vedi spesso persone che hanno questi simboli?

Sì, io ne conosco alcuni anche, io glielo dico, dico: "te per me non sei a posto", cioè non ho paura di loro, quando li conosci puoi dire quello che ti pare, però vedo a volte della gente che è rasata capelli a zero, rasata, con il giubbotto hardcore con la svastica qui, anfibi in pelle, pantaloni militari, proprio da camicia nera

Sono persone della tua età?

Sì, anche 18, 19 anni [...]io non ho niente contro di loro, però secondo me non sanno bene di cosa si tratta (N.60, M, 17 anni, professionale, Forlì)

ma sì, va be, non ci credo più di tanto, però sì. Se c'è una maglietta mi piace, tra alcune cose, la metto. Diciamo tra queste no, c'è questa che c'ha scritto "ribelli" l'ho presa alla festa dell'Unità, però. Non convince più di tanto, secondo me, però sì sicuramente, cioè io la indosso. Però non tento di dare nessun messaggio o altro.

Quindi tu dici uno se la mette perché gli piace, però non è che sia

No, assolutamente, no No. Anzi, talvolta chi mette queste magliette è più vuoto di altri, cioè non vuol dire assolutamente nulla. (N.36, M, 18 anni, liceo classico, Bologna)

Cioè magari ne condivido alcune, ad esempio questa Wanted, qua ci sarà sicuramente qualcosa contro Mc Donald's.

Tu hai magliette con le scritte o i tuoi amici?

No, mi è capitato di andare a manifestazioni e di vedere banchetti con magliette del genere, ma non ho sentito la necessità di comprarne, anche perché questo Wanted mi rappresenta già di per sé e non mi sento di comprare la maglietta per fare vedere a tutti che non sopporto questo, se mi trovo a parlare con una persona lo scopre da sé, non ho bisogno di sbandierare a chiunque questa cosa. (N.33, F, 18 anni, liceo classico, Bologna)

sono le magliette, ma..io ne ho due o tre. Comunque sono magliette abbastanza dure, cioè con un significato, come può essere, non so "resistere", oppure "McKiller", sono magliette che in...che simboleggiano quello che uno proprio pensa, che lo pensa, però sostanzialmente vengono comprate spesso da persone che non hanno la più pallida idea di che cosa voglia dire quello che c'è scritto sopra e se lo mettono soltanto perché è bello e....

Tu dici che ne hai un paio?

Sì

Ma le hai scelte perché sono belle o perché hanno un significato...

no, io le ho scelte perché sono pure magliette di gruppi musicali, in sostanza, quindi, sono tutti gruppi che ascoltavo, ora non li ascolto più. Comunque, magliette di questo genere, io non ne ho mai possedute, perché, comunque, vogliono dire un qualcosa che, cioè, sono fatti miei e non è che lo voglia, lo voglia, lo voglia espletare a tutto il mondo, cioè quello che penso (N.26, M, 16 anni, liceo classico Bologna)

Le critiche vengono sia da parte di chi è contrario a certe ideologie, sia da chi, pur essendo d'accordo con determinate idee, contesta il modo di presentarle in modo troppo evidente.

Sicuramente il tema ideologie non è stato trattato in modo particolarmente approfondito ed è stato, diciamo così, solo "toccato". Da quello che emerge dalle parole degli adolescenti si possono comunque fare alcune riflessioni inerenti i nostri filoni di analisi, ossia il rapporto tra globale e locale e, in questo contesto, la relazione tra consumi e identità:

- per quanto riguarda la globalizzazione, uno dei suoi effetti è quello della perdita di punti di riferimento solidi come potevano essere quelli delle ideologie a seguito della caduta del comunismo e della fine della politica dei blocchi [Bauman 1999, Geertz 1999], e mi pare che questo sia confermato dalle parole dei ragazzi dove compare o un rifiuto verso queste e la politica o una certa diffidenza verso il fatto che "indossare" certe idee possa essere di qualche utilità, inoltre il fatto che molti non abbiano colto il tema delle ideologie può fare pensare che per essi o non sia importante oppure venga totalmente negato;
- da ciò mi pare che ne derivi un effetto importante per quanto riguarda le pratiche di costruzione identitaria che possono passare attraverso i consumi che, in questo caso, mi pare possano garantire un'identificazione che però è momentanea e molto incerta, non permettendo così un'appartenenza forte.

Conclusioni

Quanto è emerso dalla ricerca ha contribuito a confermare l'ipotesi con cui ero andata sul campo, ossia che la complessità della realtà attuale, il mescolamento che si verifica a livello culturale e il rapporto che lega fortemente consumo, considerato come linguaggio veicolante significati, e identità, siano elementi che vanno ad agire in particolar modo sull'identità e sulle appartenenze adolescenziali, sulla percezione che questi soggetti hanno del mondo in cui vivono e degli altri che incontrano o con cui si relazionano.

Iniziando la ricerca mi aspettavo che una realtà incerta, complessa e portatrice di continui mescolamenti culturali andasse ad agire su soggetti che, già per l'età che hanno, si trovano a vivere continui cambiamenti interiori ed esteriori, suscitando effetti di particolare interesse.

Questa ipotesi è stata alimentata tanto dallo studio teorico quanto dalla prima fase di osservazione sul campo. Seguendo l'approccio induttivista della Grounded Theory, lavoro sul campo e rivisitazione e specificazione delle ipotesi teoriche si sono sempre intrecciati, assieme a una costante attenzione alle interpretazioni che la letteratura sugli argomenti affrontati poteva offrire.

Analizzando le interviste si è specificato il "come" gli adolescenti vivano il rapporto tra consumi e identità nella dialettica tra globale e locale.

Così si può affermare che il rapporto tra globale e locale si conferma come il terreno delle ambivalenze [Beck 2005], delle coesistenze di tensioni diverse e di spinte ora omogeneizzanti

ora eterogeneizzanti, ora valorizzanti il locale ora condizionate da elementi esterni ad esso [Appadurai 2001, Hannerz 1998].

Se pensiamo al tema del cibo è emersa la coesistenza nei consumi tra cibo locale, valorizzato dai ragazzi nel suo legame con la dimensione familiare e la curiosità per il cibo straniero, portato dalle immigrazioni, ma anche talora diffidenza per quest'ultimo.

Passando al tema del corpo/look, una pratica come il tatuaggio, importato da culture non occidentali e reinterpretato nella nostra cultura (indigenizzato) con valori di tipo personale ed estetico, va di pari passo al modo di vestire, dove pare più diffusa una certa omogeneizzazione e spinta all'omologazione (ad esempio per i ragazzi di origine straniera) che rende in generale gli abiti giovanili occidentali molto simili.

Nel caso dei consumi culturali mi sono soffermata su una pratica come la break dance, originaria dell'America dei ghetti abitati da neri e introdotta e diffusa anche in Italia, come in altre parti del mondo; anche qui globale e locale si mescolano e i significati di questa pratica vengono reinterpretati.

I media poi, strumenti decisamente globali, diventano al tempo stesso parte integrante della dimensione più personale, intima o mezzi per il rapporto con il locale di origine per gli stranieri immigrati.

L'immigrazione, uno dei portati della globalizzazione, può essere vista positivamente e negativamente; questa tematica mi pare che porti ad osservare come il globale diventi positivo quando rappresenta una opportunità per partire dal "proprio" locale verso l'esplorazione di altri luoghi e problematico quando da "altri" locali porta persone nel "nostro" locale. Le problematiche legate all'immigrazione tendono in generale a sottolineare quanto gli individui abbiano bisogno del locale, tanto gli indigeni, quanto gli immigrati, con la necessità di rimanere legati ai luoghi di origine.

Le problematiche relative alle ideologie danno conto del crollo delle certezze di appartenenza che si è accompagnato alla fine della divisione del mondo in due blocchi.

Una riflessione generale che si può fare sul rapporto tra adolescenti e globalizzazione è che ciò che per gli adulti è letto e percepito come un cambiamento rispetto a un prima di cui si ha ricordo, anche perché negli ultimi anni i cambiamenti sono stati repentini e forti, per i giovani è solitamente un aspetto della normalità in cui hanno sempre vissuto. Se pensiamo che i più grandi hanno 19 anni, questo è facilmente spiegabile.

Il consumo si è confermato, così come è interpretato, se pur con valenze differenti, in teorie come quelle di Douglas [1984] e Baudrillard [1974], un importante veicolo di significati, un linguaggio, tanto più importante quanto nel nostro mondo è diventato strumento privilegiato di definizione di identità e appartenenza.

Ai differenti tipi di consumo vengono attribuite valenze e significati diversi, collegati anche a differenti problematiche di identità e di appartenenza.

Il cibo mi pare l'ambito che per eccellenza presenti la condizione, tipica della globalizzazione o cosmopolitizzazione, secondo Beck [2005], della distinzione inclusiva, secondo la logica "sia... sia". Così, accanto al cibo locale, importante per i ragazzi per un significato di rafforzamento dei legami con la famiglia, troviamo il consumo di cibo straniero, praticato da molti ma con un significato diverso, legato alla sperimentazione. L'identità culturale che sente forti le radici locali non è contraddetta dalla curiosità per il cibo importato dagli immigrati.

I consumi che hanno a che fare con corpo/look pongono il problema dell'identità personale ed anche di quella sociale come appartenenza al gruppo, che paiono, come affermano i maggiori teorici contemporanei [Bauman 2002, Beck 2000b, Melucci 1991, 1994, 2000c], veramente caratterizzate dall'incertezza e dalla ricerca continua di fonti di definizione.

Ma al tempo stesso si pone un'altro problema, che mette in pericolo la certezza nella definizione del sé: l'individuo contemporaneo è anche un soggetto riflessivo, capace di mettere in discussione ciò che gli accade e si trova intorno, e condizionato dalle infinite possibilità che il mondo gli offre, così che ogni definizione non può che apparirgli anche come parziale e momentanea.

La riflessività e la capacità critica di alcuni degli adolescenti intervistati, messa in luce dai loro commenti, ha posto il problema dell'importanza dell'apparire nel rapporto con gli altri, della ricerca di dare un significato personale a ciò che ci si mette addosso, dell'importanza del seguire la moda ma anche dei rischi di un eccessivo condizionamento legato alla necessità di appartenenza e individuazione.

Un consumo culturale come quello della break dance ha messo in luce alcune necessità tipicamente adolescenziali come l'appartenenza, il rapporto con il gruppo dei pari, quindi la promozione di interazioni e la condivisione di significati, ma anche la presentazione di sé, elementi legati alla ricerca di identità [Fabbrini e Melucci 2000; Palmonari 2001, Tonolo 1999]. I media e le tecnologie sono sembrati uno dei nodi più delicati e significativi nei rapporti tra adolescenza e consumi.

Il significato di cellulare e computer è stato legato alla promozione di interazioni. Soprattutto il primo, da quanto hanno affermato gli intervistati, ha assunto il valore di oggetto senza il quale pare impossibile vivere. Il computer, anch'esso importante nella promozione di interazioni, ha anche il significato di strumento per eccellenza nella realtà dei giovani, sempre presente dai momenti di studio a quelli di svago.

Molti tra gli stessi intervistati hanno spontaneamente parlato dei rischi che presenta il rapporto con questi media legati al non poterne più fare a meno, al bisogno di spendere sempre più denaro per avere strumenti sempre più nuovi e aggiornati e il rischio di chiusura verso la realtà fatta di contatti concreti con gli

altri, con maggiore calore umano ma anche maggiori rischi di scontro o rifiuto, in favore di una realtà virtuale dove si possono assumere identità false (computer) o del contatto continuo con tante persone ma mediato da uno strumento (cellulare), in particolare con sms, quindi senza nemmeno il contatto vocale.

Ma al tempo stesso questi mezzi offrono innumerevoli opportunità positive che gli adolescenti conoscono e sanno sfruttare.

Sul tema media i giovani intervistati appaiono più esposti a rischi e al tempo stesso consapevoli di questo e critici, soprattutto i più grandi. Opportunità e rischio sono fortemente intrecciati e coesistenti in un rapporto di forte ambivalenza.

La tv, tanto normale quanto satellitare, non pare un medium particolarmente significativo per gli adolescenti; è relegata ai momenti in cui non c'è proprio altro da fare e vista come strumento di svago o anche, per quanto riguarda la tv satellitare, di condivisione dei significati, permettendo di vedere programmi da tutto il mondo e anche l'approfondimento di lingue straniere.

L'aumento dei flussi migratori è uno dei portati della globalizzazione [Appadurai 2001; Bauman 1999; Beck 1999].

Per quanto riguarda i consumi visti come tipici dei migranti possiamo dire che l'atteggiamento dei soggetti protagonisti della ricerca pare esprimere sia rispetto delle identità culturali diverse e del fatto che portino nel nostro paese i loro consumi differenti, interpretati dai giovani come bisogno di mantenere i legami con il paese di origine o come presentazione di sé, sia diffidenza, soprattutto quando questa diversità è molto esplicita nell'abbigliamento e nell'aspetto. Le foto che rappresentavano giovani dai tratti somatici stranieri in abiti occidentali non avendo suscitato commenti sui consumi fanno supporre che rappresentino la normalità nel vissuto quotidiano degli adolescenti italiani, che conoscono la convivenza con gli stranieri fin dai primi anni di scuola.

Per gli intervistati stranieri il bisogno di mantenere consumi del paese di origine è legato al rafforzamento dei legami con la tradizione familiare, in questo caso troviamo un significato simile a quello che gli adolescenti di origine italiana attribuivano al cibo locale.

Per gli altri tipi di consumo si è osservato come i giovani di origine straniera tendano a omologarsi ai coetanei italiani come preferenze, in particolare nell'abbigliamento si è notato come questi tenessero a evidenziare di seguire la moda o un certo stile.

Infine il tema delle ideologie, viste solo parzialmente attraverso il consumo di magliette o simboli che le richiamano, i quali sicuramente e fortunatamente non esauriscono il rapporto che i giovani possono avere con la politica. Da quanto è emerso, questo argomento pare essere considerato importante da pochi giovani e non fornire, anche in questo caso, identità troppo sicure e al massimo sembra generare, in alcuni, forme di ostentazione criticate dai più.

Vi sono anche adolescenti che ritengono importante la politica e le ideologie, ma anche tra questi vengono fatte critiche a chi ostenta simboli in modo solo provocatorio o senza saperne il vero significato. Bisogna aggiungere che la maggior parte dei ragazzi intervistati non aveva ancora l'età per votare per cui si può comprendere la distanza dall'interesse per la politica. Inoltre, considerando che i più vecchi tra di loro avevano 19 anni, quindi presumibilmente sono nati nel 1987 o nel 1986, essendo state condotte le interviste tra la fine del 2005 e i primi mesi del 2006, bisogna considerare che la loro vita si è svolta quasi per tutti dopo la caduta del muro di Berlino, con il conseguente crollo delle ideologie storiche e della politica dei blocchi. Anche questa è una delle caratteristiche dell'epoca della globalizzazione che non vede più un mondo diviso in due [Bauman 1999, Geertz 1999] ma alleanze tra paesi e appartenenze politiche molto più fluttuanti.

Fa riflettere il silenzio dei ragazzi di origine straniera su questo tema, ma il fatto che probabilmente la quasi totalità dei loro genitori non ha il diritto di voto in Italia può spiegare la lontananza dalla politica.

Riflettendo su tutto quanto è emerso e sulle interpretazioni che la letteratura sulla globalizzazione culturale e sul consumo propone, si può confermare che il consumo è oggi strumento privilegiato per la costruzione di senso e per la ricerca di appartenenze e identità. Se l'individuo consumatore in una società di consumatori sia da considerare un attivo ed eclettico costruttore di significati oppure a rischio di perdersi nell'infinita possibilità di scelte e compulsivamente spinto a consumare sempre più non è facile dire, credo che la cosa sia da valutare di volta in volta a seconda dei diversi tipi di consumo e che le dimensioni di opportunità e rischio, come si è già affermato, siano fortemente intrecciate e decisamente confinanti.

Così se non emergono particolari "rischi" dalle interviste fatte per quanto riguarda ad esempio il consumo di cibo, che è un potente veicolo di significati, dimensioni problematiche, a detta degli stessi intervistati, sono emerse nei consumi legati al corpo/look che introducono la dinamica inclusione/esclusione nel gruppo, bisogno di appartenenza ma anche di individuazione (essere uguali ed essere diversi, essere condizionati o meno) e quelli legati ai media cellulare e computer con la problematica di dipendenza dal medium e uso continuo oppure uso strumentale e più limitato. Sono questi gli stessi tipi di consumo che al giorno d'oggi offrono anche innumerevoli opportunità di scelta (pensiamo all'abbigliamento giovanile e a come è vario e alla coesistenza di tipi diversi di look) e opportunità di fare più cose e comunicare con più persone (pensiamo ai media). Ancora una volta ci troviamo di fronte all'ambivalenza.

Bibliografia

- AA.VV. (1983) *Complessità sociale e identità: problemi di teoria e di ricerca empirica*, Angeli, Milano
- Altieri L., Perino A. (1998) *Con gli occhi e con le parole: l'osservazione come tecnica di ricerca* in Cipolla C. (a cura di) *Il ciclo metodologico della ricerca sociale*, Angeli, Milano
- Ansaloni S., Borsari M (a cura di) (1993) *Adolescenti in gruppo: costruzione dell'identità e trasmissione dei valori*, Angeli, Milano
- Appadurai A. (1986) *The social life of things: commodities in cultural perspective*, Cambridge University Press
- Appadurai A. (1996) *Disgiunzione e differenza nell'economia culturale globale*, in Featherstone M. *Cultura globale: nazionalismo, globalizzazione e modernità*, Seam, Roma
- Appadurai A. (2001) *Modernità in polvere*, Meltemi, Roma
- Barber B.R. (1998) *Guerra santa contro McMondo*, Nuova Pratiche, Milano
- Bartoletti R. (2002) *La narrazione delle cose: analisi socio-comunicativa degli oggetti*, Angeli, Milano
- Baudrillard J. (1974) *Per una critica della economia politica del segno*, Mazzotta, Milano
- Baudrillard J. (1993) *L'illusione della fine*, Anabasi, Milano
- Baudrillard J. (1996) *Il delitto perfetto: la televisione ha ucciso la realtà?*, Raffaello Cortina, Milano
- Bauman Z. (1999) *Dentro la globalizzazione*, Laterza, Roma-Bari
- Bauman Z. (2002) *Modernità liquida*, Laterza, Bari

- Bauman Z. (2003) (a cura di B. Vecchi) *Intervista sull'identità*, Laterza, Roma-Bari
- Bauman Z. (2005) *Globalizzazione e glocalizzazione*, Armando, Roma
- Bauman Z. (2006) *Vita liquida*, Laterza, Roma-Bari
- Beck U. (1999) *Che cos'è la globalizzazione: rischi e prospettive della società planetaria*, Carocci, Roma
- Beck U. (2000a) *I rischi della libertà: l'individuo nell'epoca della globalizzazione*, Il Mulino, Bologna
- Beck U. (2000b) *La società del rischio: verso una seconda modernità*, Carocci, Roma
- Beck U. (2005) *Lo sguardo cosmopolita*, Carocci, Roma
- Becker H. (1981) *Exploring society photographically*, University of Chicago Press, Chicago
- Berger J. (1998) *Questione di sguardi*, Il Saggiatore, Milano
- Boccia Artieri G. (1998) *Lo sguardo virtuale: itinerari socio-comunicativi nella deriva tecnologica*, Angeli, Milano
- Boccia Artieri G. (2004) *I media-mondo*, Meltemi, Roma
- Boni F. (2005) *Media, identità e globalizzazione: luoghi, oggetti, riti*, Carocci, Roma
- Bovone L., Mora E. (1997) *La moda della metropoli: dove si incontrano i giovani milanesi*, Angeli, Milano
- Bovone L., Ruggerone L. (2003) *Intorno a produzione e consumo: percorsi nell'industria culturale*, Angeli, Milano
- Branzaglia C. (1996) *Immaginari del consumo giovanile*, Costa & Nolan, Genova
- Breidenbach J., Zukrigl I (2000) *Danza delle culture*, Bollati Boringhieri, Torino
- Buonanno M. (1999) *Indigeni si diventa: locale e globale nella serialità televisiva*, RCS Libri, Milano
- Burke P. (2002) *Testimoni oculari*, Carocci, Roma
- Buzzi C, Cavalli A., De Lillo A. (2002) *Giovani del nuovo secolo. Quinto rapporto IARD sulla condizione giovanile in Italia*, Il Mulino, Bologna

- Canevacci M. (2001) *Antropologia della comunicazione visuale*, Meltemi, Roma
- Canevacci M., De Angelis R., Mazzi F. (1995) *Culture del conflitto: giovani, metropoli, comunicazione*, Costa&Nolan, Genova
- Castells M. (2002) *La nascita della società in rete*, Università Bocconi Editore, Milano
- Castells M. (2003) *Il potere delle identità*, Università Bocconi Editore, Milano
- Cavalli A., Galland O. (1996) *Senza fretta di crescere, l'ingresso difficile nella vita adulta*, Liguori, Napoli
- Censis, Osservatorio europeo sui giovani (2002) *Giovani lasciati al presente*, Franco Angeli, Milano
- Cesareo V. (2000) (a cura di) *Globalizzazione e contesti locali: una ricerca sulla realtà italiana*, Angeli, Milano
- Chalfen R. (1997) *Sorrìda prego! La costruzione visuale della vita quotidiana*, Angeli, Milano
- Chiozzi P. (1993) *Manuale di antropologia visuale*, Unicopli, Milano
- Cipolla C. (1988) *Teoria della metodologia sociologica*, Angeli, Milano
- Cipolla C. (a cura di) (1998) *Il ciclo metodologico della ricerca sociale*, Angeli, Milano
- Cipolla C., De Lillo A. (1996) *Il sociologo e le sirene: la sfida dei metodi qualitativi*, Angeli, Milano
- Cipolla C., Faccioli P. (a cura di) (1993) *Introduzione alla sociologia visuale*, Angeli, Milano
- Codeluppi V. (2001) *Il potere della marca: Disney, McDonald's, Nike e le altre*, Bollati Boringhieri, Torino
- Codeluppi V. (2003) *Il potere del consumo: viaggio nei processi di mercificazione della società*, Bollati Boringhieri, Torino
- Colombo E. (2002) *Le società multiculturali*, Carocci, Roma
- Crespi F. (1999) *Teoria dell'agire sociale*, Il Mulino, Bologna

- Crespi F. (2004) *Identità e riconoscimento nella sociologia contemporanea*, Laterza, Bari
- Crespi F. (a cura di) (2002) *Le rappresentazioni sociali dei giovani in Italia*, Carocci, Roma
- D'Eramo M. (2001) *L'inafferrabile giovinezza. A proposito di una categoria* in Dal Lago A., Molinari A. (2001) *Giovani senza tempo: il mito della giovinezza nella società globale*, Ombre Corte, Verona
- Dal Lago A., Molinari A. (2001) *Giovani senza tempo: il mito della giovinezza nella società globale*, Ombre Corte, Verona
- Dal Lago A., Molinari A. (2001) *Introduzione. I giovani: una costruzione sociale di successo* in Dal Lago A., Molinari A. (2001) *Giovani senza tempo: il mito della giovinezza nella società globale*, Ombre Corte, Verona
- Della Porta D., Greco M., Szokolczai A. (a cura di) (2000) *Identità, riconoscimento, scambio*, Laterza, Bari
- Di Nallo E. (1997) *Il significato sociale del consumo*, Laterza, Roma-Bari
- Di Nallo E. (1998) *Quale marketing per la società complessa?*, Angeli, Milano
- Di Nallo E. (2004) *Il consumo come area esperienziale*, in "Sociologia del lavoro", n.93
- Di Nallo E., Guidicini P., La Rosa M. (2004) *Identità e appartenenza nella società della globalizzazione: consumi, lavoro, territorio*, Angeli, Milano
- Donati P., Colozzi I. (1997) *Giovani e generazioni: quando si cresce in una società eticamente neutra*, Il Mulino, Bologna
- Douglas M, Isherwood B. (1984) *Il mondo delle cose*, Il Mulino, Bologna
- Douglas M. (1999) *Questioni di gusto: stili di pensiero tra volgarità e raffinatezza*, Il Mulino, Bologna
- Evans J., Hall S. (1999) *Visual culture: the reader*, Sage, London
- Fabbi R. (2000) *Giovani e mode: modalità del comunicare*, I Quaderni della Mediateca delle Marche, anno VI, n° 16

- Fabbrini A., Melucci A. (2000) *L'età dell'oro: adolescenti tra sogno ed esperienza*, Feltrinelli, Milano
- Fabris G. (2003) *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*, Angeli, Milano
- Faccioli P., Losacco G. (1998) *I codici dell'osservatore e dell'osservato nell'analisi visuale* in Cipolla C. (a cura di) *Il ciclo metodologico della ricerca sociale*, Angeli, Milano
- Faccioli P. (1989) *Modalità di fruizione delle tecniche visuali in sociologia*, in "Sociologia della comunicazione", vol.6, n,12: 135-154
- Faccioli P. (1996) *Sociologia visuale e approccio fenomenologico nello studio della marginalità sociale* in Cipolla C., De Lillo A. *Il sociologo e le sirene: la sfida dei metodi qualitativi*, Angeli, Milano
- Faccioli P. (1997) *L'immagine sociologica: relazioni familiari e ricerca visuale*, Angeli, Milano
- Faccioli P. (a cura di)(2001) *In altre parole: idee per una sociologia della comunicazione visuale*, Angeli, Milano
- Faccioli P., Harper D. (a cura di) (1999) *Mondi da vedere*, Angeli, Milano
- Faccioli P., Losacco G. (2003) *Manuale di sociologia visuale*, Angeli, Milano
- Featherstone M. (1996) *Cultura globale: nazionalismo, globalizzazione e modernità*, Seam, Roma
- Featherstone M. (1998) *La cultura dislocata: globalizzazione, postmodernismo, identità*, Seam, Roma
- Friedman J. (1994) *Consumption and identity*, Harwood Academic Publishers, Switzerland
- Friedman J. (1996) *Essere nel mondo: globalizzazione e localizzazione* in Featherstone M. *Cultura globale: nazionalismo, globalizzazione e modernità*, Seam, Roma
- Frontori L. (a cura di) (1992) *Adolescenza e oggetti: i consumi ostacoli o alleati alla crescita?*, Raffaello Cortina Editore, Milano

- Geertz C. (1999) *Mondo globale, mondi locali: cultura e politica alla fine del ventesimo secolo*, Il Mulino, Bologna
- Giaccardi C., Magatti M. (2001) *La globalizzazione non è un destino*, Laterza, Roma-Bari
- Giancola A. (a cura di) (1999) *La moda nel consumo giovanile : strategie & immaginari di fine millennio*, Angeli, Milano
- Gibbs G.R. (2002) *Qualitative data analysis: explorations with Nvivo*, Open University Press, Berkshire
- Giddens A. (1994) *Le conseguenze della modernità: fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, Il Mulino, Bologna
- Gitlin T. (2003) *Sommersi dai media: come il torrente delle immagini e dei suoni invade le nostre vite*, Etas, Milano
- Gobo G. (2001) *Descrivere il mondo*, Carocci, Roma
- Griswold W. (1997) *Sociologia della cultura*, Il Mulino, Bologna
- Grossberg L. (2002) *Saggi sui cultural studies*, Liguori, Napoli
- Guidicini P. (1998) *Nuovo manuale per le ricerche sociali sul territorio*, Angeli, Milano
- Hannerz U. (1998) *La complessità culturale*, Il Mulino, Bologna
- Hannerz U. (2001) *La diversità culturale*, Il Mulino, Bologna
- Harper D. (1999) *Good company. Un sociologo tra i vagabondi*, Angeli, Milano
- Hirsch F. (1981) *I limiti sociali allo sviluppo*, Bompiani, Milano
- Jenks C. (1995) *Visual culture*, Routledge, London
- Kawamura Y. (2006) *La moda*, Il Mulino, Bologna
- Klein N. (2001) *No logo. Economia globale e nuova contestazione*, Baldini & Castoldi, Milano
- Laffi S. (2000) *Il furto: mercificazione dell'età giovanile*, L'ancora del mediterraneo, Napoli
- Latouche S. (1992) *L'occidentalizzazione del mondo*, Bollati Boringhieri, Torino
- Leonini L. (a cura di) (2003) *Identità e movimenti sociali in una società planetaria*, Guerini Studio, Milano
- Losacco G. (2003) *Wop o Mangiacake. Consumi e identità etnica: la negoziazione dell'italianità a Toronto*, Angeli, Milano

- Maffesoli M. (1996) *La contemplazione del mondo*, Costa & Nolan, Genova
- Mandich G. (2003) *Giovani, reti di relazione e costruzione dell'identità*, Guerini, Milano
- Marazzi A. (2003) *Antropologia della visione*, Carocci, Roma
- Mattioli F. (1991) *Sociologia visuale*, Nuova Eri, Roma
- Mattioli F. (1996) *La sociologia visuale: qualche risposta a molti interrogativi* in Cipolla C., De Lillo A. *Il sociologo e le sirene: la sfida dei metodi qualitativi*, Angeli, Milano
- McLuhan M. (1967) *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano
- Melucci A. (1991) *Il gioco dell'io: il cambiamento di sé in una società globale*, Feltrinelli, Milano
- Melucci A. (1994) *Passaggio d'epoca*, Feltrinelli, Milano
- Melucci A. (2000a) *Costruzione di sé, narrazione, riconoscimento*, in Della Porta D., Greco M., Szakolczai A. *Identità, riconoscimento, scambio*, Laterza, Bari
- Melucci A. (2000b) *Culture in gioco*, Il Saggiatore, Milano
- Melucci A. (2000c) *Diventare persone: conflitti e nuova cittadinanza nella società planetaria*, Edizioni Gruppo Abele, Torino
- Melucci A. (a cura di) (1998) *Verso una sociologia riflessiva: ricerca qualitativa e cultura*, Il Mulino, Bologna
- Merico M. (2004) *Giovani e società*, Carocci, Roma
- Meyrowitz J. (1993) *Oltre il senso del luogo*, Baskerville, Bologna [ed. orig. 1985]
- Migliorini L. Rania N., Venini L. (2002) *Gli adolescenti e la città: una ricerca in due quartieri di Genova*, Franco Angeli, Milano
- Miller D. (1998) *Teoria dello shopping*, Editori Riuniti, Roma
- Mirzoeff N. (2002) *Introduzione alla cultura visuale*, Meltemi, Roma
- Mirzoeff N. (2002) *The visual culture reader*, Routledge, London and New York

- Mora E. (1997) *Apprendere chiacchierando. Frammenti di metodologia riflessiva* in *La moda della metropoli: dove si incontrano i giovani milanesi*, Angeli, Milano
- Mora E. (2001) *Culture metropolitane: attraverso la Milano degli anni Novanta*, Angeli, Milano
- Mori L. (2004) *I giovani come stranieri: cultura giovanile e consumo di sostanze*, Angeli, Milano
- Osservatorio infanzia e adolescenza – Regione Emilia Romagna (2005) *Crescere in Emilia Romagna. Primo rapporto sui servizi e sulla condizione dell'infanzia e dell'adolescenza*, edizioni Junior, Azzano San Paolo (BG)
- Palmonari A. (2001) *Gli adolescenti*, Il Mulino, Bologna
- Paltrinieri R. (1998) *Il consumo come linguaggio*, Angeli, Milano
- Paltrinieri R. (2001) *Flussi di cultura globale e pratiche di indigenizzazione: la ricerca visuale per l'analisi dei rituali di consumo*, in Faccioli P. (a cura di) *In altre parole: idee per una sociologia della comunicazione visuale*, Angeli, Milano
- Paltrinieri R. (2001) *I rituali di consumo nella società globale*, in "Sociologia del lavoro", n.83
- Paltrinieri R. (2004) *Consumi e globalizzazione*, Carocci, Roma
- Parmiggiani P. (1997) *Consumi e identità nella società contemporanea*, Angeli, Milano
- Parmiggiani P. (2001) *Consumatori alla ricerca di sé: percorsi di identità e pratiche di consumo*, Angeli, Milano
- Procacci G., Salomone N. (a cura di) (2000) *Mutamento sociale e identità: la sociologia di fronte alla contemporaneità*, Guerini, Milano
- Provincia di Reggio Emilia *Atti del VIII convegno nazionale dei centri interculturali "Una generazione in movimento. Gli adolescenti e i giovani immigrati"*, Reggio Emilia, 20-21 ottobre 2005
- Ricolfi L. (1997) *La ricerca qualitativa*, La Nuova Italia Scientifica, Roma

- Robertson R. (1999) *Globalizzazione: teoria sociale e cultura globale*, Asterios, Trieste
- Scifo B. (2005) *Culture mobili: ricerche sull'adozione giovanile della telefonia cellulare*, Vita e Pensiero, Milano
- Sciolla L. (1983) *Identità: percorsi di analisi in sociologia*, Rosenberg&Sellier, Torino
- Sciolla L. (2000) *Riconoscimento e teoria dell'identità*, in Della Porta D., Greco M., Szakolczai A. *Identità, riconoscimento, scambio*, Laterza, Bari
- Silverman D. (2002) *Come fare ricerca qualitativa*, Carocci, Roma
- Siri G. (2004) *Società dei consumi e nuove identità. L'evoluzione della persona all'inizio del terzo millennio, tra globalizzazione economica e frammentazione del sé* in *Sociologia del lavoro*, n.93
- Sontag S. (1992) *Sulla fotografia*, Einaudi, Torino [ed.orig. 1973]
- Strati A. (1997) *La Grounded Theory* in Ricolfi L. *La ricerca qualitativa*, La Nuova Italia Scientifica, Roma
- Thompson J.B. (1998) *Mezzi di comunicazione e modernità: una teoria sociale dei media*, Il Mulino, Bologna
- Tomasi L. (a cura di) (1998) *La cultura dei giovani europei alle soglie del 2000: religione, valori, politica e consumi*, Angeli, Milano
- Tomlinson J. (2001) *Sentirsi a casa nel mondo: la cultura come bene globale*, Feltrinelli, Milano
- Tonolo G. (1999) *Adolescenza e identità*, Il Mulino, Bologna