

# La camera digitale?

Nuove memorie dall'universo giovanile.  
Analisi, ricerche ed esperienze.

## La camera digitale? Nuove memorie dall'universo giovanile. Analisi, ricerche

**ed esperienze** è una ricerca dedicata alla trasformazione dei luoghi del simbolico adolescenziale. Essa è il risultato di un percorso articolato su più livelli che ha posto al centro la cosiddetta «cameretta», la sua storia e le sue recenti evoluzioni.

La letteratura scientifica ha mostrato come la camera che conosciamo oggi sia figlia del mondo industriale e ne rispecchi la genesi collettiva e individuale. La sua costituzione è globale, perché immersa nella cultura di massa alimentata dalla pervasività dei media. Ed è soggettiva, perché raccoglie le tracce del primo spazio psicologico e personale. Nella società che ha progressivamente sfumato il potere della comunità, le mura delle camerette fondono mondo e soggetto e danno a quest'ultimo la possibilità di determinarsi come un'individualità portatrice di cultura, pronta a ricordarsi e a mettere sotto pressione l'esistente. Almeno sino ad oggi, o quasi.

La recente digitalizzazione dei contenuti e il relativo rinnovamento dei processi di produzione, distribuzione, gradimento – ma anche le difficoltà proprie di un sistema socioeconomico chiamato in Europa a ripensare se stesso – sono fra i principali fattori che premono sui fondamenti della struttura sociale nel nuovo secolo. Le domande che stanno alla base di questa ricerca cercano un confronto con questi presupposti attraverso la lente posta in essere dai giovani e dal rapporto che gli stessi intrattengono con i luoghi di genesi e sedimentazione del simbolico.

Se la camera è figlia della cultura di massa e della riproduzione analogica dei contenuti, l'avvento del digitale, la smaterializzazione dei supporti e l'accelerazione della circolazione dei contenuti come intervengono nella geogra-

fia mitica giovanile? Quali tracce trovano riscontro negli spazi biografici giovanili e nelle loro proiezioni?

Una mappatura iconografica, una ricerca sociale e quattro percorsi d'indagine artistica sono gli strumenti attraverso i quali il progetto ha provato ad abbozzare il profilo del cantiere in cui sono già nate e si stanno sviluppando le forme della cultura dei nostri tempi.

Prodotto da cinque Centri Giovani dell'Alto Adige sotto lo stimolo del Dipartimento Cultura italiana della Provincia Autonoma di Bolzano, il progetto «La camera digitale? Nuove memorie dall'universo giovanile. Analisi, ricerche ed esperienze.» è stato avviato fra il 2010 e il 2011 con una prima fase pilota. All'interno del quartiere Oltrisarco di Bolzano, il Centro Giovane L'Orizzonte ha lanciato il concorso «Isole di Meraviglia, le camere di Oltrisarco» dedicato alle camere delle ragazze e dei ragazzi. Unitamente al concorso è stata sviluppata un'indagine tramite focus group e una omonima pubblicazione distribuita, in collaborazione con il mensile di quartiere TAXI, agli abitanti dello stesso. A seguito dell'analisi del progetto pilota, nel 2011 sono stati aggregati altri quattro Centri Giovani: il Corto Circuito e il Vintola18 di Bolzano, il Centro Giovani Salorno di Salorno e il Connection di Bressanone. Attraverso gli stessi Centri è stato lanciato «Isole di Meraviglia, le camere dell'Alto Adige», una nuova edizione del concorso questa volta allargata a tutto il territorio altoatesino con l'ambizione di completare una prima mappatura iconografica della cameretta oggi. Parallelamente è stata avviata una ricerca di approfondimento tramite questionari con l'obiettivo di verificare gli interessi e le attività giovanili, i luoghi in cui gli stessi trovano sostanza culturale e la forma simbolica che assumono. Infine è stato chiesto a quattro artisti, Hannes Egger, Jacopo Candotti, Serena Osti e Dido Fontana di produrre altrettanti progetti o workshop rivolti ad indagare un ambito di riferimento correlato con l'idea di cameretta, e le possibili evoluzioni che la stessa sta assumendo al seguito dell'avvento della cultura digitale: lo spazio relazionale (interazioni individuo/individuo, individuo/ambiente; il linguag-

gio relazionale); lo spazio protetto (individualità, riflessione, proiezione; il linguaggio scultoreo); lo spazio digitale (espansioni del corpo e del sé, socialità e sperimentazione; il linguaggio digitale); lo spazio documentato (l'individuo pubblico e lo spazio; il linguaggio rappresentativo).

Il risultato del lavoro degli artisti è stato organizzato e restituito al pubblico nel progetto espositivo Temporary Playroom and Exhibition.

Temporary Playroom and Exhibition è, prima ancora che una mostra, uno spazio allestito in un locale di grande passaggio pubblico presso la stazione di Bolzano. All'interno i passanti hanno potuto fermarsi, guardare la mostra, esplorare il progetto, leggere il giornale, incontrarsi, seguire una conferenza o godersi un concerto.

Le pagine che seguono sono il racconto di un progetto che ha cercato risonanze a differenti livelli. Gli operatori protagonisti della rete produttiva costituitasi attorno al progetto hanno avviato un continuo pendolare fra pratica e teoria, ricerca e contingenza con lo scopo di attivare processi culturali. Eventuali pregi, errori e limiti vanno ricondotti all'interno di questa esigenza condivisa.

«Crediamo molto nei giovani altoatesini, per questo cerchiamo di valorizzare sempre i nostri ragazzi, promuovere le loro passioni e dare loro possibilità di espressione.»

Un progetto sostenuto da:  
Provincia Autonoma di Bolzano  
Dipartimento Cultura italiana



Prodotto da:  
Centro Giovani Connection, Bressanone  
Centro Giovani Corto Circuito, Bolzano  
Gruppo Giovani Salerno, Salerno  
Centro Giovani Vintola18, Bolzano  
Centro Giovani L'Orizzonte, Bolzano



A cura di Denis Isaia  
in collaborazione con Massimiliano Gianotti

Con il progetto Isole di Meraviglia, Le Camere dell'Alto Adige siamo voluti entrare nel vivo degli interessi e delle passioni delle ragazze e dei ragazzi.

Lo abbiamo fatto scoprendo le loro camerette come specchio dei loro sentimenti: le foto, i poster, le coppe, le composizioni e le scritte raccontano il meglio della vivacità, della creatività e spesso anche della profondità delle generazioni più giovani.

Portare all'attenzione pubblica quei mondi è per noi un modo per incoraggiare la fiducia nei ragazzi, creare reti nei Centri Giovani, dare spazio alle nuove tecnologie, alla reciproca conoscenza e al suo scambio comunitario all'interno dei quartieri.

Christian Tommasini

Vicepresidente della Provincia Autonoma di Bolzano  
Assessore alla Cultura italiana

# Contenuti

---

## La camera diventa digitale? Una introduzione alle nuove e alle vecchie memorie dall'universo giovanile

- 12 La camera giovane – D. Isaia
- 18 Il talento prende in prestito, il genio ruba, user224563 copia – A. Sambini

## La ricerca iconografica. Il concorso Isole di Meraviglia, le camere dell'Alto Adige 2011–2012

- 26 Partecipanti al concorso
- 37 Finalisti
- 50 Vincitori

## La ricerca sociale. Atlante delle attività e degli interessi dei giovani

- 58 1. Attività e interessi
- 76 2. Attività collettive e interessi condivisi
- 82 3. Mass media
- 86 4. Rappresentazioni

## La ricerca empirica. I workshop

- 98 Lo spazio relazionale – H. Egger
- 103 Lo spazio protetto – J. Candotti
- 110 Lo spazio digitale – S. Osti
- 115 Lo spazio documentato – D. Fontana

## La restituzione pubblica. Temporay Playroom and Exhibition, la mostra e il centro giovani temporaneo

- 122 Giusto in tempo – M. Gianotti

# La camera diventa digitale?

Una introduzione alle nuove e alle vecchie  
memorie dall'universo giovanile

## La camera giovane

Denis Isaia

La camera, il luogo dove dormiamo, giochiamo, amiamo, ha una storia. E come tutte le storie cambia. Fino all'esplosione del benessere diffuso, le camere da letto comuni erano lontane parenti dell'idea di cameretta con cui oggi abbiamo confidenza. Condivise con l'ampia famiglia<sup>1</sup> nella migliore delle ipotesi, dotate dei minimi comfort, le camere di chi ci ha preceduto erano dei luoghi funzionali alle chiamate del riposo: più delle «camerate» che delle «camerette».

La cameretta che oggi conosciamo si forma di fatto nel corso del '900. La sua ascesa è parallela alla crescita della società del benessere e al relativo primato della borghesia. L'affermazione della classe borghese sulla scena sociale corrisponde alla progressiva destrutturazione della comunità come corpo sociale principale e alla conseguente separazione della sfera privata da quella pubblica. In questo rinnovato quadro culturale la casa diventa la dolce rappresentante del nuovo orgoglio borghese: rifugio dalla vita esterna, ma anche specchio del gusto acquisito dalla famiglia, omaggio e retorica dell'indipendenza raggiunta. Le connessioni con il mondo fisico più prossimo diventano lasche: nella figura mitica del nuovo individuo libertà e solitudine si confondono e si sovrappongono. L'ambito pubblico trova un nuovo palco e un nuovo padrone nei media di massa. È la storia di un perfetto codice binario di senso: nello stesso momento in cui la radio e la televisione entrano nelle case, le porte delle case si chiudono. E all'interno la nuova abitazione borghese replica e rinforza la filosofia che l'ha generata: ogni membro possiede una porta dietro la quale coltivare il proprio spazio.

<sup>1</sup> Per avere un'idea delle condizioni di vita basti pensare che si stima che in Inghilterra nella seconda metà del 1800 un terzo delle famiglie aveva otto o nove figli, un secondo terzo ne aveva da cinque a sette ed infine l'ultimo terzo, formato per lo più da famiglie con migliori condizioni economiche, ne aveva al massimo quattro. Negli anni settanta del 1800 si stimano nella sola Londra circa 100.000 bambini di strada senza riferimenti famigliari, educazione, arte o mestiere.

La cameretta è uno degli ambienti eletti per la formazione dell'individuo moderno. Replica in scala della casa borghese che la contiene, casa a sua volta, essa è il racconto simbolico di chi la abita. Gli oggetti e le rappresentazioni al suo interno veicolano e mediano il rapporto fra ciò che sta fuori e ciò che sta dentro costituendo il bricolage identitario di chi li esperisce. Veri e propri primi Stati dell'io, nelle camere si entra solo se dotati di apposito lasciapassare. Le soglie sono segnate dagli stessi moniti che proteggono le incursioni nella proprietà privata: «bussare prima di entrare», «divieto di accesso», «pericolo».

Ambienti dell'esperienza estetica, le «camerette» sono il tracciato visivo della biografia che ogni individuo è chiamato a generare in un continuo e indefinito richiamo fra vissuto e proiezione. Con le proprietà caratteristiche degli spazi transizionali la cameretta permette un interscambio controllato fra la sfera del desiderio e la realtà oggettiva, l'interno psicologico inesplorato e l'immaginato sociale. Lungi da essere uno spazio altro, ossia un veicolo di fuga o di evasione, le «camerette» sono il laboratorio dell'atto pubblico: in essa i ragazzi si vestono, ballano e più in generale provano il ruolo che vorranno rappresentare al di fuori delle mura famigliari. Solo dopo, negli anni, diventano il museo di ciò che siamo stati e di ciò che siamo.

La storia visiva della cameretta è legata all'avvento della cultura di massa. La riproduzione industriale ed analogica dell'oggetto corrisponde all'esplosione della comunicazione diffusa. Se le industrie provano a dare lo stesso oggetto riprodotto meccanicamente a molti, la radio, la carta stampata e la tv distribuiscono lo stesso messaggio ad altrettanti molti, statisticamente gli stessi. Questa è anche la precondizione che regge alcune peculiarità a noi note: lo star system, i miti collettivi, i fenomeni pubblici, le ideologie di massa. E i laboratori identitari dei giovani sono il riflesso delle medesime dinamiche culturali: i Beat-

les, le automobili da corsa, i divi di Hollywood, gli sportivi di successo, i simboli politici, sono alimentati dalla stessa meccanica generativa (capace come ogni genesi efficace di generare realtà e simbolo).

Questo paesaggio socioculturale è ancora vivo, altresì sono evidenti le trasformazioni che il digitale sta apportando. La moltiplicazione delle nicchie produttive, l'allargamento delle geografie spaziali e temporali di un prodotto (soprattutto di quelli digitalizzabili), la consunzione delle differenze fra emittente e ricevente, produttore e consumatore, tempo impiegato e tempo libero, lavoro e svago sono i segnali della rivoluzione che ci sta investendo. Come ha ampiamente descritto Chris Anderson ciò che stiamo vivendo è il passaggio da una struttura 'da-uno-a-molti' ad una struttura 'da-molti-a-molti'.

A fronte di questo quadro in forte mobilitazione che ne sarà della cameretta? Dove sarà o dove è già? Nei tablet o negli smartphone? In qualche server californiano o indiano? Nelle autostrade digitali della rete? Ma soprattutto perché è importante interrogarsi sul suo futuro?

Le risposte non sono alla portata. Ciò che conosciamo e che non è ancora stato approfondito è il ruolo che la cameretta ha giocato nella modulazione della società contemporanea. Per capirne l'efficacia è necessario tornare agli anni '60 e '70 quando scoppia la nuova rivoluzione giovanile e le camere in parte si svuotano dei propri abitanti. Alcuni fra questi sono chiamati alla riscoperta cosmologica del mondo, altri alla rinnovata lotta di strada. È una storia recente, ma ben collegata con altri movimenti innovatori e giovani che hanno visto la luce a partire dall'800. Anche allora i movimenti politici promotori della rinascita e del 'risorgimento' delle nazioni – quelli che successivamente saranno i più influenti sui futuri sviluppi storici – convogliano ampie schiere di giovani militanti. Il '900 nasce sotto la stessa giovane stella, basta ricordare il giovanilismo futurista per comprendere dove guardasse allora l'élite culturale

avanguardista. La retorica che sino a quel momento aveva garantito visibilità e innovazione socioculturale si schianterà contro il muro della grande guerra. Alla luce di quell'esperienza drammatica che avevano contribuito a fomentare, i nuovi giovani diventano oggetto dell'antica necessità della sorveglianza e della punizione. Il giovane resta nel cuore dell'immaginario pubblico dell'uomo nuovo dei totalitarismi, ma il suo controllo deve essere integrale. Sino agli anni '40, quando la storia fa un altro balzo e molti giovani sono prima i protagonisti di una nuova primavera e poi di una lunga ed eccitata corsa nella società dei consumi. Il '68 segna un'ulteriore passaggio. Malgrado le rivendicazioni anticonsumistiche e un dichiarato arretramento all'alienazione indotta dal consumismo, in quelle battaglie è il capitale a trovare gli spiragli giusti per entrare nelle strutture profonde della società nascente. Il successo della riscossa consumistica è biologico. L'individuo che esce dal '68 rinnova il senso del consumo sino a farlo coincidere con le prospettive di realizzazione dell'individuo stesso, anche quando queste sembrano in apparenza portarlo lontano dalle tentazioni dell'industria. Il life style diventa una ragione di vita. Forse l'unica alla portata. Il mondo della produzione entra in contatto con l'identità e trova nel nuovo giovane il terreno fertile e conflittuale per piantare radici. Le camere di questi anni sono vittime e protagoniste del medesimo conflitto. Quelle abbandonate non superano quelle rinvigorite dall'avanzata dei nuovi e più complessi costumi. Le camere sono per gli orfani del '68 il luogo della sicurezza borghese e del ritrovamento di se stessi. A maturità avvenuta la cameretta mostra il suo volto. Essa diviene il buco nero in grado di assorbire le conseguenze del rinnovamento dei valori e in grado di trasformare il protagonismo giovanile nel simulacro, a volte anche disperato, di se stesso. Nella camera rivoluzione e cambiamento si oppongono a continuità e ripetizione; entusiasmo e immaginazione si oppongono ad esperienza ed abitudine, ma in essa le stesse pulsioni trovano ordine e

controllo. Così diviene il luogo di una rivoluzione misurata sul concetto di innovazione. Un dispositivo necessario alla sopravvivenza del sistema vigente che rappresenta la storia delle ambizioni di gran parte di coloro che sono nati in occidente dal secondo dopoguerra in avanti.

Negli anni '80 la proprietà transitiva della camera incomincia ad appoggiarsi a dei dispositivi mobili. Il walkman è il miglior interprete del prolungamento in cuffia delle pareti della cameretta. I nastri magnetici rispetto al vinile permettono alcune limitate elaborazioni casalinghe, segnano una prima forma di autorganizzazione dei contenuti. Sono gli albori dell'autoproduzione diffusa e della mobilità della cameretta che possiamo vedere in azione solo oggi e di cui ancora sappiamo poco.

Ciò che sappiamo è che il collegamento fra passato e futuro è aperto. A Facebook, la piattaforma sulla cui influenza sociale, culturale ed economica non ci sono più dubbi, per essere una cameretta, manca solo il letto. L'ultima versione di Facebook contiene il diario mentre la bacheca è in tutto e per tutto una parete in cui attaccare le proprie reliquie, le proprie passioni, i propri desideri, i propri stati d'animo. La cultura della cameretta, conseguenza della diffusione culturale di massa, ha regalato ai nuovi alfabetizzati di Facebook la sua stessa struttura e Facebook ne cavalca i solidi presupposti. Forse dopo Facebook la cameretta non serve più. In un mondo tutto-connesso, la rappresentazione si trova alle corde e l'abbondanza limita la penetrazione. La camera si miniaturizza e si dissolve nella costante rielaborazione rizomatica. La borghesia si contrae ed è chiamata a reinventare il suo primato se non vuole scomparire fra l'avanzata di una nuova nobiltà capitalista e globale e una nuova, e a volte persino affascinante, povertà. Allora è immaginabile che la storia della cameretta subisca modificazioni. Forse sarà espulsa dal panorama dell'esperienza, sarà una panchina, un

tavolino, una presa usb o poco più. Prima sarà altro, la sua scomparsa comporterà resistenze, ma non sarà più lei la causa di ciò che verrà. O per lo meno di ciò che, ancora una volta, ci piace.

#### Riferimenti bibliografici

Il mondo accademico anglosassone nell'ambito degli studi sul tempo libero ha costituito un ramo di ricerca sulla «*bedroom culture*». All'interno di questo quadro per una introduzione di carattere generale vanno ricordati i testi di J. Fornas, G. Bolin, *Youth Culture in Late Modernity*, London 1995; S. Coontz, *The Way WE Really Are: Coming to Terms with America's Changing Families*, New York 1997; T. Chapman, J. Hockey, *Ideal homes? Social change and domestic life*, London 1999. Per una visione d'insieme del rapporto fra nascita della camera e società moderna si veda M. Segalen, *The industrial revolution: From proletariat to bourgeoisie*. In A. Burguiere, C. Klapisch—Zuber, M. Segalen, F. Zonabend, *Television and its Audience: International Research Perspectives*, London 1996; una ricognizione sugli stili di vita premoderni anche in B. Bryson, *Breve storia della vita privata*, Parma 2001. Il testo di Patrizia Dogliani, *Storia dei giovani*, Milano 2003, fornisce un impianto storico puntuale per comprendere l'evoluzione dei movimenti giovani e le loro forme di governo. Il concetto di spazio transizionale è tratto dalle ricerche di David Winnicott ed in particolare dal testo *Gioco e realtà*, Roma 1974. L'intuizione di un possibile valore di questa ricerca si deve al noto testo sulla digitalizzazione dell'economia della cultura di Chris Anderson: *La coda lunga*, Torino 2006.

# Il talento prende in prestito, il genio ruba, user224563 copia

Alessandro Sambini

Il digitale ha cambiato il modo in cui si producono e si post-producono le immagini. In precedenza lo ha fatto anche la pellicola nei confronti della camera oscura e della pittura. Ma il digitale si dice abbia ampliato l'accesso alla produzione di immagini e determinato un ulteriore processo di democratizzazione dell'immagine, agendo pressoché sulla totalità dei contenuti culturali condivisi.

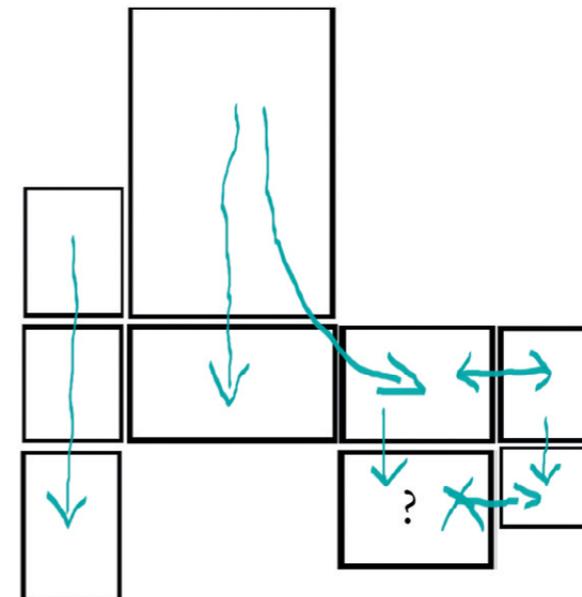
Quella che da più parti viene definita la rivoluzione digitale è il risultato di una catena produttiva e distributiva completamente rinnovata. La diffusione dell'hardware per la creazione di immagini e suoni è stata accompagnata dallo sviluppo di sistemi democratici (piattaforme e software) di «condivisione» che — a loro volta — si sono prima affiancati, e poi sovrapposti ai canali analogici di distribuzione dei contenuti quali la radio o la televisione. Computer, sistemi di post-produzione e connessioni alla rete informatica mondiale hanno chiuso il cerchio e reso concreto il passaggio evolutivo.

Sino a qua tutto è noto. Ciò che dal punto di vista della mia ricerca trovo interessante è lo Sturm und Drang che sostiene tutto questo. Si tratta di una costante attività di creazione democratica replicativa che trae vigore nella reciproca osservazione tra utenti dei propri lavoretti<sup>1</sup> nonché nella possibilità di replicarli.

Ecco dunque, gli elementi in gioco:

– i dispositivi: devices quali Canon 5d, Mark II, Zoom H4N, Go Pro, iPad. Cyber-protesi che ci permettono di aumentare la nostra capacità di memoria e di espanderne la

**1**  
Oggetto di poco valore, fatto da mani inesperte, tipico «compito» creativo affidato ai bambini alla scuola materna o primaria e realizzato in occasioni «speciali» quali festività religiose, la Festa della mamma, ecc.



Alessandro Sambini  
**A Tower's Tale, 2013**  
Le torri gemelle che sono state colpite da violente esplosioni sono collassate.  
Burji Khalifa, che è stata bombardata, ma che Utente x ha fatto partire a razzo, come lo shuttle Challenger (solo che lo shuttle Challenger è esploso e sono morti tutti) non è mai atterrata, non è mai arrivata a destinazione.

duttilità: non solo siamo in grado di ricordare più contenuto ma anche più tipologie di contenuti (audio, video, testo etc).

– le macchine: i computer e i loro programmi di post-produzione: Final Cut, iMovie, Cubase, Maschine, Photoshop etc. Sistemi che ci permettono di alterare a poco prezzo qualsiasi rappresentazione della realtà.

– i veicoli: Youtube, Facebook, etc, che funzionano come un servizio postale, come un megafono o come un cannone permettendoci di mostrare la nostra arte ovunque, potenziando la nostra gittata<sup>2</sup> e la violazione condivisa: la creazione democratica replicativa.

Nella nuova multicacofonia digitale, questi elementi si accordano e dialogano in maniera strumentale l'uno all'altro provvedendo al desiderio di replica degli utenti di ciò che li circonda e di ciò che viene prodotto da altri users.

Guardiamo una fotografia (A) di William Eggleston su Google e con Instagram, trasformiamo uno scatto qualsiasi (B) in una foto degli anni '60 usando il filtro «Hefe». Sfido chiunque a decretare che (A) è più bella di (B): esteticamente si assomigliano, a qualcuno risulta facile confondersi. Il filtro «Hefe» riassume Eggleston e lo imita. «Utente x» usando una concatenazione di passaggi replica il lavoro di «Utente Eggleston».

Una catena di passaggi plausibile una volta individuato il soggetto da fotografare è: iPhone (device), Instagram (computer), scatto (device), aggiunta di un filtro (computer), diffusione dell'opera (veicolo). «Il mio amico» ha visto un film che parlava di esorcismi. Ha coinvolto la sua famiglia, stabilito dei ruoli e, come un regista, ha girato una copia fatta in casa.

In passato si parlava di fotografia analogica perché ciò che contemplavamo sulla carta stampata era la controparte fotografica di una porzione del reale, analogo, per forma e colore, a ciò che esiste nella realtà. Oggigiorno, ciò che vediamo su Youtube, o su deviantART, non è più analogo al mondo reale ma è simile a ciò che altri utenti

**2**

Il concetto di gittata, intesa come distanza a cui può arrivare il proiettile lanciato da un'arma, risulta essere un paragone troppo legato al mondo analogico. E' più consono al contesto dire che non abbiamo più una reale gittata, ma siamo ubiqui.



**Alessandro Sambini**  
Shining Cascade, 2013

producono, siano questi utenti minor («mia mamma», «mia sorella», «il mio amico», «l'amico dell'amico») o major (Martin Scorsese, i Radiohead, Steve-O). <http://www.youtube.com/watch?v=u1i34bM8Tww> è il remake di Titanic. <http://www.youtube.com/watch?v=PrmjYu6opls> è il remake di un cliché amatoriale.

Il concetto di replica l'ho trattato in due diversi lavori. Il primo è A Bombed Tower Grasps Our Gaze Again, nel quale un utente che aveva deciso di contribuire alla narrazione della torre di Dubai, ha pubblicato su Youtube un video che mostrava la torre partire a razzo verso lo spazio. Questo utente ha tratto ispirazione dai fuochi d'artificio che circondavano la torre durante l'evento inaugurale, si è ricordato dei diversi filmati riguardanti lo shuttle o le missioni lunari della serie Apollo ed infine ha scritto le conclusioni di un saggio che, secondo lui, non era arrivato a compimento. La torre aveva acceso i motori, l'eccitazione dei presenti era arrivata al massimo, il countdown era esaurito ma la nave non era partita. Ci ha pensato lui.

In un altro caso, nella trasmissione televisiva Replay! di Igor Cova che ho proiettato al Centro sperimentale di Cinematografia di Milano, due famiglie si sfidavano nel replicare filmati famosi presi da Youtube. In quel caso si trattava dell'esecuzione di Saddam Hussein e di Mu'ammar Gheddafi. Le famiglie avevano un set a disposizione che riproduceva fedelmente uno scorcio delle zone inquadrature nei video originali (Baghdad e Sirte), un cellulare con telecamera, 15 minuti di tempo e alcune comparse. Queste famiglie hanno occupato i set, il presentatore ha dato il «via» al tempo ed hanno cominciato a darsi battaglia cercando di rifare i video nel modo più fedele all'originale possibile. In questo senso è interessante notare come in una trasmissione televisiva è meritevole chi rifà un video riuscendo ad attenersi il più possibile all'originale; come se la semplice replica o il copiare istintivo fossero più amatoriali e dunque più scadenti di una replica portata avanti in maniera professionale. La replica perfetta è un capolavoro<sup>3</sup>.

### 3

Manufatto eseguito da un allievo artigiano o da un operaio apprendista come prova d'esame.

Le famiglie sono state scelte tra le molte che richiedevano di partecipare al gioco. Sono famiglie che per hobby replicano video a casa, nelle cantine o nei giardini. Coinvolgono i figli, le nonne, i cugini, filmano con un iPhone, montano con iMovie, proiettando i risultati al festival del paese, a Natale, o più probabilmente su Youtube o Vimeo in attesa di un riscontro.

Replicare ciò che si osserva, nondimeno, comporta un effetto di ricampionamento visuale simile a quello operato da Photoshop su un'immagine quando occorre ridurne o aumentarne le dimensioni. Dall'osservazione veloce dei lavoretti altrui sfugge sempre il dettaglio, la parte nascosta, l'apparato organizzativo, il grado di cosiddetta professionalità, o la passione coinvolta nella creazione. Lavoretto X occupa uno spazio Z nell'immaginario. Utente Y produce lavoretto Y che assomiglia a lavoretto X. Lavoretto Y manca di diverse cose, è freddo, povero, scarno, ma allo stesso tempo riassume correttamente ciò che più titillava gli animi in lavoretto X. A prima vista sembra proprio lavoretto X! Utente W vede lavoretto Y e ne fa una copia. Ogni passaggio annulla la distanza tra i protagonisti coinvolti e i contenuti dei lavoretti precedenti avvicinandoli fino a farli toccare, a volte fino a farli coincidere, come due pixel ai quali è stata sottratta la soluzione di continuità che li divideva (altri pixel, una gradazione di colore che ne sanciva la diversità). I due pixel (che in precedenza erano uno rosso e uno giallo) sono diventati un pixel unico arancione.

# La ricerca iconografica

Il concorso Isole di Meraviglia, le camere  
dell'Alto Adige 2011–2012

Le camere dell'Alto Adige  
Partecipanti al concorso

1



2



3



4



5



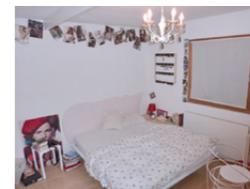
21



22



23



24



6



7



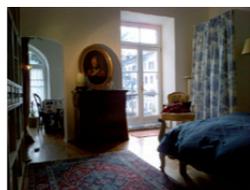
8



9



10



25



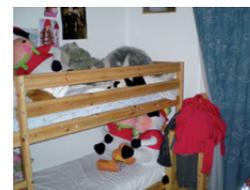
26



27



28



29



11



12



13



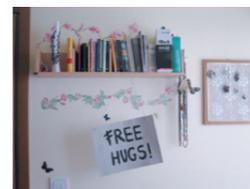
14



15



30



31



32



33



34



16



17



18



19



20



35



36



37



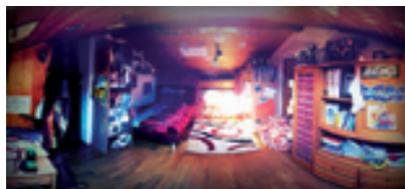
38



39



40



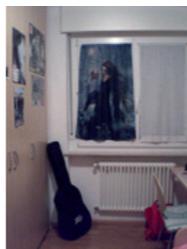
41



42



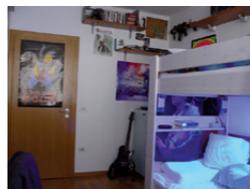
43



58



59



60



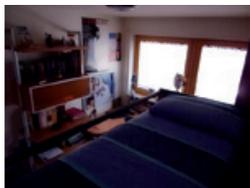
61



44



45



46



47



48



62



63



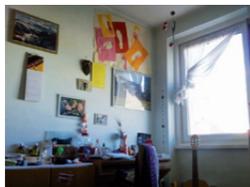
64



65



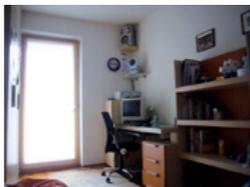
49



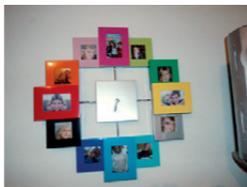
50



51



52



66



67



68



69



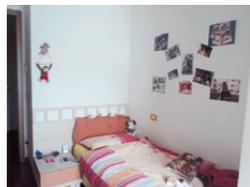
70



53



54



55



56



57



71



72



73



74



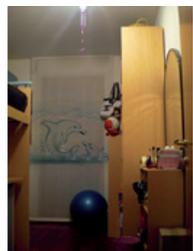
75



76



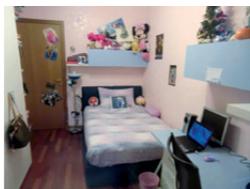
77



78



79



80



94



95



96



97



81



82



83



84



98



99



100



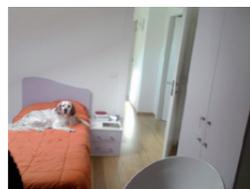
101



85



86



87



102



103



104



105



88



89



90



91



92



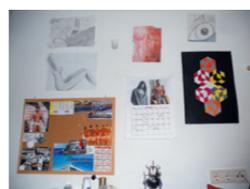
93



106



107



108



109



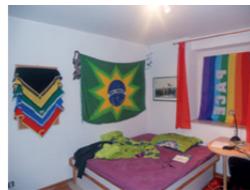
110



111



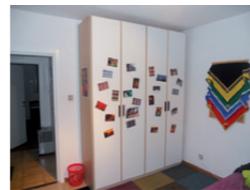
112



113



114



130



131



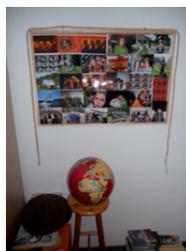
132



133



115



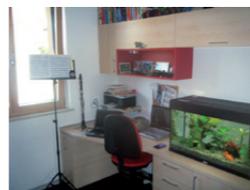
116



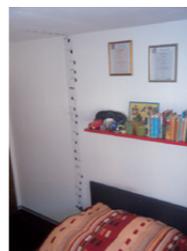
117



118



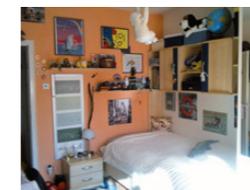
119



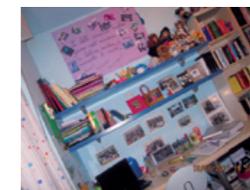
134



135



136



137



120



121



122



123



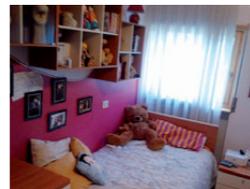
124



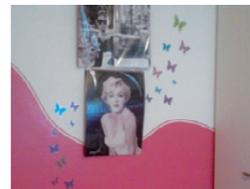
138



139



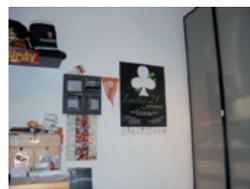
140



141



125



126



127



128



129



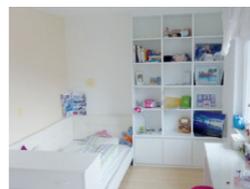
142



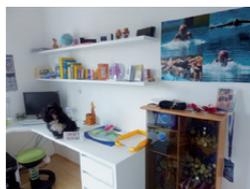
143



144



145



146



147



148



149



163



164



165



166



167



150



151



152



153



154



168



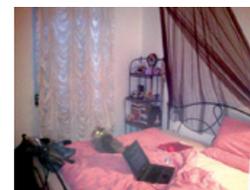
169



170



171



172



155



156



157



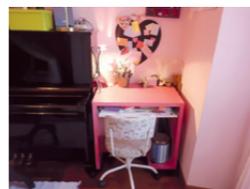
158



173



174



175



176



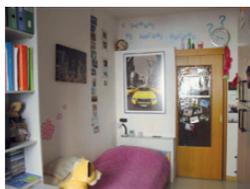
177



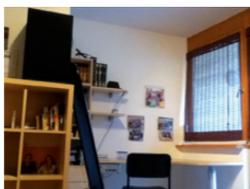
159



160



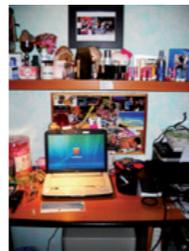
161



162



178



179



180



181



1-4	Alessandra T.	65-67	Francesca M.	134	Matteo R.
5	Alessia F.	68	Francesco C.	135	Matteo S.
6	Alessio Davide P.	69-70	Francesco I.	136	Melinda F.
7	Alex Bra.	71-73	Franziska L.	137	Michele B.
8	Alex Bri.	74	Franziska S.	138	Mirco T.
9	Alice M.	75	Gabriel G.	139-140	Miriana T.
10	Allegra B.C.	76	Georg V.	141-142	Mirko B.
11	Andrea Anna G.	77-79	Giada D.	143	Monika R.
12	Andrea Gia.	80-83	Giovanni C.	144-145	Nadine Z.
13-14	Andrea Gio.	84	Giulia G.	146-149	Oriana S.
15	Andrea M.	85	Giulia R.	150	Pascal H.
16-19	Andrea P.	86	Ilaria A.	151-153	Peter D.
20-21	Anna B.	87	Ilaria F.	154-155	Petra C.
22	Anna C.	88	Ilaria G.	156	Petra O.
23	Anna K.	89-91	Ilenia S.	157	Phyllis R.
24	Anna P.	92-94	Jessica G.	158	Roberta M.
25	Armando M.	95-96	Jessica I.	159-160	Sabrina M.
26	Aron B.	97	Judith H.	161	Samuel C.
27	Bianca M.	98	Giulia G.	162-164	Sathya P.
28	Catriel T.	99-100	Katia Sonia B.	165	Selene Z.
29	Cheyenne U.	101	Kyara F.	166	Sharon P.
30-31	Chiara P.	102	Laura Z.	167	Sirin A.
32	Christian R.	103	Leta B.	168	Sofia B.
33	Cristian Pa.	104	Licia C.	169-170	Sofia C.
34	Cristian Pi.	105-108	Lisa M.	171	Sofia P.
35	Daniela C.	109-110	Lisa P. L.	172	Sonia M.
36	Daniele P.	111	Lorenzo F.M.	173-174	Sophie L.
37-39	Deborah P.	112-115	Lorenzo V.	175	Stefano B.
40	Debra M.N.	116-117	Luca M.	176	Stefano M.R.
41-44	Eleonora A.	118-119	Luca P.	177	Stefany B.
45-47	Elia L.	120	Marco O.	178-179	Tatiana T.
48-49	Elisa Ca.	121	Margherita M.	180	Valentina Z.
50	Elisa Cri.	122	Marina M.	181	Vivian P.
51-55	Elisa M.	123-126	Martin D.		
56	Eleonora Z.	127	Martina C.		
57	Elisabeth N.	128	Martina G.		
58	Emanuele B.	129	Martina I.		
59	Ettore C.	130-131	Martina O.		
60-61	Federico A.	132	Martina Z.		
62-64	Federico M.M.	133	Martino G.		

## Le camere dell'Alto Adige

### Finalisti



#### Pascal Holzner, finalista

Centro Giovani Vintola18, Bolzano

Per la capacità di evocare un'atmosfera magica e sospesa. Premio: un buono da 100 euro per l'acquisto di attrezzature sportive.



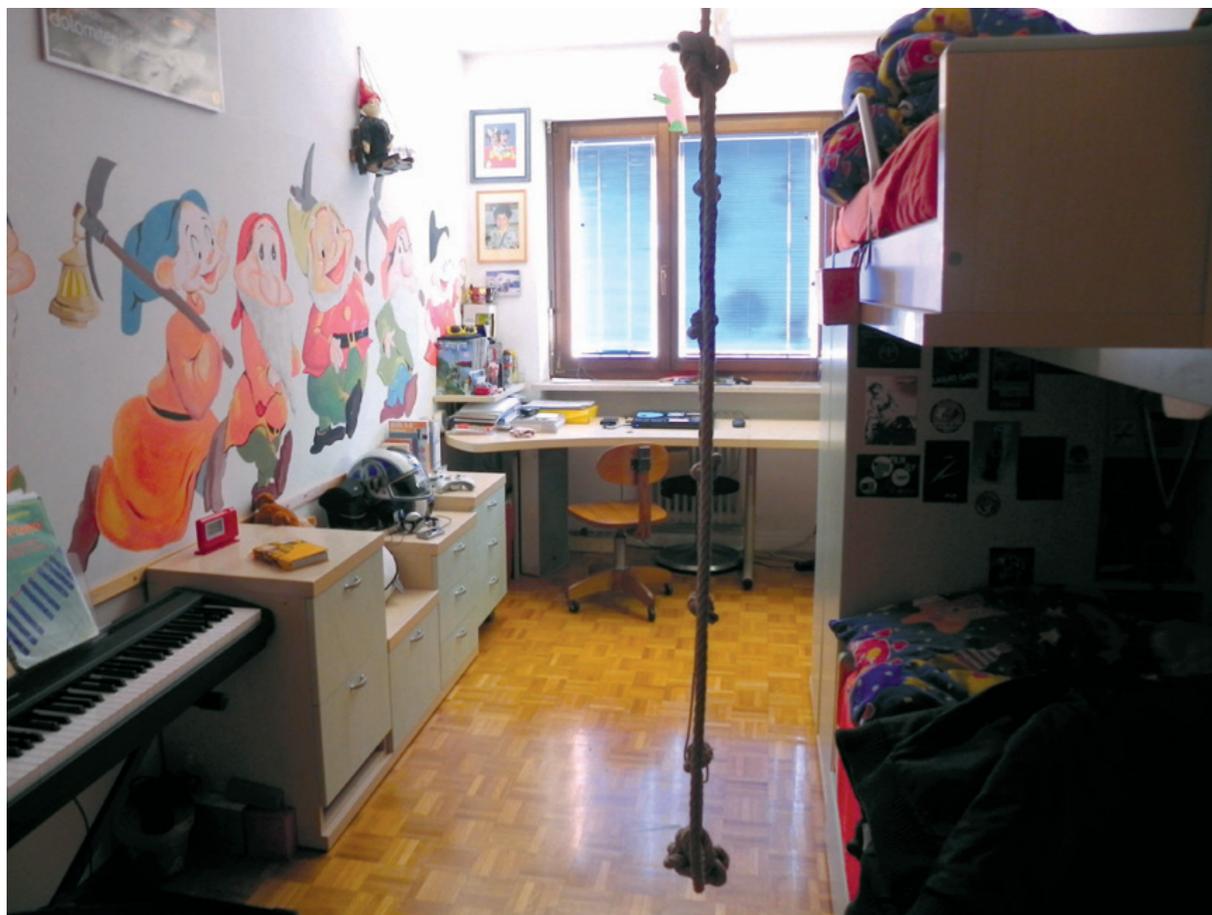
**Elisa Zambarda, finalista**  
 Centro Giovani Vintola18, Bolzano

Per la voglia di indagare il proprio spazio personale attraverso uno sguardo attento e accurato.  
 Premio: un fotografo professionista per un giorno, per fotografare la stanza, te stesso o chi vuoi tu.



**Martina Igini, finalista**  
 Centro Giovani Corto Circuito, Bolzano

Per la forza visiva della camera, in grado di mischiare con vivacità l'esperienza mediatica e quella personale. Premio: un ingresso ad un concerto per due.



**Mirco Tenan, finalista**

Centro Giovani Corto Circuito, Bolzano

Per la capacità di trasmettere attraverso la propria camera la volontà di abitare ironicamente e liberamente lo spazio. Premio: un buono da 100 euro per l'acquisto di attrezzature sportive.

**Elisa Critelli, finalista**

Centro Giovani Corto Circuito, Bolzano

Per uno spazio pensato per essere condiviso che rimanda ad un forte desiderio di convivialità ed ospitalità. Premio: dieci ingressi al cinema.



**Daniela Capalbo, finalista**

Centro Giovani Connection, Bressanone

Per la capacità di raccontare un equilibrio lieve e sospeso. Premio: un ingresso ad un concerto per due.

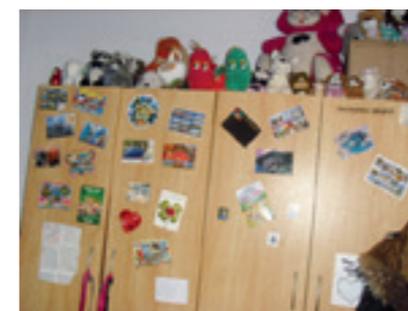
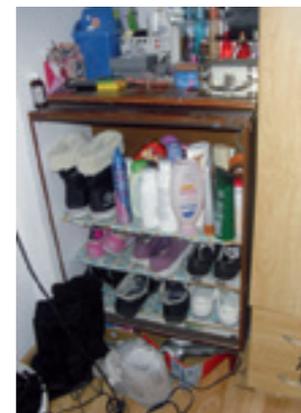
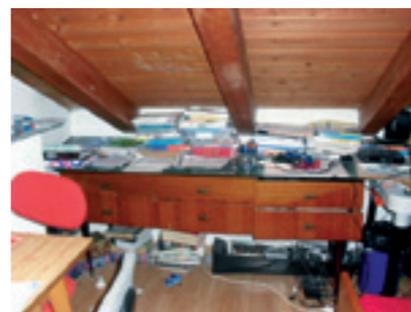




**Selene Ziino, finalista**

Centro Giovani Connection, Bressanone

Per il desiderio di raccontare lo spazio personale attraverso uno sguardo libero. Premio: un fotografo professionista per te per un giorno; per fotografare la stanza, te stesso o chi vuoi tu.



**Marina Multari, finalista**

Centro Giovani Connection Bressanone

Per la capacità di stratificare nella camera la propria esperienza con un felice connubio fra accumulazioni e accostamenti inaspettati. Premio: dieci ingressi al cinema.



**Elisabeth Nardin, finalista**  
Gruppo Giovani Salorno, Salorno

Per la capacità di costruire uno spazio ironico e provvisorio in grado di articolare con equilibrio diversi momenti della propria storia. Premio: un buono da 100 euro per l'acquisto di attrezzature sportive.



**Emanuele Brunello, finalista**  
Centro Giovani L'Orizzonte, Bolzano

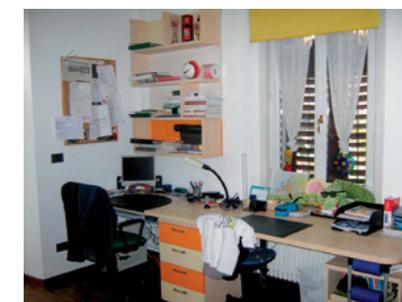
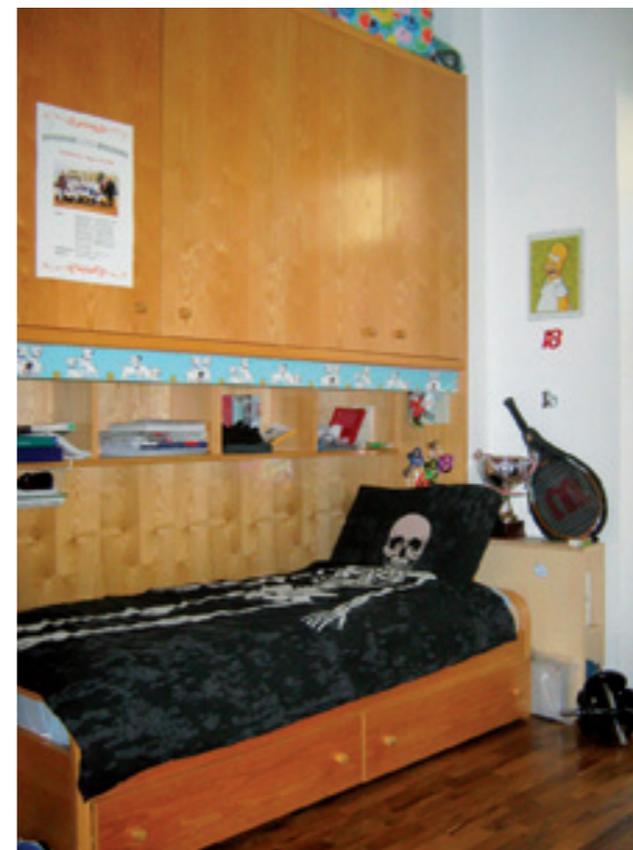
Per il riconoscimento di una passione sincera, coltivata nei differenti aspetti e riproposta con verve creativa e spirito narrativo. Premio: una macchina fotografica semiprofessionale con cavalletto.



**Michele Baldo, finalista**

Centro Giovani L'Orizzonte, Bolzano

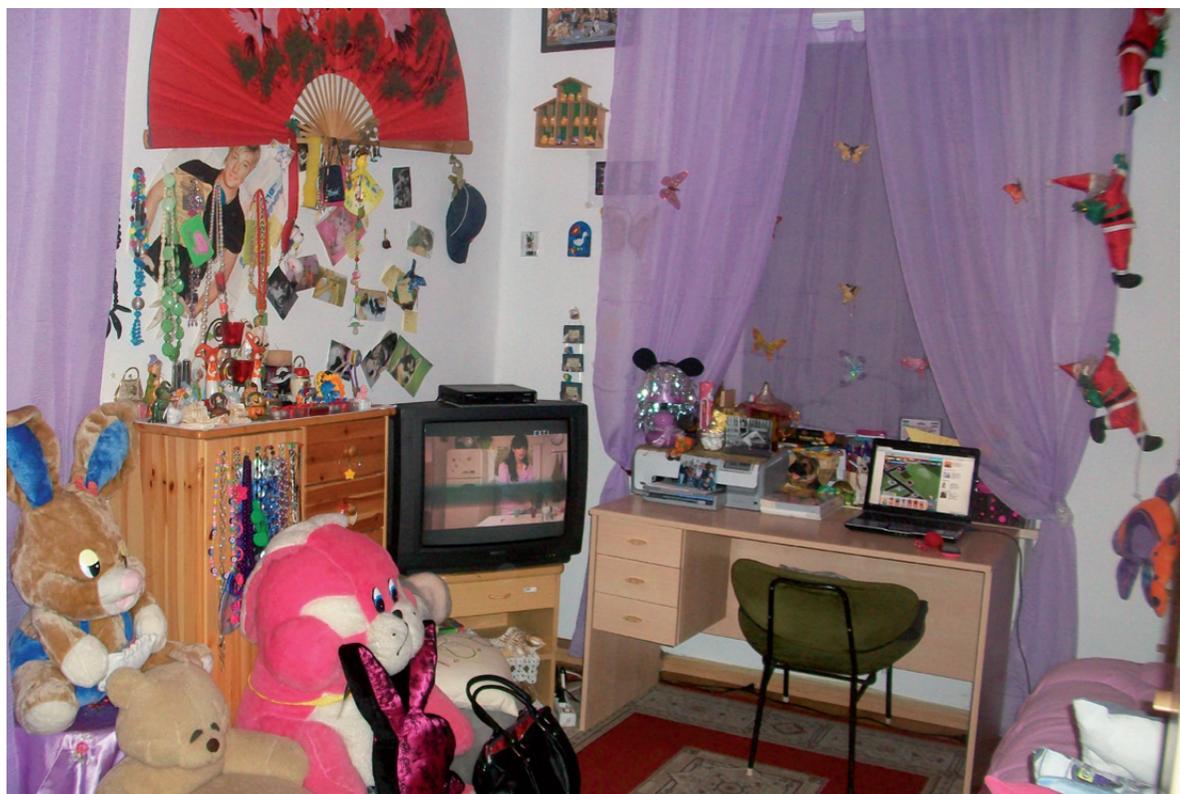
Per il riconoscimento di un'attenzione specifica verso la musica e il suo ascolto, la pulsione collezionistica e la rielaborazione creativa. Premio: un computer tipo netbook.



**Francesco Coghi, finalista**

Centro Giovani L'Orizzonte, Bolzano

Per il riconoscimento di un vissuto che armonizza il senso di convivenza e ne riconosce con ironia la leggerezza e i piaceri. Premio: dieci ingressi al cinema.



**Sirin Azouz, menzione speciale**

Centro Giovani L'Orizzonte, Bolzano

Per le felici corrispondenze fra l'accumulo di oggetti e ricordi e la pulsione decorativa. Premio: sei ingressi al cinema.



**Martina Conforti, menzione speciale**

Centro Giovani L'Orizzonte, Bolzano

Per la creatività e la libertà nell'organizzazione visiva della propria stanza e del proprio immaginario. Premio: sei ingressi al cinema.

Le camere dell'Alto Adige  
**Vincitori**



**Ilaria Amadori**  
**1° classificata**

Per una narrazione carica di rimandi impliciti, in grado di suggerire una forte intensità psicologica e sintetizzare la funzione di mediazione fra mondo interno ed esterno proprio della camera. Premio: una cena a casa tua o a casa di una tua amica/o con un cuoco professionista pronto a cucinare per te e chi vuoi tu.



**Judith Hueber**  
2° classificata

Per la ricchezza di spunti narrativi, la messa in scena di un vissuto ricco di personalità e la capacità di analizzarlo. Premio: la possibilità di pubblicare un libro di poesie, riflessioni, fotografie, racconti.



**Valentina Zambito**  
3° classificata

Per l'accumulazione e la cura nella rappresentazione e nella disposizione del proprio immaginario. Premio: un contributo di 300 euro da spendere presso una scuola guida a tua scelta.

# La ricerca sociale

Atlante delle attività e degli interessi dei  
giovani

Stesura  
Denis Isaia

Elaborazione dati  
Massimiliano Gianotti

Revisione  
Valentina Cramerotti

Elaborazione grafica  
Serena Osti

## L'Atlante delle attività e degli interessi dei giovani

è una indagine sviluppata attraverso un questionario. La ricerca nasce in seno al progetto «La camera digitale? Nuove memorie dall'universo giovanile. Analisi, ricerche ed esperienze». Il suo scopo è interfacciarsi con il progetto e verificarne gli assi principali con particolare attenzione ai processi di genesi e consolidamento dei valori culturali giovanili, indizi di resilienza, continuità e innovazione.

L'analisi dei dati è stata sviluppata linearmente secondo l'andamento proposto dal questionario e approfondita longitudinalmente per verificare emergenze o ipotesi.

Per facilitare la lettura, al termine dei commenti di accompagnamento ai grafici, sono stati inseriti degli specchietti sintetici. Si tratta di sguardi proposti in rapida successione che, letti in sequenza, raccontano in poche parole i punti salienti ed invitano il lettore agli approfondimenti specifici delle singole analisi.

Il questionario è stato distribuito nelle classi superiori e nei cinque Centri Giovani coinvolti nel progetto. In tutto sono stati distribuiti 600 questionari corrispondenti al 2,1% della popolazione residente fra i 15 e i 19 anni dell'Alto Adige<sup>1</sup>. Di questi, 262 sono stati compilati. Il campione a nostre mani, seppur corrisponda al profilo del giovane adolescente altoatesino (15–19 anni) rilevato nel 2011 dall'ASTAT<sup>2</sup>, è un campione casuale che non assume rilevanza statistica, ma è in grado di fornire informazioni specifiche nel quadro degli obiettivi del progetto.

### 1

Si vedano i dati più recenti: Istituto Provinciale di Statistica della Provincia Autonoma di Bolzano, Manuale demografico della Provincia di Bolzano 2011, Bolzano 2012.

### 2

ASTAT indica un rapporto femmine/maschi pari a 47,5%–52,5%; nel nostro caso si nota invece una maggiore incidenza delle femmine 55% contro il 45% rappresentato dai maschi. Per la popolazione nata all'estero l'ASTAT rileva una percentuale dell'8,7% coincidente con il nostro dato (8,4%). Quanto all'età il 90% del nostro campione ha un'età compresa fra i 15 e i 19 anni, il rimanente 10% è composto da ragazzi di 20 anni.

# 1 Attività e interessi

Ai giovani è stata sottoposta un'ampia gamma di attività ed interessi rispetto alla quale sono stati chiamati ad esprimere un giudizio da 0 a 5 secondo la seguente corrispondenza implicita:

- 0 — Non mi interessa affatto/non lo pratico**  
Giudizio molto negativo
- 1 — Mi interessa pochissimo**  
Giudizio negativo
- 2 — Mi interessa poco**  
Giudizio neutro/negativo
- 3 — Mi interessa abbastanza**  
Giudizio neutro/positivo
- 4 — Mi interessa molto**  
Giudizio positivo
- 5 — Mi interessa moltissimo**  
Giudizio positivo

Le risposte ci hanno permesso di misurare qualitativamente il campo d'indagine e di attribuire percezioni positive e negative ad ogni singola attività o ad ogni singolo interesse mappato.

Al fine di valutare correttamente l'atlante delle attività e degli interessi abbiamo suddiviso gli stessi in: attività e interessi collettivi, accessori ed esclusivi.

Con attività e interessi collettivi definiamo le attività e gli interessi le cui preferenze hanno mediamente superato la soglia del valore medio. Sono attività e interessi che raccolgono un largo consenso positivo: <stare con gli amici>

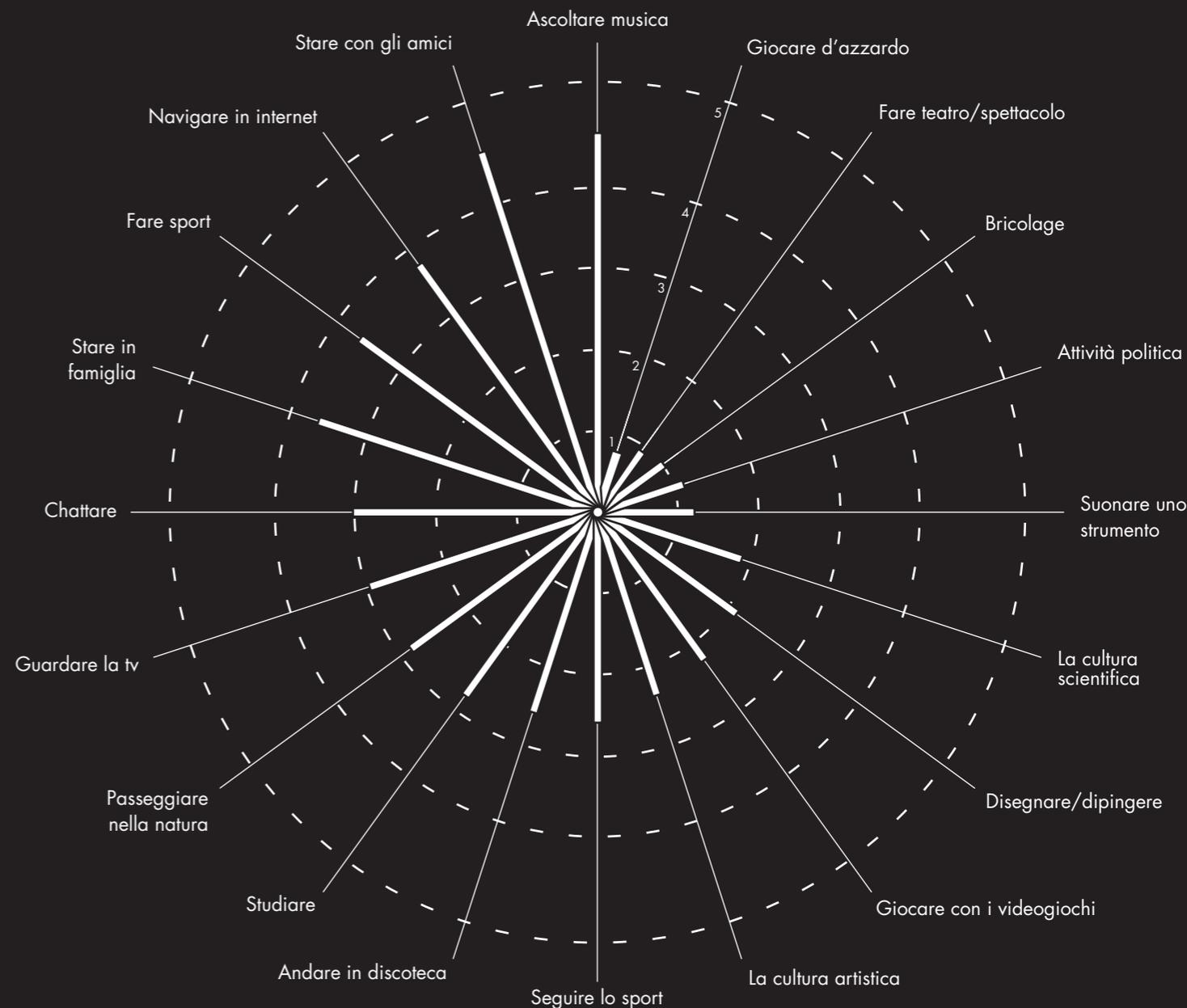
(4,49/5); <ascoltare la musica> (4,49/5); <navigare in internet> (3,74/5); <fare sport> (3,61/5); <stare in famiglia> (3,61/5). Si tratta di attività e interessi generici e accessibili.

Con attività e interessi accessori definiamo le attività e gli interessi le cui preferenze medie si sono attestate su un giudizio neutro. È il caso di: <chattare> (3,01/5); <guardare la TV> (2,95/5); <passeggiare nella natura> (2,84/5); <studiare> (2,77/5); <andare in discoteca> (2,57/5); <seguire lo sport> (2,57/5); <giocare con i videogiochi> (2,23/5). Anche in questo caso si tratta di attività e interessi generici e accessibili. Essi sono da ritenersi accessori nella misura in cui non catalizzano attorno a se il gradimento di una larga maggioranza.

Infine con attività specialistiche e interessi specifici definiamo la gamma di attività ed interessi che, per diverse ragioni, non appartengono alla collettività giovanile. Rientrano in queste categorie: <giocare d'azzardo> (0,76/5); <fare spettacolo/teatro> (0,92/5); <il bricolage> (1/5); <l'attività politica> (1,11/5); <suonare uno strumento> (1,19/5); <la cultura scientifica> (1,86/5); <disegnare/dipingere> (2,11/5); <la cultura artistica> (2,35/5).

La separazione in categorie ci permette di affrontare a ragion veduta gradimenti assoluti e gradimenti relativi. È evidente che attività specialistiche ed interessi specifici possano essere indicati come tali, ma debbano essere valutati in termini relativi e non assoluti.

GRAFICO 1  
Attività e interessi — visione d'insieme  
Quanto m'interessa...



### 1.1

#### Attività e interessi – Visione d’insieme

La visione d’insieme {grafico 1} consente di individuare il gradimento assoluto delle attività e degli interessi e definire un giudizio di valore rispetto ad ampi ambiti d’interesse e in parte di disinteresse collettivi giovanili. L’ultimo quarto del grafico (lettura in senso orario) evidenzia che le attività sociali, la musica, lo sport e la navigazione online rappresentano le azioni e le passioni condivise del nostro campione. Lo stesso campione apprezza parzialmente o è indifferente alle altre attività e agli altri interessi. Dipende dai casi, nelle prossime pagine proveremo a capire perché.

### 1.2

#### Attività e interessi maschili e femminili

Il confronto fra l’atlante delle attività e degli interessi maschili e quelli femminili mette in evidenza le specificità di genere {grafico 2}.

Gli interessi umanistici e le attività creative sono più vicine agli interessi femminili. Alle ragazze interessa più che ai ragazzi la musica, mentre nell’esperienza attiva «suonare uno strumento» uguaiano i ragazzi. Le ragazze sono più votate alla cultura artistica e alle relative applicazioni creative «disegnare», «dipingere», il «bricolage». Le attività sociali «stare con gli amici», «stare con la famiglia», «chattare», sono apprezzate più dalle ragazze.

I ragazzi hanno viceversa una maggiore predilezione per le attività fisiche competitive vissute sia in maniera attiva «fare sport» che in maniera passiva «seguire sport». I videogiochi sono preferiti dai ragazzi, così come la cultura scientifica.

### 1.3

#### Analisi delle singole attività e dei singoli interessi

Abbiamo esploso le strutture delle singole attività/interessi suddividendole per discipline e categorie al fine di verificare quanto emerso ed approfondire l’analisi.

#### 1.3.1

##### Musica

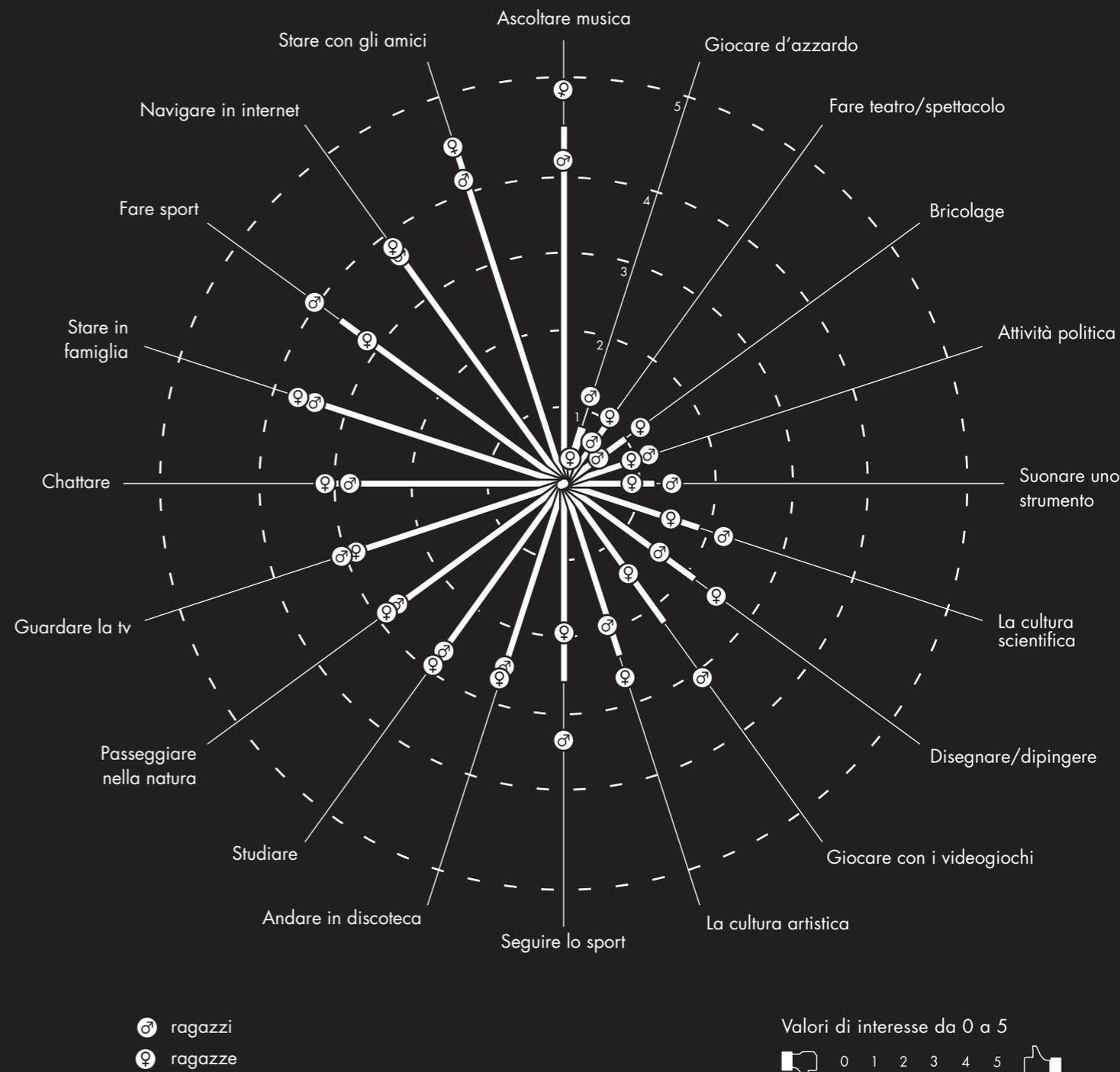
L’ascolto della musica ottiene un gradimento pari solo a «stare con gli amici». In linea con il dato, il grafico 3 evidenzia una pratica altamente gradita in cui le opzioni relative si concentrano in maniera pressoché

**Le attività sociali, la musica, lo sport e il web sono quelle più apprezzate dai giovani.**

**Le ragazze hanno una predilezione per gli interessi umanistici e le attività sociali. Gli interessi dei ragazzi si rivolgono ad attività competitive.**

GRAFICO 2

Generale — Attività e interessi maschili e femminili  
Analisi comparata



esclusiva su «mi interessa molto» e «mi interessa moltissimo» (solo 7 ragazzi si sono detti disinteressati alla musica). Viceversa suonare uno strumento {grafico 4}, ha un gradimento vincolato all'esercizio della pratica.

Il paragone fra i grafici mette in evidenza un paradosso che merita di essere argomentato. Il fatto che all'interesse non corrisponda l'applicazione attiva conferma la portata catalizzante dell'interesse musicale. Ci spieghiamo meglio: nel corso del '900 la cultura pop si è configurata come un articolato catalizzatore di elementi culturali. È a questo universo complesso che dobbiamo fare riferimento quando parliamo di musica<sup>3</sup>. Si tratta di vicende note e più volte ribadite dagli studi sulle culture giovanili.

**3**  
Per un approfondimento sulla capacità veicolare della musica si vedano i capitoli 4.1 e 4.2.

La differenza che emerge dalla lettura dei nostri dati è che tale influenza sembra diventare più lasca. In passato la catena musica-cultura giovanile-politica ha avuto un ruolo fondamentale, anche in quei paesi dove la rivendicazione sociale non si è proposta sotto l'egida di un partito. Oggi con le risposte a nostre mani, sappiamo che tale catena è parzialmente rappresentata solo nella misura in cui l'interesse per la musica diviene una pratica (vedi paragrafo 1.3.7, grafico 15).

### 1.3.2 Sport

«Fare sport» è una attività specifica ad alta accessibilità e ampiamente condivisa. Più avanti nell'analisi daremo conto del valore aggregativo di questa attività (vedi paragrafo 2.1.1 grafico 28). L'esplosione del grafico 5 evidenzia un approccio entusiasta da parte dei giovani. Viceversa «seguire lo sport» {grafico 6} ottiene preferenze polarizzate. Come abbiamo già avuto modo di vedere esse sono dovute alle preferenze di genere (vedi grafico 2).

### 1.3.3 Cultura artistica e cultura scientifica

L'analisi esplosa delle preferenze relative a «la cultura artistica» {grafico 7} e «la cultura scientifica» {grafico 8} mostra un andamento simile caratterizzato da un giudizio assoluto tendente al disinteresse. Il migliore risultato de «la cultura artistica» è dettato da una minore incidenza delle

**La musica rappresenta un interesse catalizzante rispetto ad una ampia gamma di valori culturali. Questi, a loro volta, sono un veicolo per mettere a fuoco un più ampio spettro di azione giovanile.**

GRAFICO 3  
Ascoltare la musica mi interessa...

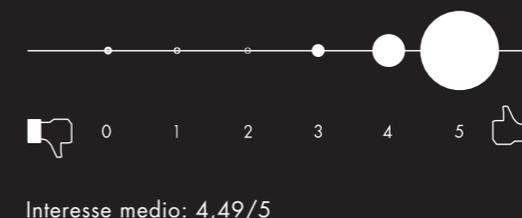


GRAFICO 6  
Seguire lo sport mi interessa...



GRAFICO 4  
Suonare uno strumento mi interessa...



GRAFICO 7  
La cultura artistica mi interessa...

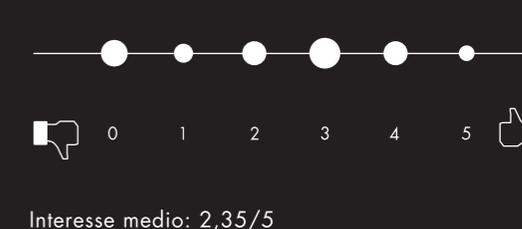
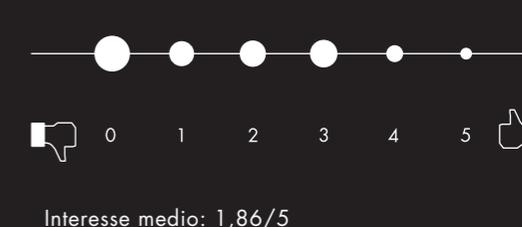


GRAFICO 5  
Fare sport mi interessa...



GRAFICO 8  
La cultura scientifica mi interessa...



preferenze negative. Il giudizio è viziato dalla specificità stessa dell'interesse. Si tratta infatti di interessi specifici ad accessibilità ridotta (richiedono una gamma di competenze più o meno ampia a seconda della specializzazione). Per trattare l'effettivo gradimento dobbiamo appoggiarci ai giudizi relativi: la cultura artistica raccoglie 70 preferenze positive o molto positive; la cultura scientifica 42 positive o molto positive. Esse rappresentano rispettivamente il 26,7 % e il 16% del campione. Un risultato confortante.

L'analisi comparata fra le attività e gli interessi complessivi dei giovani e le attività e gli interessi di coloro che si sono detti interessati alla cultura scientifica o a quella artistica {grafico 9} aiuta a definire il profilo di questi ultimi. Chi ha indicato una passione per la cultura scientifica ha un atteggiamento più «riflessivo»: ama più di altri «passeggiare nella natura» o «suonare uno strumento»; matura una curiosità più accentuata verso la cultura in generale, con una predisposizione seppur contenuta, ad attività creative come «disegnare/dipingere», «suonare uno strumento» o «l'attività politica». Le attività sociali si mantengono sui livelli generali, senonché si nota un minore interesse per la discoteca. Le medesime considerazioni valgono per chi si è detto apprezzare la cultura artistica, l'unica variazione riguarda un maggior gradimento per le attività creative manuali come «il bricolage» o «disegnare/dipingere». Queste ultime sostituiscono nella sfera dell'intrattenimento momenti di svago più «tecnici» come «giocare ai videogiochi», un'attività cara invece agli appassionati della cultura scientifica.

**1.3.4  
Attività sociali**

In generale le attività sociali sono percepite come altamente soddisfacenti. «Stare con gli amici» {grafico 10} è l'attività preferita dei giovani ed ottiene un gradimento entusiasta. «Stare in famiglia» {grafico 11} mostra un andamento positivo ma più bilanciato: non contiene quel dato «eccitante» che «stare con gli amici» sembra invece trasmettere. In generale i due grafici indicano come i ragazzi amino condividere le attività e fare esperienze collettive<sup>4</sup>.

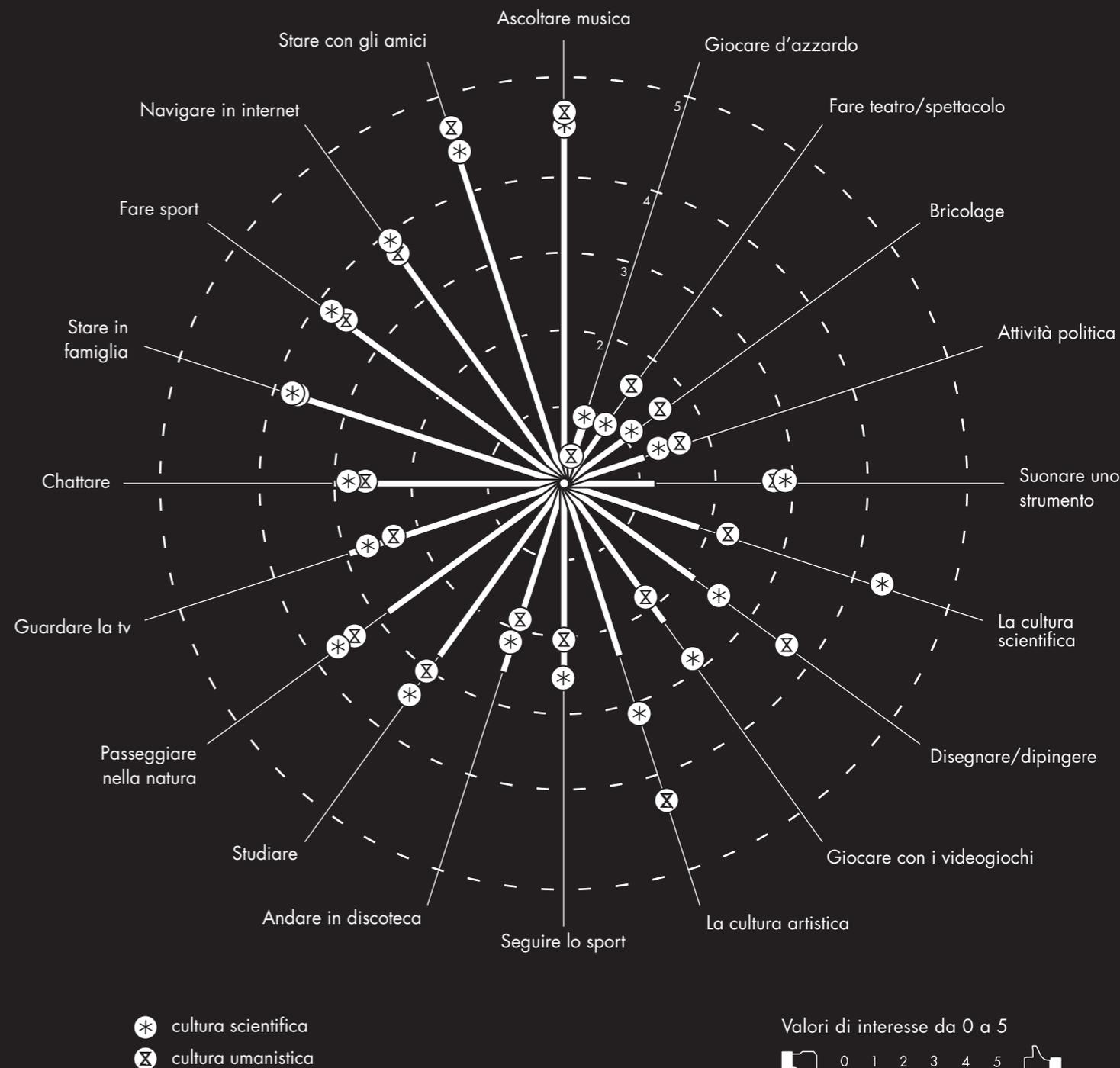
<sup>4</sup> L'«eccitamento» rilevato nell'ambito dell'attività con gli amici lascia intendere le potenzialità virali insite nel collettivismo giovanile. Si vedano a proposito Dogliani P., *Storia dei giovani*, Milano 2003 e Luzzatto S., *Giovani ribelli e rivoluzionari (1789-1917)*, in Levi G., Schmitt J.C. (a cura di), *Storia dei giovani, l'età contemporanea*, Roma, Bari 1994. Entrambi i saggi mostrano i diversi tentativi operati dalla storia per controllare, organizzare ed incanalare il collettivismo giovanile in attività di natura politica istituzionale.

**La cultura scientifica e la cultura artistica sono interessi specifici, lontani da un'ampia condivisione, ma in grado, soprattutto nel caso delle scienze umane, di raccogliere nicchie di interesse di un discreto peso percentuale.**

**Ad un interesse specifico di natura culturale o scientifica corrisponde un atteggiamento genericamente più «riflessivo».**

**Le attività sociali sono le attività giovanili per eccellenza. Esse contengono un forte potenziale di gruppo.**

GRAFICO 9  
Generale — Cultura artistica e cultura scientifica  
Analisi comparata



Valori di interesse da 0 a 5

### 1.3.5

#### Chattare

«Chattare» {grafico 12} è un'attività sociale il cui risultato si posiziona a metà strada fra le cosiddette attività accessorie e le attività collettive. «Chattare» è una attività quotidiana molto praticata e che piace a molti (115), ma non risulta un'attività piacevole alla maggioranza. In parte ciò è dovuto alla preferenza di genere: «chattare» fa proseliti nelle ragazze e vede più indifferenti i ragazzi (vedi grafico 2), pesano anche i giudizi «insofferenti» di chi dichiara di non «chattare» (22) o di «chattare» pochissimo o poco (65).

### 1.3.6

#### Studiare

Studiare {grafico 13} è l'unica attività obbligatoria che abbiamo monitorato. Ottiene un gradimento medio con una tendenza più orientata ai valori positivi che a quelli negativi.

Per analizzare più a fondo il dato abbiamo suddiviso il gradimento per genere e per età. Il risultato non evidenzia variazioni significative e le percentuali si mantengono costanti (ragazzi 2,73; ragazze 2,79).

### 1.3.7

#### Attività politica

Nei focus group<sup>5</sup> abbiamo notato l'assenza di una delle attività più legate alla cultura giovanile soprattutto nel nostro paese<sup>6</sup>. Tale tendenza è confermata dalla analisi dei dati. L'attività politica non è o non è più una attività collettiva: il grafico mostra un gradimento assoluto tendente al disinteresse. L'attività politica rientra dunque nel novero delle attività specialistiche<sup>7</sup>. La visione relativa puntualizza la dimensione del gradimento: 27 giovani, pari al 10% del campione mostrano un apprezzamento positivo. L'analisi evidenzia come l'interesse è equamente diviso fra i sessi (14 ragazze e 13 ragazzi). A conferma della tendenza ad una parificazione dei generi per gli

5

Si veda il supplemento speciale a Taxi nr. 4, mensile del quartiere di Oltrisarco, Aslago, Maso della Pieve, Bolzano, aprile 2011.

6

*Il nostro paese, invece (il riferimento è alla Gran Bretagna, n.d.r.), nel periodo del secondo dopoguerra ha visto una politicizzazione molto spinta dei giovani che si coagulavano intorno a formazioni politiche profondamente radicate nel territorio, e solitamente (ma non necessariamente, come testimonia l'esistenza del movimento*

**«Chattare» è un'attività sociale che accompagna la quotidianità dei giovani e in particolare delle ragazze.**

**Studiare piace mediamente senza distinzione d'età o di genere.**

GRAFICO 10

Stare con gli amici mi interessa...

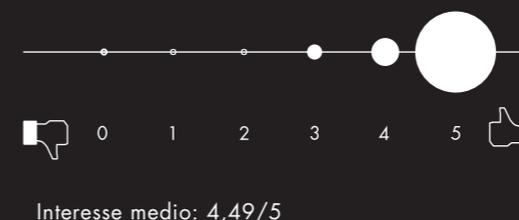


GRAFICO 13

Studiare mi interessa...

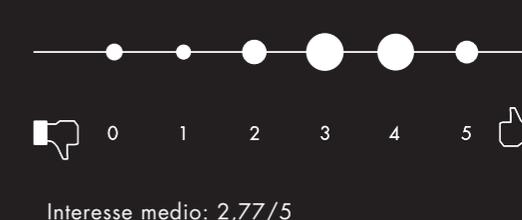


GRAFICO 11

Stare in famiglia mi interessa...



GRAFICO 14

L'attività politica mi interessa...



GRAFICO 12

Chattare mi interessa...

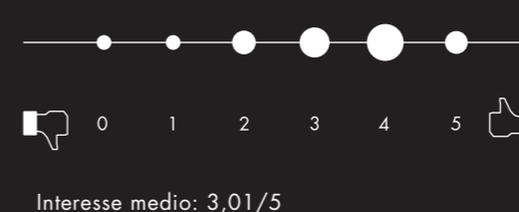
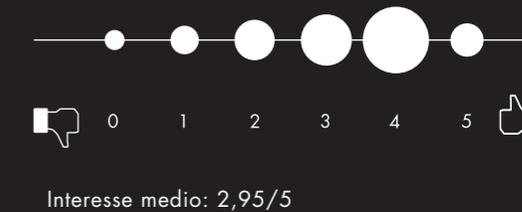


GRAFICO 16

Guardare la TV mi interessa...



interessi complessi («suonare uno strumento», «l'attività politica», «la cultura artistica», «la cultura scientifica») seppur nel caso specifico dell'attività politica si noti una prevalenza relativa del gradimento leggermente a favore dei maschi (1,25 contro 1).

Abbiamo approfondito il profilo di coloro che si sono detti interessati o molto interessati a «l'attività politica». Il confronto con l'andamento generale (grafico 15) evidenzia ancora una volta che chi coltiva una attività specialistica o un interesse specifico mostra una maggiore propensione verso attività e interessi complessi come: «suonare uno strumento», «la cultura artistica», «la cultura scientifica», «studiare». Questa considerazione riallinea parzialmente lo scollamento della catena storica fra musica, cultura, giovani e politica e la proietta in una dimensione individuale o di micro-collettività come possono essere quelle dei gruppi musicali (vedi paragrafo 2.1.1, grafico 28).

Infine va rilevata una maggiore predisposizione da parte degli interessati di politica verso le attività famigliari.

### 1.3.8 TV e Web

«Guardare la TV» rientra nella sfera delle attività accessorie. L'esplosione delle preferenze {grafico 16} indica una specificità di natura «ordinaria». Ciò significa, che malgrado sia un'azione quotidiana (vedi capitolo 3, grafico 33), essa non è percepita come un valore specifico. Un confronto con una attività altrettanto quotidiana, ma più identificativa di una generazione, come «navigare in internet» può aiutare a comprendere l'ordine del discorso.

*radicale) di partito, dove i poli destra / sinistra spaccavano le adesioni e le lealtà. (...) Oggi pure in Italia, in parte forse grazie all'andamento delle vicende politiche nazionali, i giovani si allontanano sempre più dalla vita di partito: ma non per questo li vediamo configurarsi in sottoculture di resistenza. Pedretti R., Vivanti I., Dalla lambretta allo skateboard. Teoria e storia delle sottoculture giovanili britanniche (1950—2000), p. 11—12, Milano 2009.*

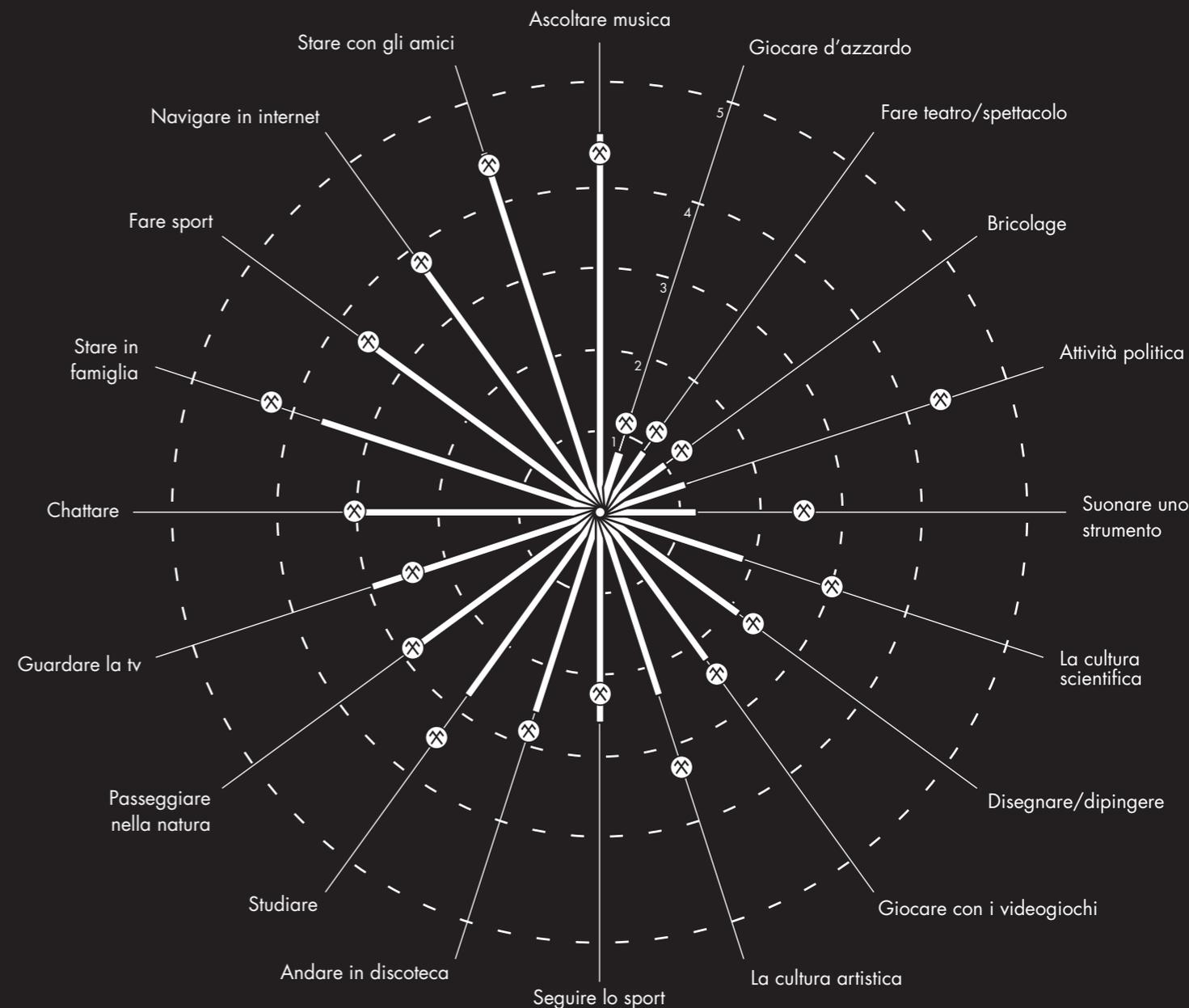
#### 7

Eventuali dubbi legati all'età del campione sono legittimi ma non attendibili per il nostro campione: la sezione degli interessi politici per età evidenzia una decisa crescita del gradimento verso i 17 anni che nei due anni successivi si stabilizza.

**La politica non rientra più nelle sfere delle attività collettive dei giovani. Interessa ristretti gruppi spesso legati fra loro da altri interessi complessi.**

**Guardare la TV è un'attività quotidiana percepita come ordinaria, navigare in internet è un'attività quotidiana percepita come straordinaria.**

GRAFICO 15  
Generale — Attività politica  
Analisi comparata



⊗ politicamente attivo

Valori di interesse da 0 a 5



Il paragone fra i due grafici mostra come «navigare in internet» {grafico 17} raccolga preferenze più entusiastiche (105 preferenze positive contro 177). A tali preferenze non corrisponde un maggior numero di ore medio di fruizione (vedi capitolo 3, grafico 33). Se dunque entrambe le attività possono essere considerate quotidiane, la percezione della prima è «ordinaria», mentre la percezione della seconda è «straordinaria», ossia la domanda sul gradimento della navigazione provoca una risposta, e dunque una percezione, «animata». Abbiamo provato ad interrogarci sulle ragioni della differenza fra «guardare la TV» e «navigare in internet». A nostro avviso la preferenza che il web guadagna sulla televisione va identificata come preferenza aggregativa: il web integra una serie di attività (chattare, stare con gli amici, ascoltare la musica) che abbiamo visto essere particolarmente care ai giovani e che sono precluse alla televisione. D'altro canto ciò non deve indurre a pensare ad una fase discendente della fruizione televisiva per il giovani. Come vedremo più avanti, la televisione è presente nel panorama simbolico, sia come attore comprimario nel ciclo di ridondanza fra i differenti canali, che come attore protagonista nell'articolazione della narrazione simbolica (vedi capitolo 3).

**1.3.9 Videogiochi**

L'esplosione delle preferenze dell'attività «giocare con i videogiochi» {grafico 18} indica come sia una azione ampiamente praticata. Altresì non sembra in grado di fare breccia nel cuore collettivo dei giovani: per essa, se escludiamo le 72 indicazioni di chi ha dichiarato di non giocare, le preferenze si distribuiscono parimenti sull'intera gamma dei giudizi con una tendenza ai valori neutri. L'attività «giocare ai videogiochi» va dunque intesa come un'attività accessoria non emblematica. In parte ciò è dovuto alle differenze in seno al genere (vedi grafico 2).

**1.3.10 Passeggiare nella natura**

Quanto visto per i videogiochi vale per «passeggiare nella natura» {grafico 19}. È questa una attività accessoria per eccellenza, la cui percezione si assesta su livelli medi. Vale l'indicazione già esplicitata di una preferenza femminile (vedi grafico 2).

**Giocare ai videogiochi è una attività accessoria che interessa un buon numero di giovani, ma non è in grado di veicolare valori complessi.**

**Passeggiare nella natura è una attività accessoria.**

GRAFICO 17  
Navigare in internet mi interessa...

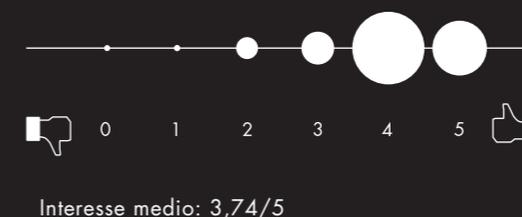


GRAFICO 20  
Giocare d'azzardo mi interessa...

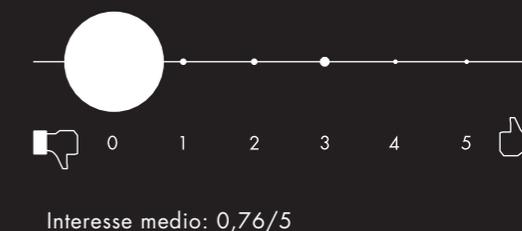


GRAFICO 18  
Giocare con i videogiochi mi interessa...

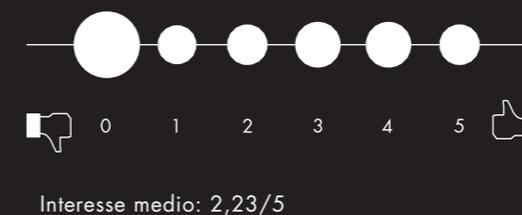


GRAFICO 21  
Andare in discoteca mi interessa...

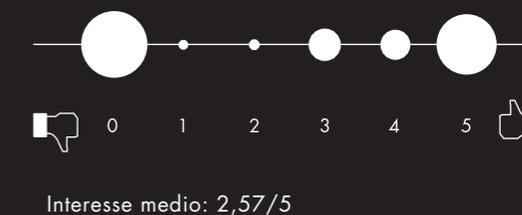
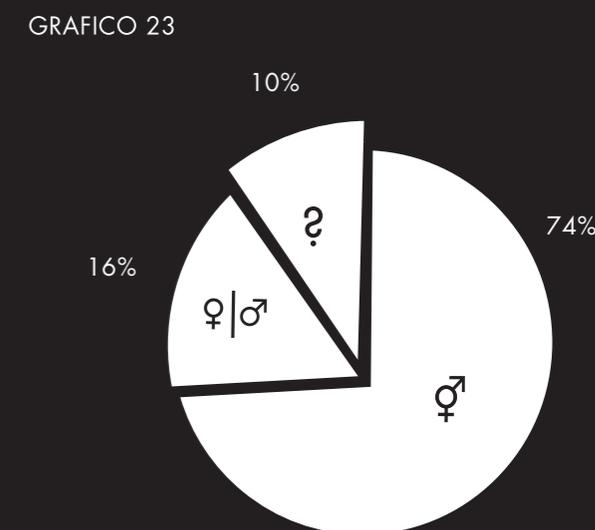
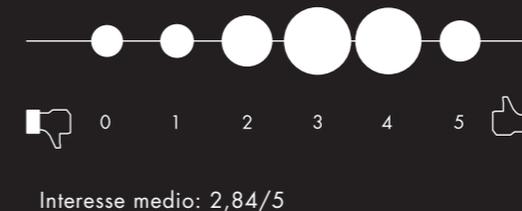


GRAFICO 19  
Passeggiare nella natura mi interessa...



**1.3.11  
Giocare d'azzardo**

La liberalizzazione del gioco d'azzardo degli ultimi anni ha alimentato un allarme sociale sulle dipendenze giovanili. Tale allarme nei focus group<sup>8</sup> ha trovato una conferma: il gioco d'azzardo ed in particolare il poker è fra gli argomenti prevalenti. Contrariamente, la ricerca tramite questionari posiziona il gioco d'azzardo come l'attività di minore interesse assoluto per i giovani (grafico 20). L'analisi relativa vede: 204 ragazzi pari al 77,9% hanno dichiarato di non giocare o di essere interessati pochissimo; 20 ragazzi pari al 7,6% del campione hanno mostrato un interesse forte o fortissimo. Di questi 15 sono ragazzi e 5 sono ragazze.

Altri due indicatori permettono di approfondire la questione:

a) il gioco d'azzardo è vietato ai minori di 18 anni, abbiamo dunque ridotto il campione ai soli maggiorenni, ma il risultato non è variato e l'apprezzamento medio è salito di una percentuale non significativa (0,82 contro 0,75). Dunque la prospettiva di un panorama peggiore di quello indicato è, dati alla mano, da scartarsi.

b) il tasso di gradimento collettivo. Nella analisi specifica (vedi paragrafo 2.1.1, grafico 28) sul tasso di gradimento collettivo, il gioco d'azzardo ottiene risultati importati. Riteniamo che ciò sia testimonianza di una attività che si svolge prevalentemente in situazioni ludiche. Ciò conforterebbe anche il dato relativo al poker (il gioco d'azzardo più popolare praticato in gruppo) rilevato nei focus group<sup>9</sup>. In ogni caso non è nella natura di questa ricerca

dire se l'evidenza di una attività ludica collettiva abbassi o meno il rischio in prospettiva, di certo scarta buona parte delle ipotesi relative a dipendenze conclamate e mette in mostra come l'allarme sia più di natura culturale che di natura sociale.

8

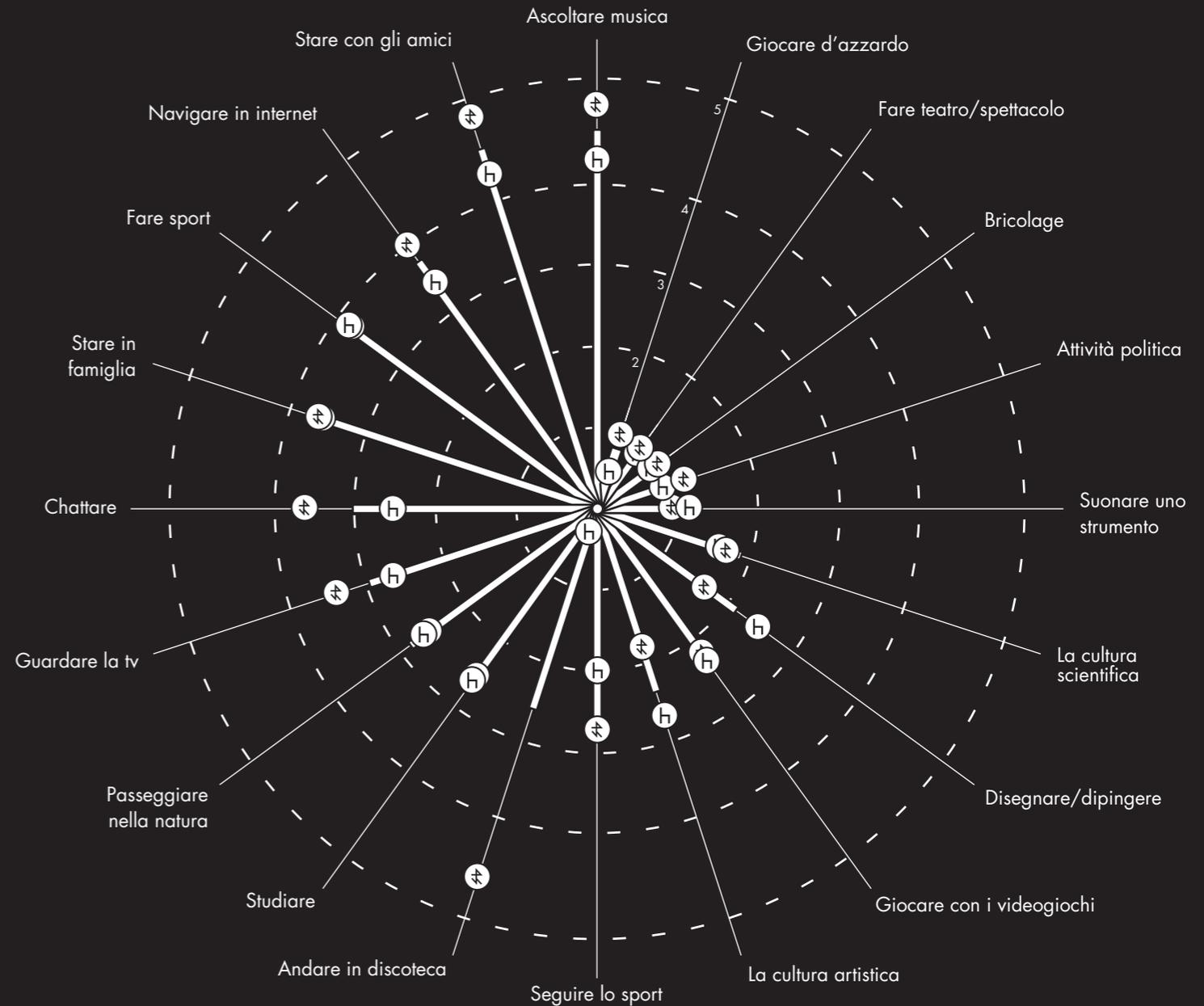
Si veda il supplemento speciale a Taxi nr. 4, mensile del quartiere di Oltrisarco, Aslago, Maso della Pieve, Bolzano aprile 2011.

9

Si veda il supplemento speciale a Taxi nr. 4, mensile del quartiere di Oltrisarco, Aslago, Maso della Pieve, Bolzano aprile 2011.

**Il gioco d'azzardo è l'interesse che ha ottenuto il minor gradimento assoluto. Si tratta di una attività ludica prevalentemente maschile e spesso condivisa.**

GRAFICO 22  
Generale — Andare in discoteca  
Analisi comparata



⊕ apprezza la discoteca  
⊖ non apprezza la discoteca

Valori di interesse da 0 a 5  
0 1 2 3 4 5

### 1.3.12

#### Discoteca

L'andamento delle preferenze {grafico 21} di «andare in discoteca» mostra una polarizzazione del gradimento: chi non va in discoteca o ci va molto poco uguaglia numericamente chi apprezza molto o moltissimo andarci (rispettivamente 92 e 103 preferenze).

Per individuare il profilo dei due gruppi emersi abbiamo messo a confronto gli interessi di chi va in discoteca con gli interessi di chi non va in discoteca. Il grafico 22 mette in mostra una preferenza per le attività manuali e contemplative («la cultura artistica», «disegnare, dipingere», «il bricolage», «passeggiare nella natura») per chi non ama andare in discoteca. Invece chi ama andare in discoteca si dimostra in generale più attivo, con una particolare predisposizione alle attività sociali («chattare», «stare con gli amici», «stare in famiglia», «navigare in internet») seguita da un maggior interesse per l'attività fisica, vissuta sia in maniera attiva che in maniera passiva.

### 1.3.13

#### Altre attività creative

Si tratta di attività generalmente di nicchia in cui il basso gradimento assoluto è motivato dalla prevalenza di coloro che hanno dichiarato di non dedicarsi a nessuna di esse. Il dato va dunque analizzato nell'ambito relativo delle attività specialistiche. Scopriamo allora che, su 262 intervistati, ad 85 interessa molto e moltissimo «disegnare o dipingere», a 27 «fare spettacolo» e a 28 «fare bricolage». I numeri sono confortanti perché indicano un interesse in percentuali del campione che vanno dal 10% al 30%.

L'analisi dedicata alle attività e agli interessi condivisi intende mappare l'universo delle attività di gruppo, la struttura aggregativa e gli argomenti.

**La frequentazione delle discoteche polarizza gli interessi più di ogni altra attività mappata. Chi ama andare in discoteca mostra un maggiore attivismo sociale e una maggiore propensione per le attività fisiche. Chi non ama andare in discoteca preferisce le attività manuali e contemplative.**

**Le attività creative sono attività specifiche che ottengono un buon apprezzamento relativo.**

GRAFICO 24  
Struttura generale delle compagnie

Quanti siete in compagnia?

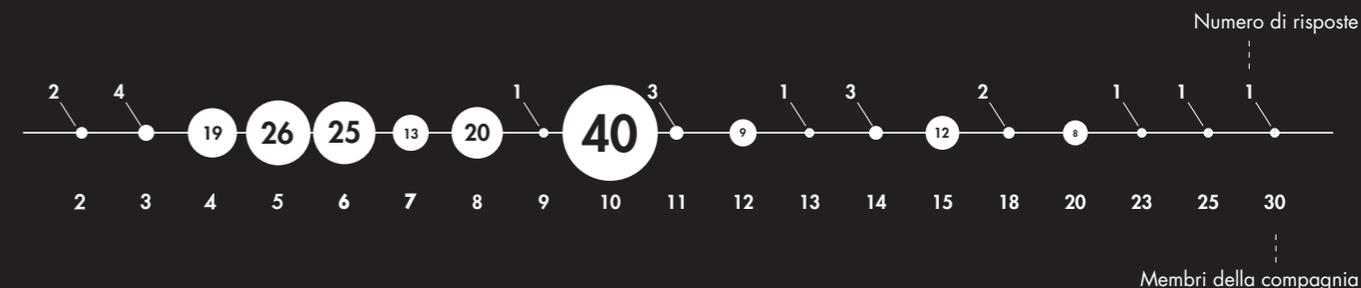
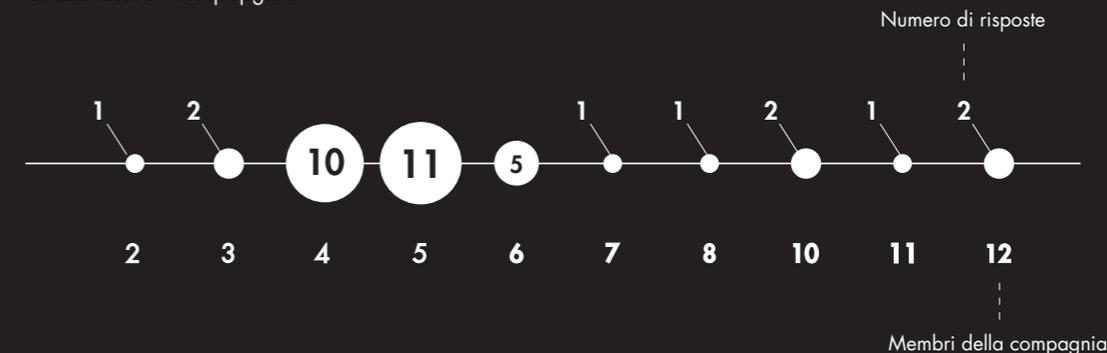


GRAFICO 25  
Struttura delle compagnie monogenere

Quanti siete in compagnia?



## 2 Attività collettive e interessi condivisi

### 2.1

#### Compagnie

Il 90% dei ragazzi intervistati ha dichiarato di frequentare una compagnia. 194 compagnie sono miste, 41 sono monogenere e 27 non dichiarate (grafico 23). Le compagnie monogenere sono equamente divise fra compagnie monogenere maschili (19) e femminili (22) e non sono correlate all'età.

La maggior parte delle compagnie è composta da piccoli gruppi il cui numero varia da 4 a 10 membri (148 risposte su 235) (grafico 24). 10 membri è anche il valore, probabilmente approssimativo, maggiormente indicato. I gruppi medi (da 10 a 20 membri) sono 38, mentre i grandi gruppi (>20) o i piccolissimi gruppi (<4) sono poco rappresentativi.

Nel caso delle compagnie monogenere (grafico 25) la composizione media si abbassa a 5,45, scompaiono i grandi gruppi e si solidificano i piccoli gruppi con una prevalenza di compagnie composte da 4 a 6 membri.

#### 2.1.1

#### Attività delle compagnie

Il grafico 26 evidenzia come la compagnia sia fedele alla sua definizione di gruppo che si forma intorno al desiderio di tenersi compagnia: le attività di compagnia generiche come «andare in giro/al bar» sono quelle indicate come prevalenti. Nella scala delle attività più comuni seguono le attività quotidiane come «studiare» e quelle straordinarie legate al tempo libero: «andare al cinema», «fare shopping», «andare in discoteca» o quelle legate ad una attività specifica: «suonare» o «fare sport». Il dato relativo a «suonare» è significativo perché, pur rientrando nelle attività specialistiche minori, ottiene un risultato di rilievo. Ciò è indice di una forte percezione del valore aggregativo legato alle attività musicali, che a sua volta dona alle compagnie una altrettanto forte identità di gruppo.

**Le compagnie sono prevalentemente miste.**

**7,15 membri: la composizione media delle compagnie.**

**I giovani si incontrano principalmente per stare insieme.**

GRAFICO 26  
Attività delle compagnie

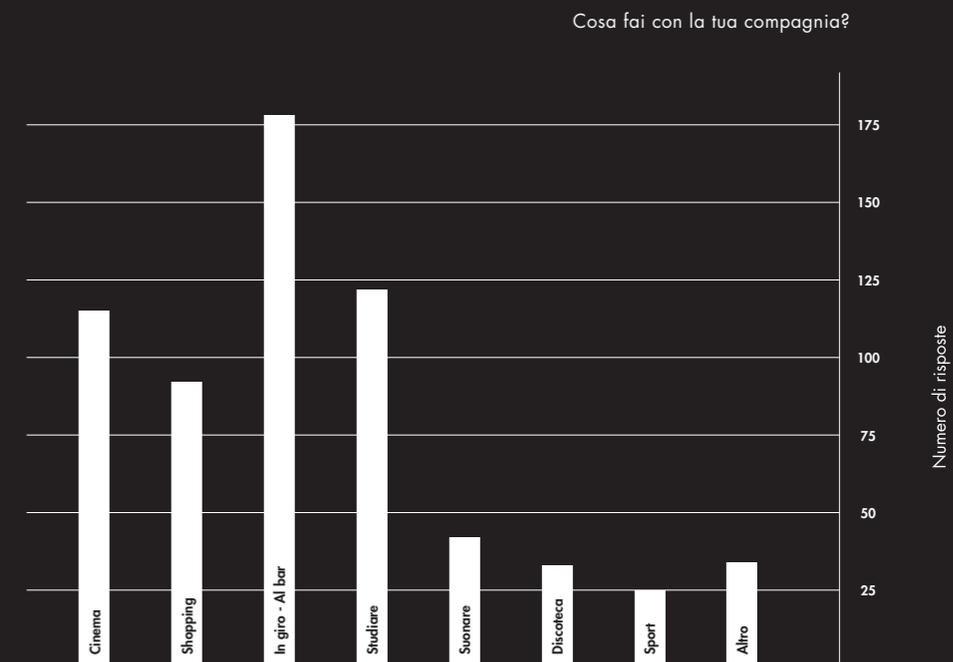
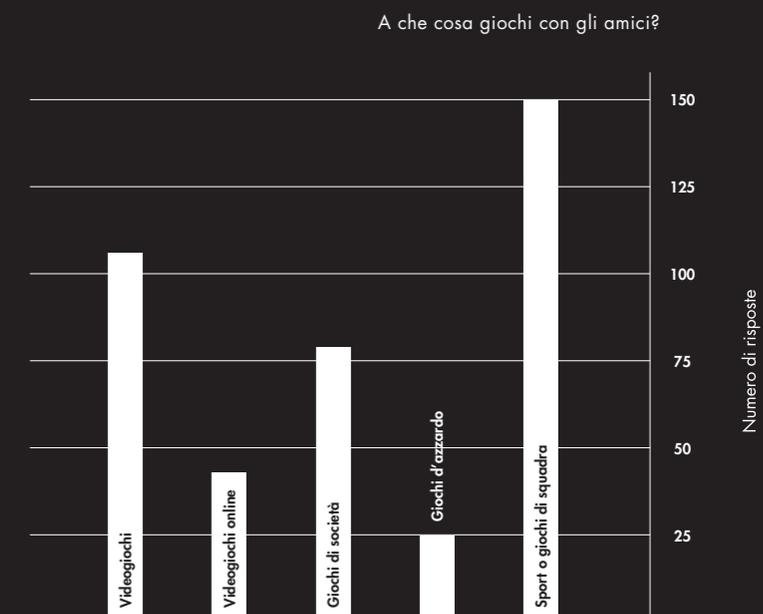


GRAFICO 27  
Attività ludiche condivise



Le attività più strettamente ludiche delle compagnie {grafico 27} confermano il gradimento dei giovani per lo sport inteso come momento di svago collettivo. Seguono i videogiochi e i giochi di società.

Al fine di comprendere meglio il livello di gradimento delle attività legate all'intrattenimento abbiamo messo a confronto gli indici di gradimento delle attività per le quali i giovani hanno dichiarato di incontrarsi con gli amici {grafico 28}. I dati ci aiutano ad ottenere una scala di valore rispetto al gradimento condiviso e a rispondere implicitamente alla domanda: quale apprezzamento per l'attività svolta in gruppo?

I risultati evidenziano come «fare sport» con una media di 4,25/5 sia superiore ad ogni altra attività di gruppo. In continuità con quanto rilevato sinora (vedi grafico 2) l'interesse per le attività sportive condivise è più maschile che femminile, ma la percentuale (59% maschi, 49% femmine) non indica un'esclusività di genere. Fra le attività condivise segue «suonare uno strumento» con una media di gradimento pari a 4,13/5. «Andare in discoteca» ottiene una media di 3,82/5, mentre «giocare ai videogiochi», «giocare d'azzardo» e «studiare» ottengono rispettivamente medie di: 3,44/5; 3,29/5; 3,09/5.

Da notare la differenza fra il gradimento per «suonare uno strumento» e quello relativo ad attività più specificatamente ludiche come «giocare ai videogiochi» o «giocare d'azzardo», e seppure in tono minore, «andare in discoteca». Il distacco in media di circa mezzo punto percentuale evidenzia come le attività siano percepite come godibili nel momento in cui incontrano e disegnano la persona in relazione ad una capacità armonica ad un gruppo. Malgrado i giovani si incontrino principalmente per stare insieme, si divertono quando fanno qualcosa insieme e, più l'attività condivisa è «faticosa», più è percepita come piacevole.

## 2.2 Argomenti

Gli argomenti sono un ulteriore vettore di informazioni sugli interessi giovanili. All'interno della nostra ricerca rivestono un ruolo determinante perché consideriamo la loro capacità proiettiva. I discorsi più frequenti ruotano intorno alla scuola {grafico 28}: uno scambio di informazioni ma anche un vettore di comunanze. Allo stesso livello de «la scuola» troviamo «l'amicizia» un valore che è sempre al centro della sfera giovanile e che nel nostro rilevamento è accompagnato dal sentimento de «l'amore» e dall'attività sessuale connessa.

**Il gradimento delle attività collettive mostra una tendenza direttamente proporzionale alla complessità della attività condivisa.**

GRAFICO 28  
Gradimento delle attività condivise

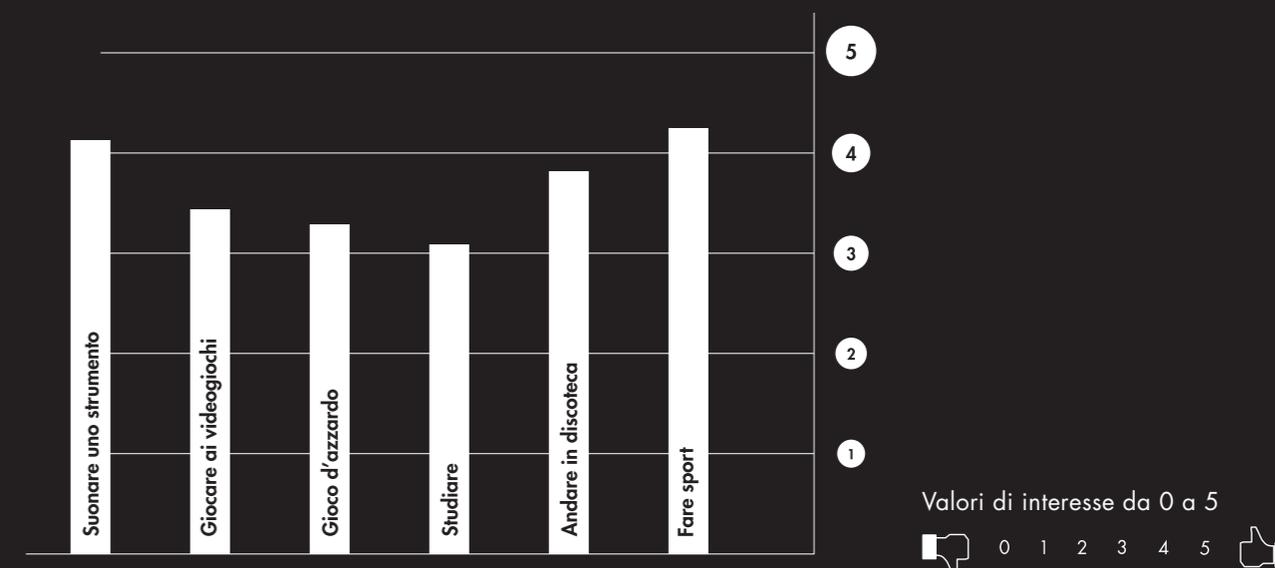
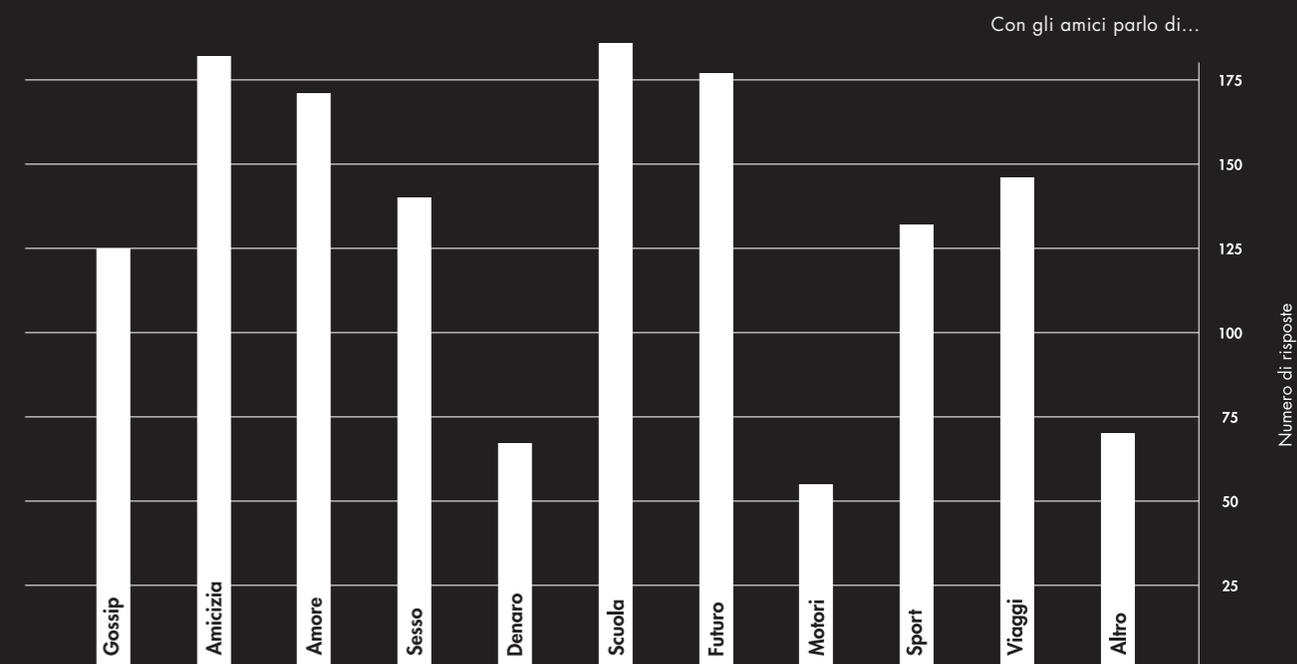


GRAFICO 29  
Argomenti



Le discussioni su «il futuro», una categoria giovane per definizione, occupano un ruolo centrale. «Lo sport» e «il gossip» sono superati dalle suggestioni sollevate da immaginari più onirici come quelli evocati dai viaggi. Da rilevare lo scarso interesse per «i motori», uno status symbol in fase calante.

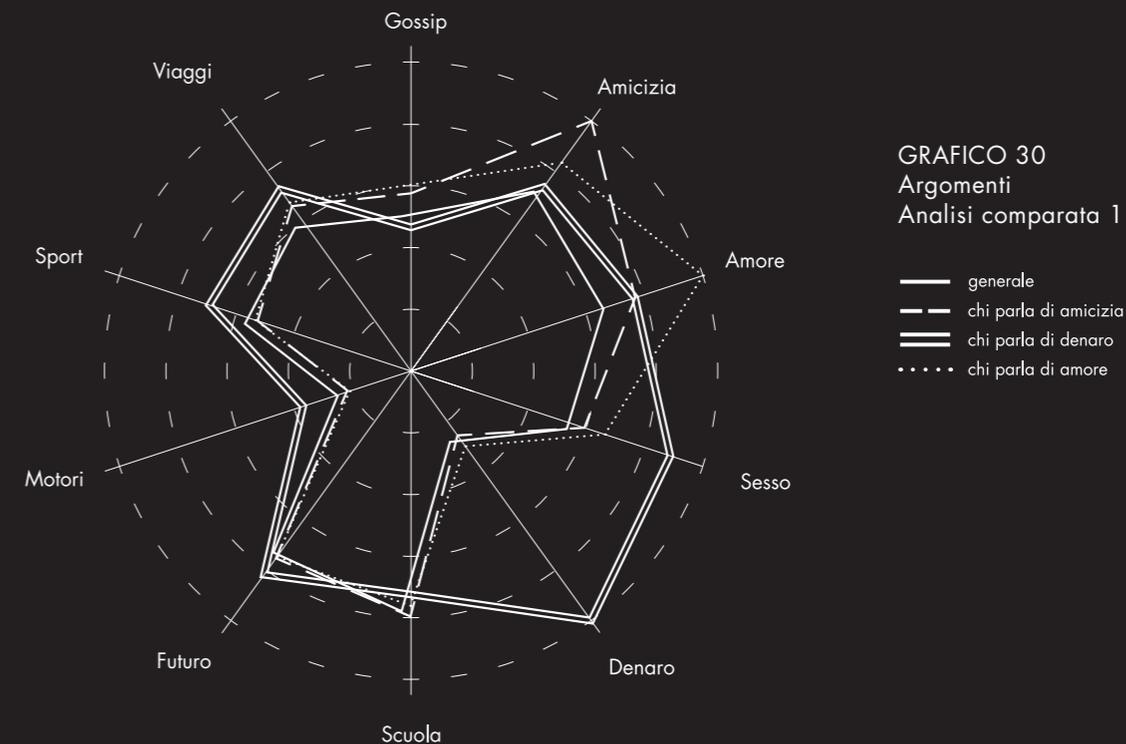
Al fine di comprendere le corrispondenze fra i diversi argomenti e dunque decostruire in parte gli immaginari giovanili, abbiamo individuato gli scostamenti rispetto all'andamento generale di singoli argomenti. Ciò permette di ipotizzare ponti culturali fra un argomento e l'altro. Chi parla d'amicizia {grafico 30}, parla più della media d'amore e di gossip. Chi parla di amore {grafico 30} parla più della media d'amicizia e di sesso. Chi parla di denaro {grafico 30} parla decisamente più della media di sesso, motori, sport e futuro. Chi parla di sesso {grafico 31} parla più della media di denaro, amore e futuro. Chi parla di futuro {grafico 31} parla più della media di scuola e viceversa.

In generale le ragazze sono più propense a condividere un argomento {grafico 32}. I maschi parlano maggiormente di sport, mentre le femmine hanno una predilezione per i sentimenti, i viaggi ed il pettegolezzo. La maggiore aderenza a valori meno complessi o onirici e più tangibili da parte dei ragazzi, si rileva anche nel maggior apprezzamento maschile per l'argomento denaro, che invece nelle preferenze femminili risulta minoritario.

**Scuola, amicizia, futuro e amore sono gli argomenti principali dei giovani.**

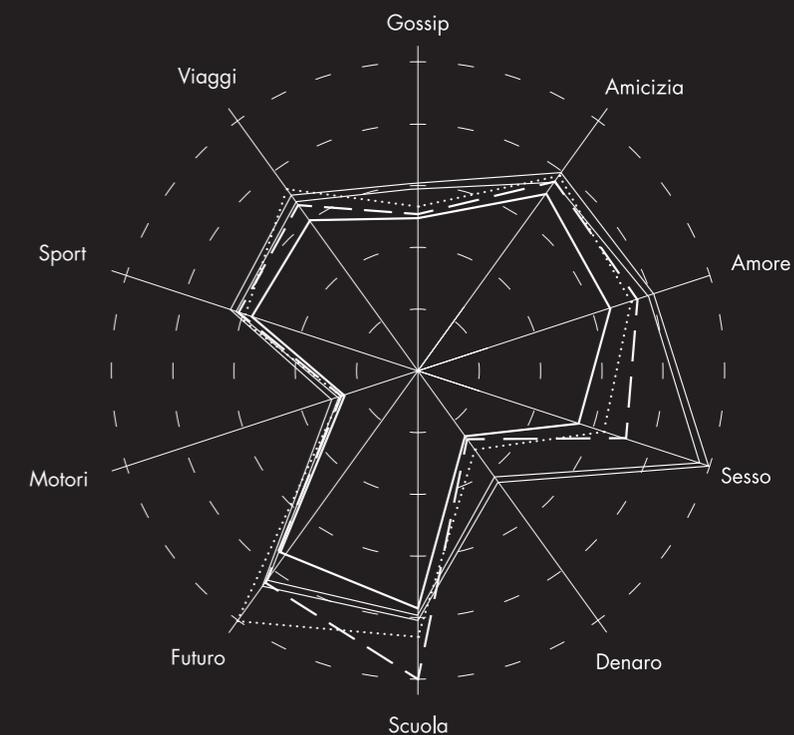
**I ponti fra un argomento e l'altro mostrano i collegamenti che strutturano le proiezioni dei giovani.**

**Le ragazze affrontano argomenti più complessi, i ragazzi argomenti più tangibili.**



**GRAFICO 31**  
Argomenti  
Analisi comparata 2

- generale
- ==== chi parla di sesso
- - - chi parla di scuola
- ..... chi parla di futuro



### 3 Mass media

L'analisi sugli strumenti di diffusione e fruizione dei contenuti culturali è utile ad individuare un eventuale approccio generazionale agli stessi e verificare alcune delle teorie più importanti che stanno alla base di questo stesso progetto<sup>10</sup>.

Le ore spese a navigare in internet superano in media le ore spese davanti alla televisione (2,30 web contro 1,96 TV). Il grafico 32 mostra come la prevalenza media della navigazione online sia frutto dei pochi utenti che dichiarano di navigare per più di quattro ore al giorno. Se escludiamo tali indicazioni che lasciano intravedere una patologia, le medie si posizionano su valori simili (1,73 web contro 1,75 TV).

10

Si veda il capitolo "La camera diventa digitale? Un'introduzione alle nuove e alle vecchie memorie dall'universo giovanile", pag.11

**Web e TV si dividono le ore che i giovani passano davanti allo schermo.**

#### 3.1 Televisione

Nel paesaggio contemporaneo dei media, la televisione si propone come il contenitore della grande narrazione collettiva sia essa ordinaria o straordinaria: le storie, appartengano esse alla narrativa o all'epopea sportiva, sono al centro degli interessi dei giovani (grafico 35).

In media i ragazzi passano 15 minuti in più davanti alla TV rispetto alle proprie coetanee di sesso femminile (125 ragazzi contro 110 ragazze). Se escludiamo la preferenza maschile per lo sport e una leggera preferenza per i cartoni animati, le ragazze mostrano in generale maggiore dinamismo nella fruizione televisiva. Il dato sull'apprezzamento femminile per i video musicali conferma la maggiore predisposizione delle ragazze per i contenuti culturali mediati dalla musica.

**La TV è il contenitore della «grande» narrazione collettiva.**

**Le storie, lo sport e i cartoni animati sono i prodotti televisivi preferiti dai ragazzi. Le ragazze confermano la passione per le storie, ma si distinguono per una maggiore attenzione verso i video musicali.**

GRAFICO 32  
Argomenti maschili e femminili  
Analisi comparata

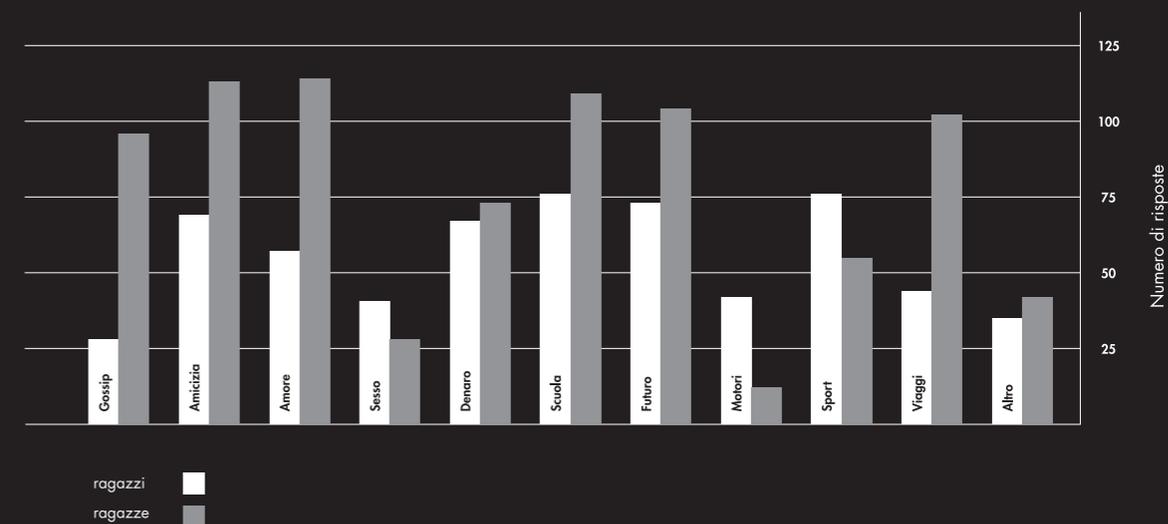
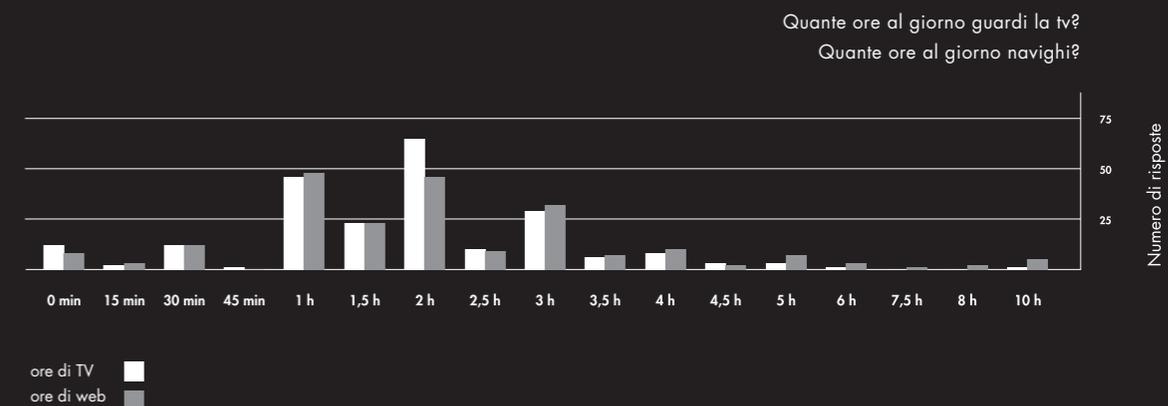


GRAFICO 33  
Ore di TV e ore di web al giorno



### 3.2 Web

Social network e canali video sono due catalizzatori di contenuti alimentati dagli utenti. Come indica il grafico 36 essi dominano incontrastati la fruizione sul web. Abbiamo dunque chiesto ai ragazzi di indicare i contenuti che sono soliti condividere {grafico 37}. I video musicali ottengono il maggior numero di indicazioni. Il dato è una ulteriore conferma della centralità della musica nella genesi dei contenuti culturali giovanili, nonché della dimensione multicanale della comunicazione, in cui i contenuti producono una eco che si muove da un media all'altro. Le similitudini dei contenuti fruiti attraverso i diversi media, suggeriscono una forte ridondanza dell'informazione e rafforzano la presenza della mitografia di massa.

All'interno di questo quadro omogeneo con quanto i grandi media di massa hanno prodotto, il dato sulla condivisione di «stranezze» apre il ragionamento ad ipotesi di frontiera che abbiamo in diversa maniera approcciato nel progetto complessivo di ricerca<sup>11</sup>.

#### 11

L'accesso e la circolazione di contenuti «bizzarri» è una delle caratteristiche peculiari e «meravigliose» del web. Attraverso questi canali culturali si aprono nuove narrative più o meno fantastiche, le cui conseguenze sulla genesi e sui modelli interpretativi della realtà devono essere ancora oggetto di approfondimento.

**Il web per un verso fa risuonare ciò che è noto, per l'altro apre nuovi scenari per la produzione e la condivisione di contenuti culturali.**

GRAFICO 34 Programmi TV

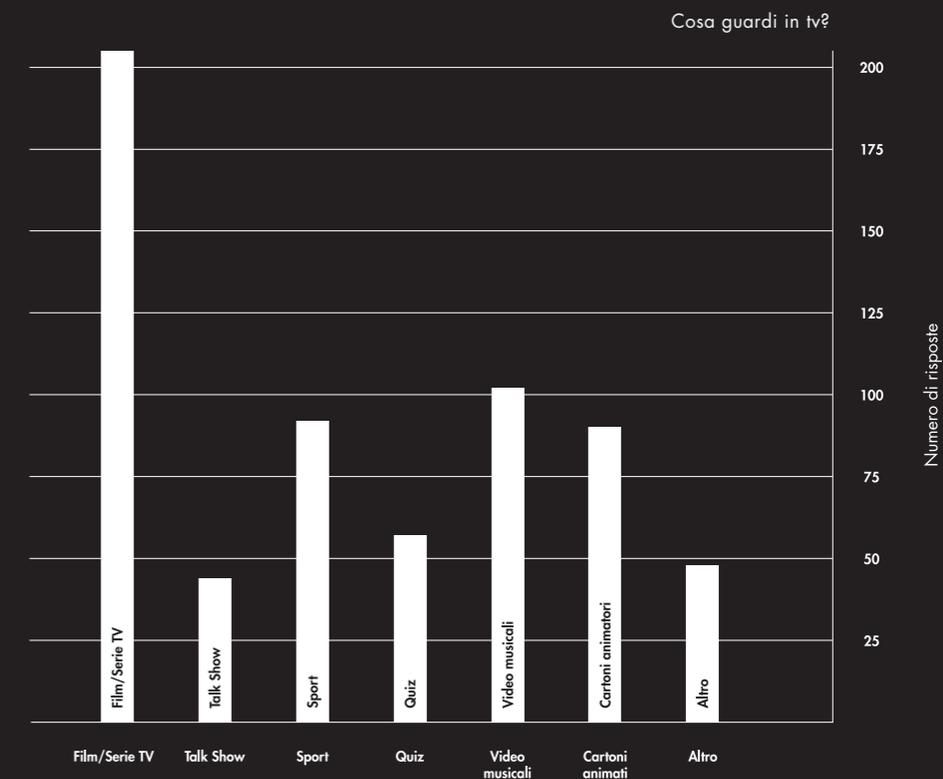
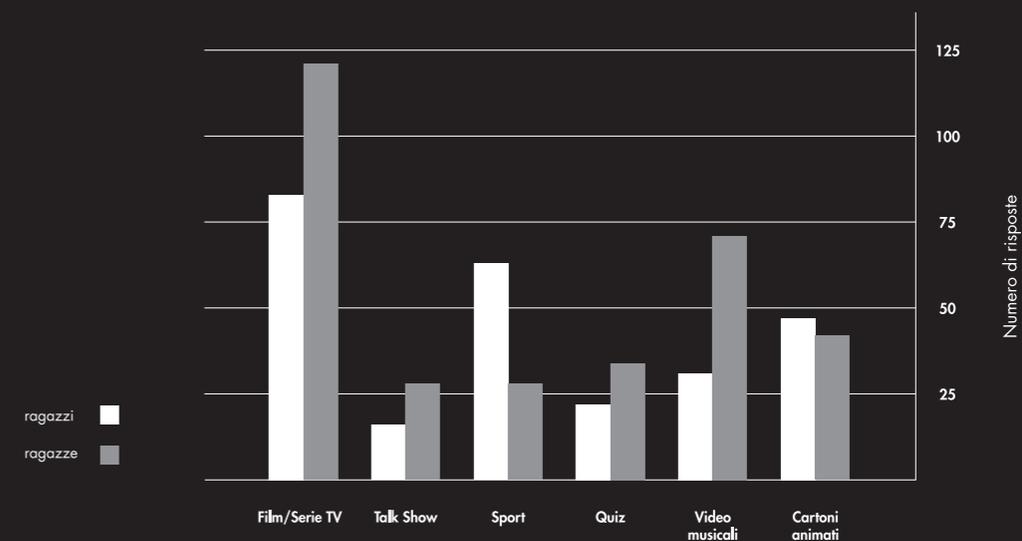


GRAFICO 35 Preferenze TV maschili e femminili  
Analisi comparata



## 4 Rappresentazioni

Il capitolo dedicato alle rappresentazioni approfondisce a seguito dell'analisi sui mass-media l'indagine mitografica da una prospettiva individuale.

### 4.1 Collezioni

Le collezioni sono una passione ed un veicolo di rappresentazione. Della passione del collezionista si dica in estrema sintesi che tratta la sfera degli affetti: collezionare significa prima di tutto togliere dalla circolazione, proteggere, musealizzare<sup>12</sup>. Tali considerazioni sono utili alla nostra indagine nella misura in cui aiutano a definire la sfera rappresentativa e affettiva dei giovani.

12

Una delle argomentazioni più convincenti sulla natura del collezionismo resta quella di Walter Benjamin. Benjamin W., *Parigi. La capitale del XIX secolo*, in Benjamin W., *Angelus Novus*, ed. 1995, Torino, p.154

Il 30% dei giovani intervistati ha dichiarato di possedere una collezione {grafico 38}.

Non abbiamo un termine di paragone assoluto, non sappiamo in media quale percentuale della popolazione ritenga di definirsi proprietaria di una collezione, ma il buon senso ci induce a pensare che si tratti di una percentuale inferiore al 30%. Se il nostro ragionamento è dunque valido possiamo dire che collezionare è una attività giovane. Nelle prossime pagine cercheremo di capire il perché.

Il profilo di chi ha indicato di possedere una collezione equivale al profilo generico del campione {grafico 39}. Se escludiamo il gradimento relativo ad «andare in discoteca», in generale si nota un maggior interesse medio diffuso per tutti gli altri interessi, a testimonianza di una maggiore vitalità complessiva.

Abbiamo rilevato collezioni di qualsiasi genere, dalle bambole ai sottobicchieri. Al fine di avere dati valutabili abbiamo aggregato le collezioni {grafico 40} in «collezioni tradizionali» (numismatica, cartoline, libri, fotografie, miniature, modellini...); «grandi passioni di massa»

**I giovani hanno una predisposizione al collezionismo.**

**Le collezioni sono uno specchio delle esperienze significative dei giovani.**

GRAFICO 36  
Preferenze web

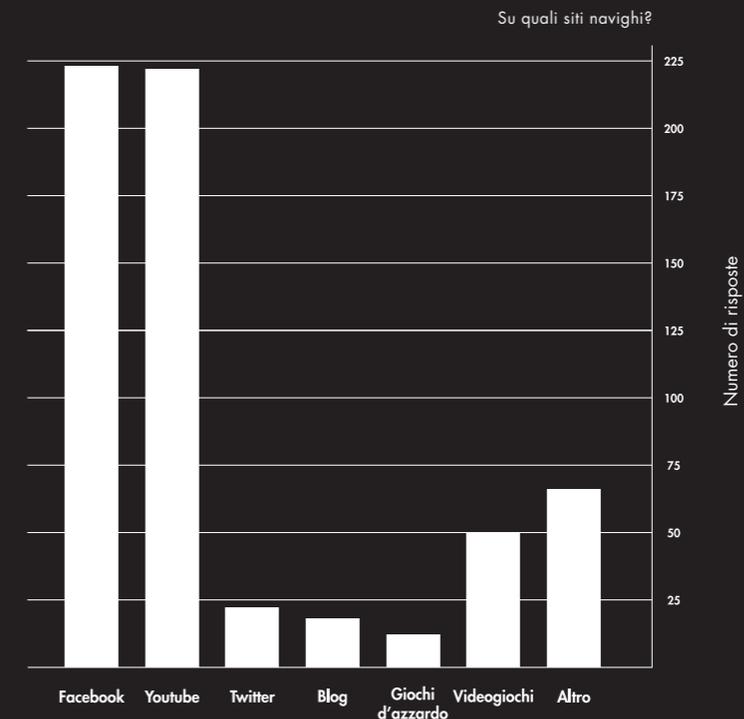


GRAFICO 38  
Collezionisti

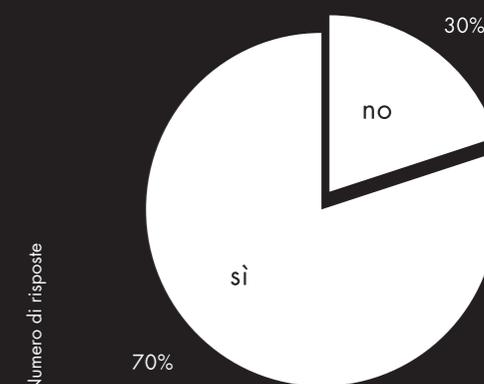
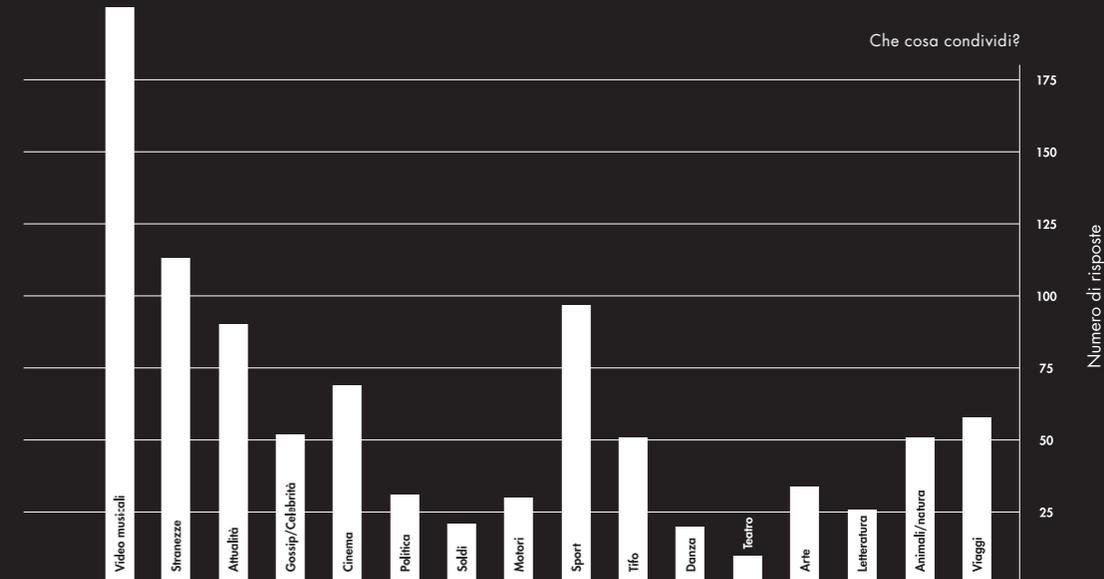


GRAFICO 37  
Condivisibili online



(dischi, poster, magliette da calcio, chitarre...); «cimeli di vita vissuta» (accendini, tappi, etichette, bottiglie, sottobicchieri, volantini...) e «stranezze» (buddha, disegni, sassi, cactus, gufi, deodoranti...).

38 giovani sono collezionisti «tradizionali». Per 31 giovani collezionare significa celebrare una grande passione di massa. In questo caso i temi sono quelli che abbiamo ripetutamente incontrato nell'immaginario giovane: la musica e lo sport. 12 sono collezionisti di stranezze, sono questi casi particolari, che danno spazio al valore della creatività e della meraviglia. Infine 26 sono collezionisti di oggetti di vita vissuta, o se si preferisce, di esperienze. I loro cimeli sono particolarmente interessanti perché trasformano in feticcio il ricordo felice e dunque forniscono uno sguardo sull'esperienza giovanile.

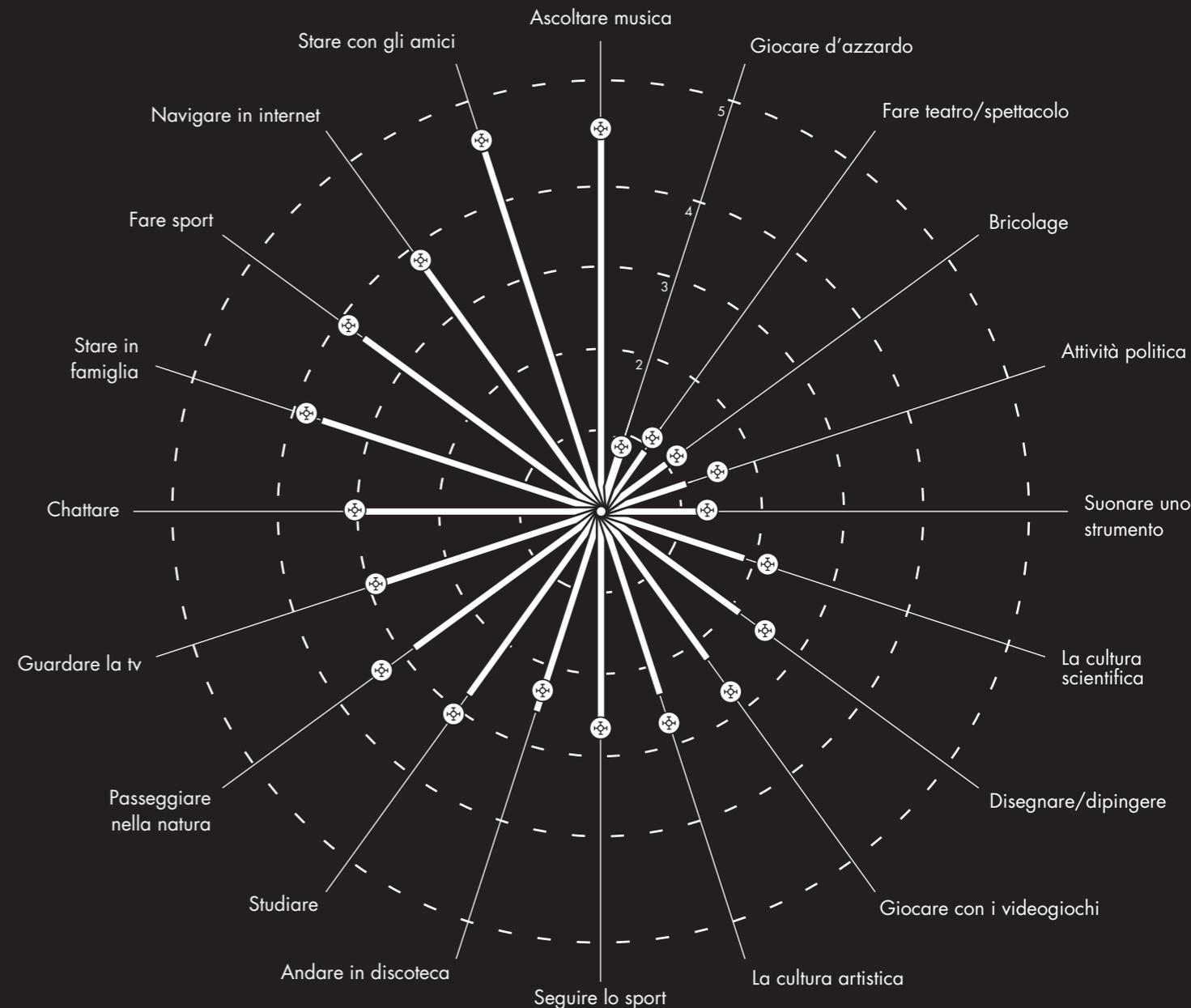
L'esplosione delle collezioni dedicate ai cimeli di vita vissuta {grafico 41} mostra come essi siano rappresentativi di attività e/o di momenti considerati straordinari.

I cimeli delle attività straordinarie legate al fumo (accendini, pacchetti di sigarette, cerini) e al bere (sottobicchieri, bicchieri, lattine, bottiglie) sono i più collezionati. Seguono quelli legati ad occasioni straordinarie (biglietti di ingresso degli eventi musicali o sportivi), o ad oggetti speciali indefiniti. In coda alle preferenze i cimeli legati alla moda (le etichette o le scarpe) o i ricordi legati a momenti d'affetto, conoscenza, gioco, conquista (mutandine o reggiseni).

Data la delicatezza di alcuni dei rilievi emersi, crediamo che l'insieme della ricerca possa contribuire a definirne meglio la portata. Gli oggetti legati al consumo di tabacco e alcool rappresentano il desiderio sociale dei giovani, la voglia di stare assieme e di passare il tempo con i propri coetanei (vedi paragrafo 2.1.1, grafico 26). Sono gli altri cimeli a fornirci questa considerazione perché afferiscono allo stesso desiderio sociale. Ciò che va rilevato nell'insieme della nostra ricerca non è un eventuale allarme per gli abusi di alcool o tabacco, per il quale lasciamo lo spazio a specifiche indagini, piuttosto la tendenza propriamente adolescenziale ad andare sopra le righe, ad esprimersi attraverso eccessi. Anche nelle collezioni.

**I cimeli di vita vissuta sono lo specchio dei desideri dei giovani nonché un'indicazione sullo stile adolescenziale.**

GRAFICO 39  
Generale – Collezionista  
Analisi comparata



☒ collezionista

Valori di interesse da 0 a 5



## 4.2 Icane

Il 50% del campione dichiara di avere un poster in camera da letto. Il poster si conferma come uno degli strumenti di celebrazione della cultura di massa: i divi della musica e del cinema rivaleggiano solo con gli eroi sportivi, dietro si raccolgono sparute suggestioni (immagini piacevoli di paesaggio, arte, animali) o passioni individuali.

**BRUCE LEE (1940), VASCO ROSSI (1952), TOM WELLING (1977), KURT COBAIN (1967), KOBE BEAN BRYANT (1978), IRON MAIDEN (1975), JON BON JOVI (1952), PAUL WESLEY (1982), AC/DC (1973), TWILIGHT (2008), MARILYN MONROE (1926), LA MORTE, CAROLINA KOSTNER (1987), MICHAEL GIORDAN (1963), RUSSEL CROWE (1964), NEW YORK, DIEGO MILITO (1979), JUSTIN BIEBER (1994), JONAS BROTHER (2007), LADY GAGA (1986).**

Sono le prime 20 icone che abbiamo trovato a caso fra i questionari. La mitografia contemporanea di massa è attraversata dal suono, dall'immagine riprodotta (il cinema) e dai nuovi eroi contemporanei incarnati nello sport. È una cultura che si è costituita nel '900, lì ha trovato forma e meccanismi distributivi che le hanno permesso di consolidarsi come modello. Come abbiamo già avuto modo di accennare è un sistema che si è retto sulla grande narrazione della comunicazione di massa ed in particolare sui meccanismi di riproduzione analogica uno a molti<sup>13</sup>. I dati raccolti in questa analisi confermano costantemente il buono stato di salute del sistema {grafico 42}. Le icone trovano nuovi volti e si rigenerano nel tempo sulla base di forme di continuità: Madonna aveva raccolto il testimone di Marilyn Monroe, Lady Gaga quello di Madonna. Allo stesso modo Russel Crowe raccoglie il testimone di Kirk Douglas, Diego Milito quello di Aldo Serena o Karl Rumenigge, Kurt Cobain quello di Jim Morrison e via dicendo. Ma la domanda che attraversa questa ricerca non riguarda l'individuazione dei volti celebri più attuali, piuttosto intende verificare se tali schemi siano minati dalla digitalizzazione dei contenuti ed eventualmente in quale misura.

13

Si veda a proposito il noto saggio di Anderson C., *La coda lunga. Da un mercato di massa ad una massa di mercati*, Torino 2007.

**Il meccanismo riproduttivo delle grandi icone di massa è in salute e tende a celebrare se stesso. Le nuove membrane fra l'esperienza personale e quella collettiva inducono ad ipotizzare uno spostamento verso sfere più personali di cui però non è possibile valutare oggi l'effettiva portata.**

GRAFICO 40  
Collezioni

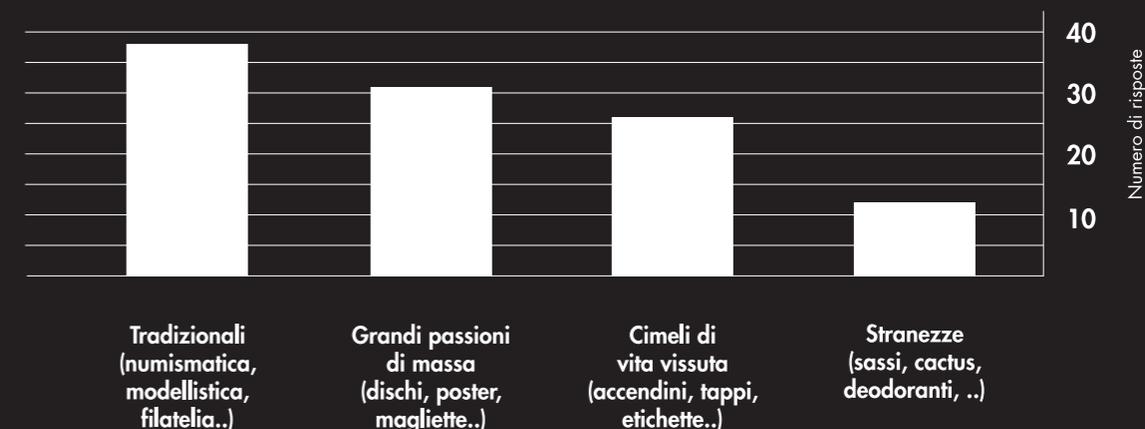
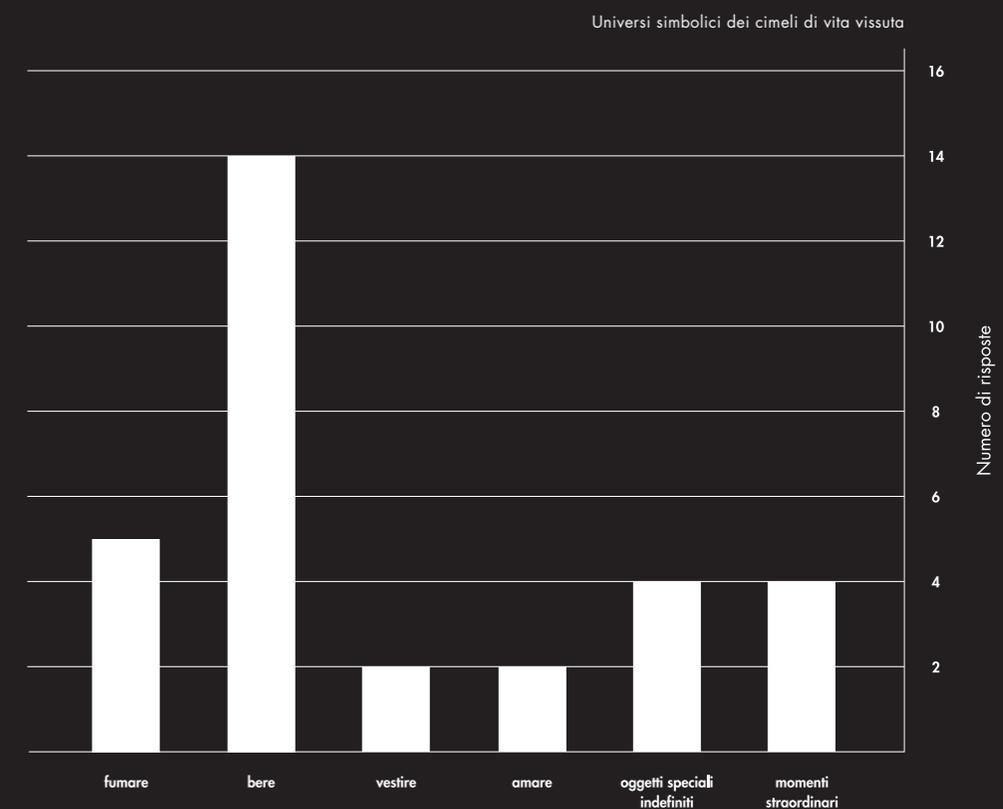


GRAFICO 41  
Cimeli di vita vissuta



Per dare una risposta a queste domande, i segnali di cambiamento non vanno cercati lì dove l'esistente replica se stesso. Piuttosto vanno individuati negli stessi strumenti in cui la variazione ipotizzata può maturare. Abbiamo ipotizzato che altri spazi bianchi, le «mura» immateriali dei desktop dei pc e dei cellulari, possano fornire alcune indicazioni.

L'analisi delle immagini dei desktop dei computer {grafico 43} mostra un calo verticale dei miti di massa a favore delle immagini suggestive

che per comodità abbiamo chiamato «da cartolina»<sup>14</sup> e delle immagini afferenti la sfera delle relazioni personali.

Il medesimo andamento è confermato dall'analisi delle immagini rappresentate sui desktop dei cellulari {grafico 44} in cui la sfera dei sentimenti è ancora più forte.

Non sappiamo oggi dire se tale evidenza avrà delle conseguenze sulla cultura condivisa. Conosciamo il potere che l'immagine ha e pensiamo che il web abbia le potenzialità per sezionare la cultura di massa così come l'abbiamo conosciuta dal secondo dopoguerra in avanti. D'altro canto ad oggi possiamo solo rilevare che il supposto antagonismo fra due modelli di creazione e distribuzione culturale è sbilanciato a favore dei modelli più consolidati i quali mostrano una grande capacità di assorbimento delle novità tecnologiche.

### 4.3 Miti

La ricerca si chiude con l'analisi dei miti. Abbiamo chiesto al campione di indicare il proprio mito. Crediamo che la risposta a questa domanda possa dare riscontro di un atteggiamento più consapevole e più «ragionato». In parte le risposte {grafico 45} hanno confermato le nostre aspettative: in 63 non hanno risposto o perché non hanno un mito o perché non avevano una risposta che ritenevano adeguata. Gli sportivi con i musicisti si dividono ancora una volta i gradini più alti nel gradimento: attorno a loro si raccolgono le narrazioni più presenti negli immaginari degli adolescenti e forse non solo. Gli attori, grandi miti del passato, perdono parte della loro fama a favore di personaggi più quotidiani come i presentatori televisivi. Gli intellettuali, i giornalisti e gli artisti, cioè coloro che sono all'origine del mito del giova-

14

Sono le immagini piacevoli: natura, animali, città, paesaggi...

**La mitologia individuale fa emergere, oltre alla continuità con quanto noto, una maggiore prossimità fra mito e vita quotidiana.**

GRAFICO 42  
Poster

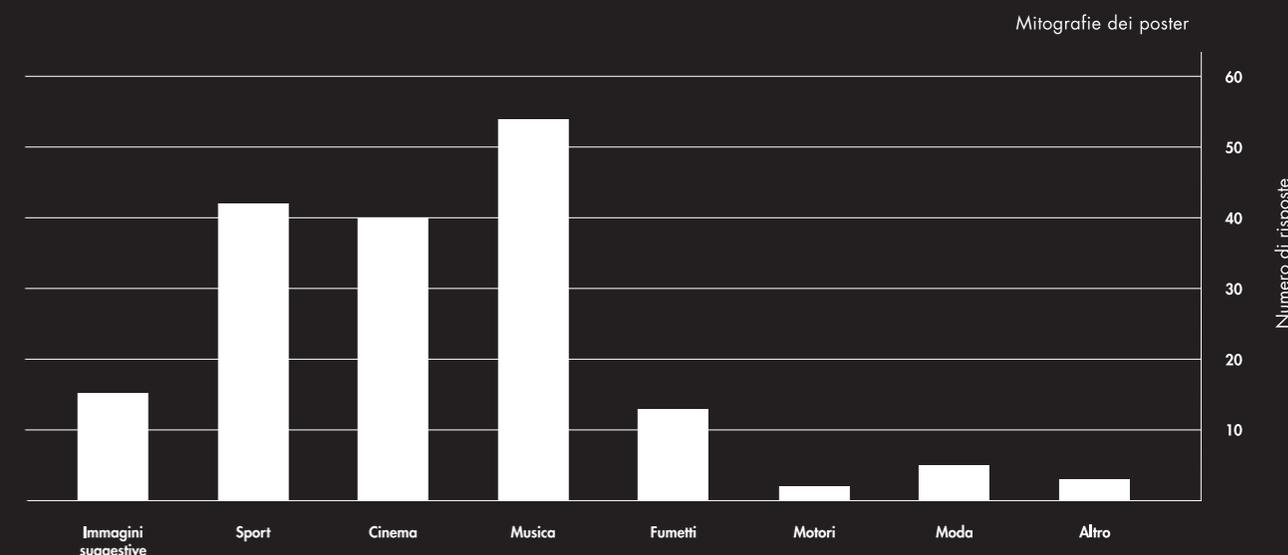
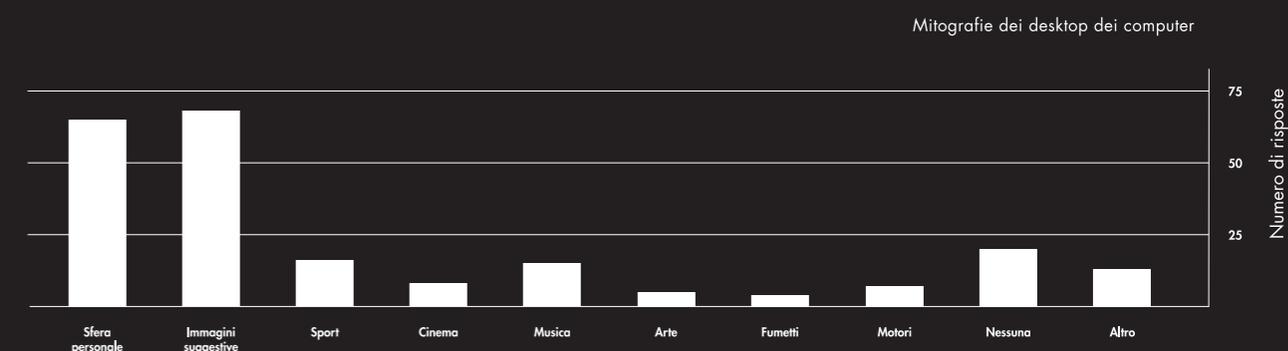


GRAFICO 43  
Desktop, pc



ne moderno, anticonformista, ribelle e potenzialmente rivoluzionario mantengono una risicata posizione di rispetto. In generale emerge una narrazione collettiva aderente al quotidiano. Tanto aderente che quando il mito non si incarna, o scompare lasciando il vuoto, oppure si trasforma in un ologramma.

**Conclusioni**

Non neghiamo le difficoltà a trarre delle conclusioni generali. Le nostre competenze non ci permettono di scavalcare le teorie antropologiche e sociologiche che apprezziamo<sup>15</sup> e che crediamo riassumano ancora e bene la condizione del nostro presente. D'altro canto nel corso della nostra analisi quando ci si è presentata l'occasione, non abbiamo rifiutato un confronto profondo con il dato e quando ci siamo sentiti a nostro agio abbiamo volentieri spinto il commento verso terreni scivolosi la cui solidità è ancora da valutare. Crediamo che il corpo a corpo che abbiamo ingaggiato con i dati possa già condurre il lettore ad una visione complessiva, i cui angoli però non sono completamente smussati in un pensiero unico e massimalista. Lungi dal voler chiudere il capitolo, lo scopo dell'analisi è passare ad altri, siano essi studiosi, amministratori od operatori, il desiderio dell'approfondimento, della confutazione o della prova empirica.

15

Il riferimento è a due noti saggi sulla condizione postmoderna: Appadurai A., *Modernità in polvere*, Roma 2001; Bauman Z., *Modernità liquida*, Roma, Bari, 2001.

GRAFICO 44  
Desktop, cellulare

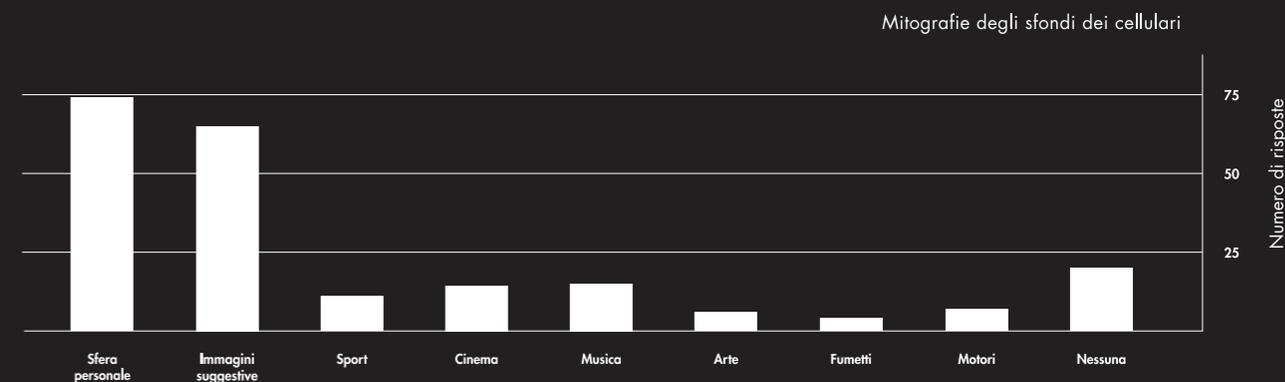
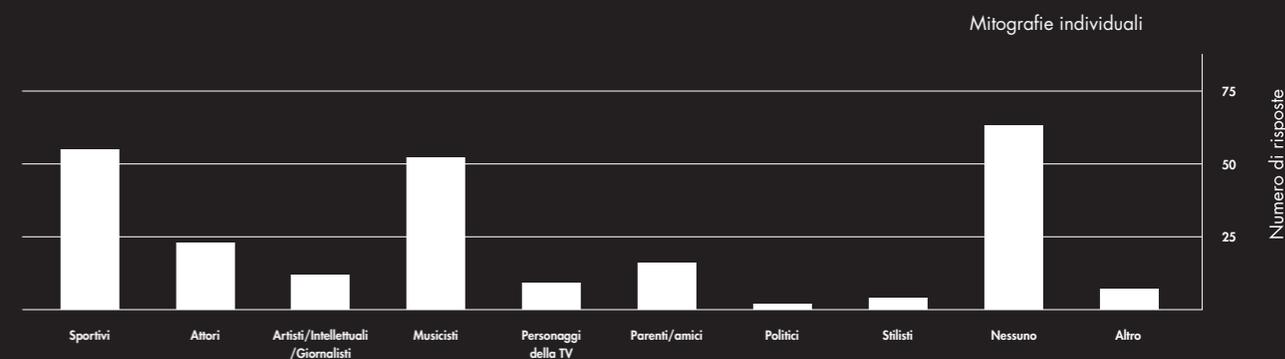


GRAFICO 45  
Miti individuali



# La ricerca empirica

I workshop

## Lo spazio relazionale Hannes Egger

---

Campo d'indagine:  
Interazioni individuo/individuo,  
individuo/ambiente; il linguaggio  
relazionale.

Risultato:  
GOODPLACEBADPLACE  
mappatura del gradimento  
giovanile dei luoghi quotidiani  
[www.goodplacebadplace.com](http://www.goodplacebadplace.com)

*giovani-  
connection*

Il lavoro di Hannes Egger è  
stato prodotto e promosso dal  
Centro Giovani Connection di  
Bressanone.

**Sei stato chiamato ad interpretare, attraverso un percorso laboratoriale, la dimensione relazionale legata alla camera. Come hai sviluppato il tuo progetto?** – Inizialmente volevo lavorare sulla maschera intesa come metafora del binomio camera–ragazzo. Da un lato nella camera il ragazzo può esprimersi e raccontarsi, dall'altro può nascondersi al suo interno: con la maschera si fa un po' la stessa cosa. Ai ragazzi a cui l'ho presentata, la proposta non ha avuto molto successo. A Bressanone una cosa come questa non funziona – mi hanno detto – dovresti provare a Bolzano. Sono rimasto colpito da questa affermazione. I ragazzi vedevano Bressanone come un città apatica, vecchia e non all'altezza di Bolzano. L'argomento su cui lavorare è nato quindi in maniera spontanea: dare voce al disagio dei ragazzi di Bressanone.

**Quali sono state le azioni intraprese insieme ai ragazzi partecipanti e agli educatori del centro giovani Connection?** – Al secondo incontro ho presentato loro la nuova idea: la possibilità di esprimere dei giudizi sulla loro città attraverso degli adesivi da attaccare nei <luoghi di piacere> e nei <luoghi di dispiacere>, rispettivamente rappresentati da uno <smile felice> e da uno <smile triste>. Si sono mostrati subito convinti e così è cominciata l'esplorazione.

**I ragazzi hanno capito che sei un artista?** – Mi sono presentato come un artista e quello su cui abbiamo lavorato era un progetto artistico. La loro aspettativa nei miei confronti, però, era legata all'immagine di un artista classico, con

pennello e tavolozza. Credo quindi che il mio ruolo in questo progetto sia stato percepito diversamente rispetto alla dimensione artistica. Uno dei ragazzi, forse, ha focalizzato più degli altri la mia professione tanto da chiedermi di introdurre la sua prima mostra fotografica a Bressanone.

**Si sono sentiti degli artisti?** – Credo di no; credo si siano sentiti loro stessi. Sicuramente su questo aspetto ha influito notevolmente la tipologia e la struttura del progetto che riduceva la libertà di sperimentare.

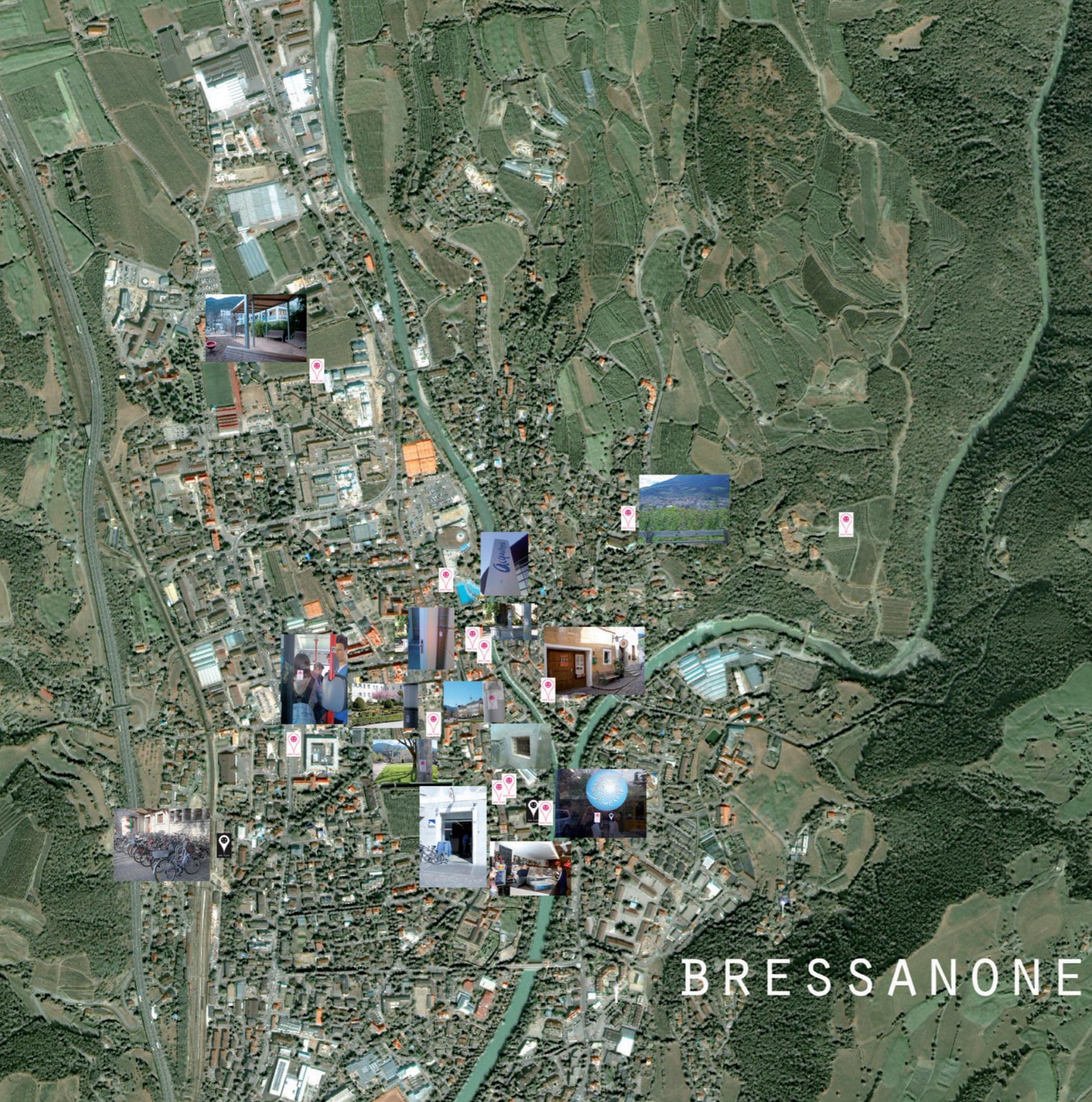
**Qual'è per te il loro talento?** – Ci sono stati dei momenti in cui si discuteva della città di Bressanone; erano discussioni aperte, lucide, sincere, vicine alla realtà di tutti i giorni. In queste occasioni sono nate idee forti e interessanti. Ho trovato certamente delle teste pensanti e buone intuizioni progettuali.

**Cosa pensano della loro città?** – All'inizio dicevano che a loro Bressanone non piaceva e proprio da qui è nato il progetto. A progetto concluso, il parere dei ragazzi era opposto: dicevano che a Bressanone si stava bene. Inoltre la mappa online che abbiamo creato riporta solo smile felici; questo vuol dire che hanno dato valore ai luoghi e alle relazioni che hanno vissuto fino ad oggi. Forse il percorso del progetto stesso ha fatto sì che i ragazzi si chiarissero le idee riguardo a Bressanone... se fosse così il progetto ha funzionato.

**Se tu fossi un ragazzo come giudicheresti il tuo progetto?** – Se mi avessero proposto questo progetto quando avevo 17–18 anni probabilmente non avrei partecipato perché rifiutavo tutto ciò che mi veniva proposto. Non avrei partecipato attivamente, ma forse mi sarei interessato per conoscerne i risultati e le conclusioni.

**Cosa possono fare o non fare gli artisti per i giovani?** – Quello che possono fare, come potrebbe farlo chiunque altro, è lasciare loro spazi di libertà per sperimentare, crescere in autonomia e imparare da se stessi. Non è facile rispondere...i ragazzi decidono da sé se partecipare o no a ciò che stai proponendo.

**Quali sono stati i risultati e in quale forma avete deciso di restituirli al pubblico?** – Si discuteva spesso di due modalità di restituzione del lavoro al pubblico: i ragazzi proponevano l'idea di restituire i risultati alle altre persone, magari attraverso un supporto installato in un luogo centrale. Io insistevo di più sul sito internet. Alla fine abbiamo realizzato entrambi i supporti: il sito internet ([www.goodplacebadplace.com](http://www.goodplacebadplace.com)) e la stampa a pavimento della mappa esposta nella mostra presso la Temporary Playroom alla Stazione di Bolzano. L'intento dei ragazzi era inoltre quello di far crescere il progetto, di animare il sito e la mappa virtuale tanto che si sono resi disponibili anche a promuoverlo al di fuori del workshop.



# BRESSANONE

## Hannes Egger

(Lana, 1981) ha studiato filosofia a Vienna e Roma. Vive e lavora a Lana. La sua pratica è da sempre vicina alla ricerca relazionale. Nelle sue opere il pubblico è spesso chiamato a completare i lavori attraverso i più disparati mezzi. Fra le mostre principali: Panorama4, Fortezza 2012; SEE YOU, Venezia, 2011; Dieu, Marsiglia 2010; Ren Rong Art Space, Pechino 2009; Alexandria International Symposion, Alessandria d'Egitto 2009; Tansform II, Lipsia 2007.

### GOODPLACEBADPLACE

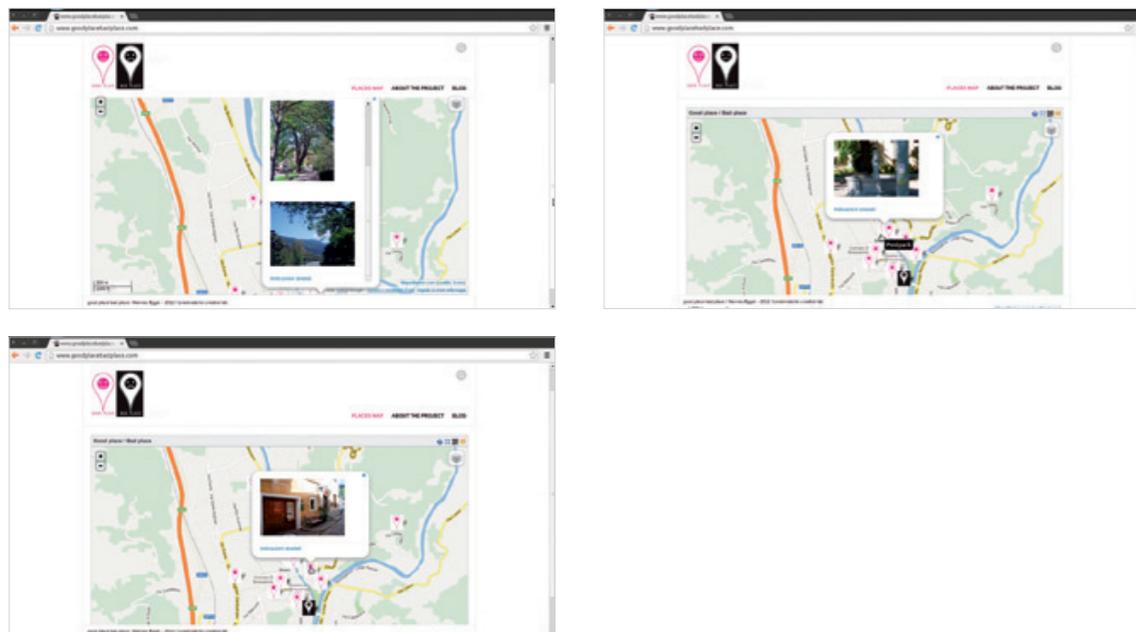
azione e installazione, dettaglio, dimensioni variabili, 2012

Azione e installazione sulla base del progetto già sviluppato con i giovani di Bressanone. Il pubblico è invitato a prendere un adesivo e segnare un 'good place' e un 'bad place' che vivono quotidianamente. Le foto dei luoghi possono essere caricate su: [www.goodplacebadplace.com](http://www.goodplacebadplace.com).

## Lo spazio personale Jacopo Candotti

Campo d'indagine:  
Individualità, riflessione,  
proiezione;  
il linguaggio scultoreo.

Risultato:  
Progetti artistici prodotti  
da alcuni dei partecipanti  
al workshop.



GOODPLACEBADPLACE  
screenshot da  
www.goodplacebadplace.com,  
2012

Corto Circuito  
centro giovani

Il lavoro di Jacopo Candotti è stato prodotto e promosso dal Centro Giovani Corto Circuito di Bolzano.

**Il tuo compito era indagare il modo in cui i ragazzi vivono e interpretano gli spazi personali. Come hai deciso di procedere?** – Ho pensato che la mia presenza non avrebbe dovuto influire sulle scelte dei ragazzi, ma assecondare la predisposizione e le inclinazioni di ciascuno.

**Che tipo di risposta hai avuto dai ragazzi?** – Ottima, considerando che avrebbero affidato il loro tempo libero ad uno sconosciuto.

**A loro era chiaro che stavano facendo un workshop artistico?** – Ho evitato di impostarlo in questo modo e ho cercato di agevolare i ragazzi evitando ogni tipo di ansia da prestazione, considerato il fatto che non sarebbe stata la prima volta che avrebbero sentito la parola Arte.

**Come hai interagito con le loro idee? Sei intervenuto per filtrarle o per spingerle avanti?** – Aspettavo che la loro idea si interrompesse per aprirla ed indirizzarla verso altre possibilità le quali avrebbero permesso visioni sempre più ampie e allargate rispetto all'argomento di cui si stava discutendo.

**Che considerazione hanno avuto di te i ragazzi?** – Non saprei. Di certo non mi sono posto come un insegnante o come un professionista esperto. La sensazione che ho avuto è stata di crescita per entrambi.

**Cosa hai trovato nei ragazzi? Ciò che ti aspettavi?** – È stato un percorso di scoperta inatteso e quindi non posso che confermare la piena rispondenza delle mie aspettative. Inoltre mi sono piacevolmente accorto di come

certe problematiche teoriche trattate da molti miei colleghi venissero già poste alla loro giovane età.

**L'esperienza è scivolata sulla pelle dei ragazzi o è entrata in profondità?** – Abbiamo affinato il nostro livello critico rispetto a ciò che ci circonda e rispetto a ciò che è presente in ogni lavoro. Per me questo vale molto.

**Pensi di essere stato utile al progetto?** – Sì, credo che i lavori presentati siano di buon livello e che in ciascuno siano evidenti le necessità e gli spazi interiori di ogni singolo giovane autore.



Diego Tartarotti  
**Fondamental**  
 video still, stampa digitale su carta, dimensioni variabili, 2012

Diego Tartarotti decide di partecipare al progetto attraverso un video. Nel video Diego entra in uno spazio abbandonato con qualche peripezia: una volta dentro squilla il telefono. Dall'altra parte un amico si informa sullo spazio stesso e sulla possibilità di farci delle feste.



Anastasia Coraberu e Bettina Vescovi  
**Senza titolo**  
stampa digitale su dibond,  
dittico 40x50 cm, 2012

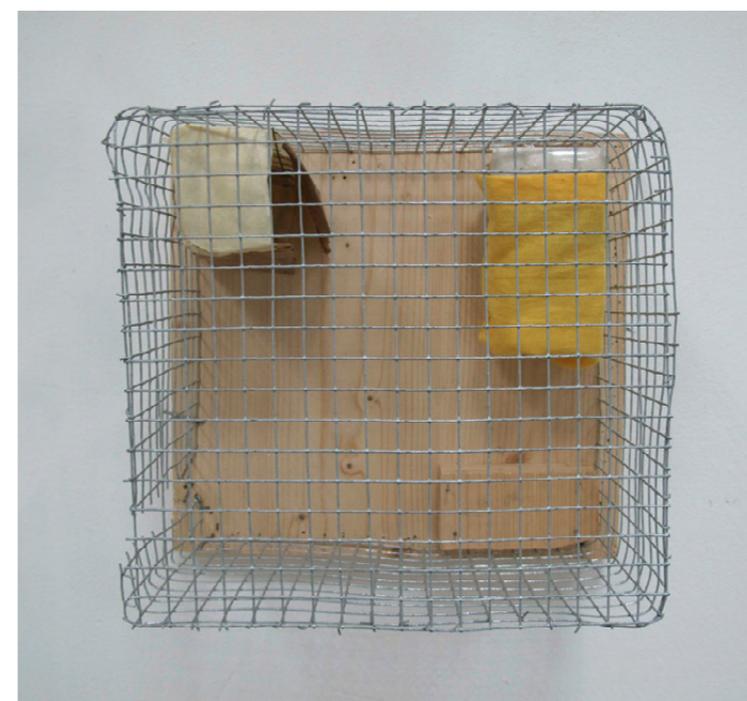
Anastasia Coraberu e Bettina Vescovi rileggono le proprie camere trasportandole in uno spazio aperto e selvaggio e scambiandosi alcuni oggetti personali.

A destra:  
Davide Tomazzoni  
**Senza titolo**  
legno, zinco, acciaio, scotch,  
27x25x15 cm, 2012

Davide Tomazzoni propone una interpretazione scultorea della sua camera. A fianco le sue istruzioni per la costruzione della scultura.

**Jacopo Candotti**

(Bolzano, 1982) dopo il liceo artistico di Bolzano, frequenta i corsi di scultura all'Accademia di Carrara per poi spostarsi presso l'Accademia di Brera di Milano dove si laurea in pittura. Vive e lavora a Bolzano. Fra le mostre principali: Panorama4, Fortezza 2012; Officina Italia, Gambettola, Bergamo, Milano, Padova 2011; Videoreport Italia, Monfalcone, Nuoro, Praga 2010; Dimmi con chi vai e ti dirò chi sei, Bologna 2009; No man is an island, Bolzano 2008; Invisible miracles, Milano 2007.



«Il tutto è rudimentale perché quello che realizzo non è ancora da perfezionare / Letto: per prendere ispirazione da sogni o incubi / Scrivania: per realizzare, forare e mettere su carta i miei pensieri / Armadio: dove riporre le idee venute male o lasciare spazio a quelle future / Gabbia: perché le mie idee restano per lo più rinchiusi in gabbia. Solo alcune riescono ad uscire dalla fessura.»



## Lo spazio digitale Serena Osti

---

**Campo d'indagine:**  
espansioni del corpo e del sé,  
socialità e sperimentazione; il  
linguaggio digitale.

**Risultato:**  
«La mia vita digitale» laboratorio,  
documentazione fotografica  
e rielaborazione dei contenuti  
di Facebook in forma di  
installazione.



Il lavoro di Serena Osti è  
stato prodotto e promosso dal  
Gruppo Giovani Salorno.

**L'obiettivo del tuo workshop era quello di tentare di accedere al mondo virtuale dove i ragazzi intessono rapporti e proiettano la propria identità. Quali metodologie di lavoro hai messo in pratica?** — Ho strutturato gli incontri a partire dalla loro conclusione: una cena. Volevo sottolineare l'importanza del gruppo e della socializzazione come pratica fine a sé stessa. Gli incontri avvenivano di sera, volevo ricreare un ambiente lontano dalla rigidità della scuola, dove i ragazzi si potessero aprire con leggerezza e curiosità verso nuove esperienze. Ho messo l'accento sull'idea di un continuo «esperimento»: avevo delle idee e volevo provarle insieme a loro, e sviluppavo ogni incontro in base al risultato di quello precedente. Le attività: oltre a ricerche in internet, momenti di discussione e spiegazione sul mondo digitale, qualche test sull'uso/abuso delle tecnologie, abbiamo sviluppato e testato insieme mini progetti personali e giochi di gruppo con l'interazione fra corpo e cellulare all'interno e all'aperto.

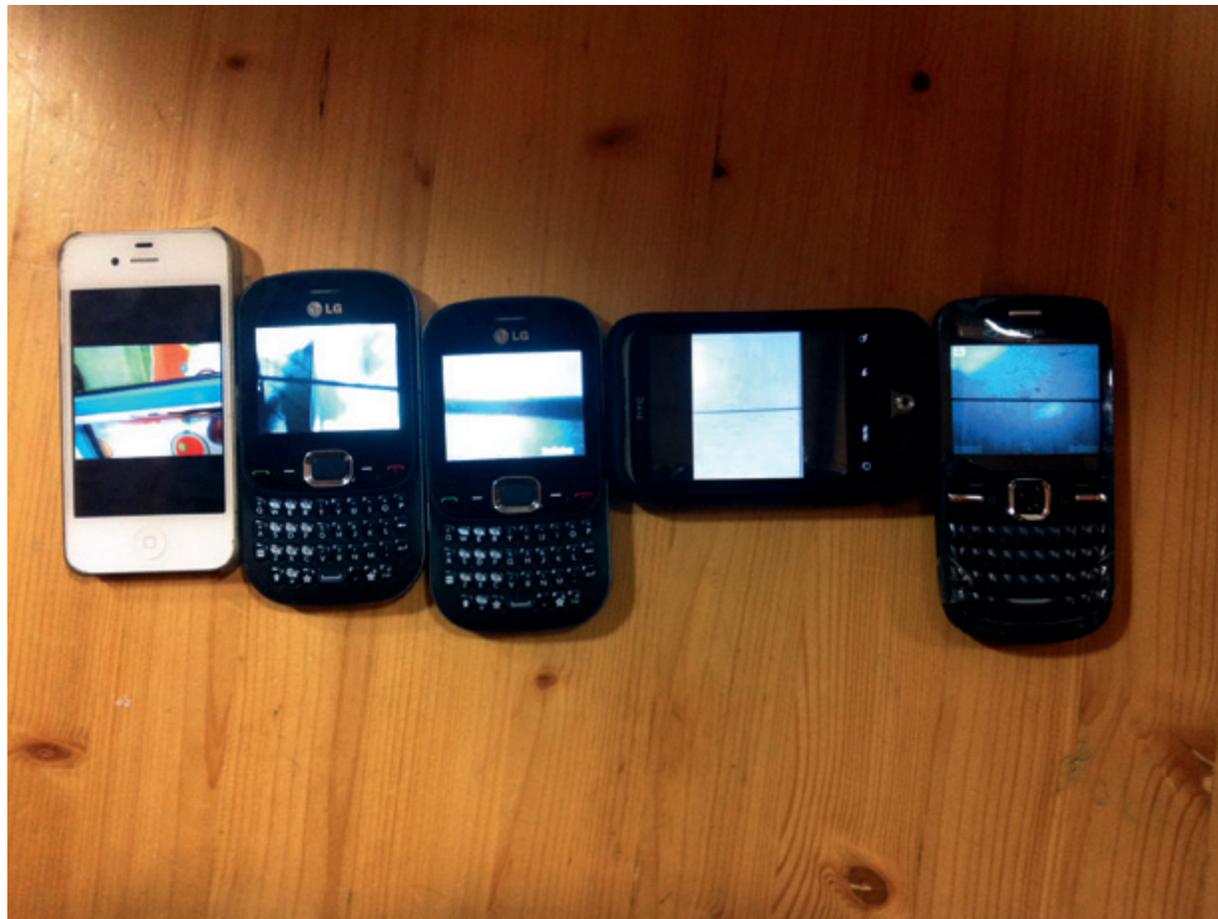
**Come sei riuscita a coinvolgere i ragazzi? Quali difficoltà hai incontrato?** — Inizialmente ho pensato che i ragazzi avessero perlomeno il mio stesso livello di «digitalizzazione» e mi incuriosiva capire come loro vivessero il loro tempo attraverso la tecnologia. Incontrandoli e conoscendoli invece mi sono resa conto che la loro conoscenza del digitale era sì intensa ma ristretta e poco consapevole delle sue possibilità e dei pericoli. Ho dovuto abbandonare tutte le mie preconcizioni ed essere davvero pronta ad ascoltare chi mi trovavo davanti, senza pregiudizi. A volte è stato difficile gestire il sottile equilibrio fra mantenere la loro

attenzione costante e la necessità di assorbire e rielaborare i loro input mantenendo una direzione: la frequentazione non sempre costante, la difficoltà di comunicazione con i ragazzi (solo via sms), le restrizioni sulle fotografie ai minori e le problematiche legate all'uso pragmatico della tecnologia. Gran parte del mio lavoro è stato quello di aiutare i singoli a farcela da soli quando erano davanti alle difficoltà, motivandoli e facendogli vedere che ce la potevano fare.

**Quali sono gli argomenti di maggiore rilevanza emersi nell'analisi dei movimenti virtuali dei ragazzi?** — La loro «giornata digitale» è limitata all'uso dello smartphone (sms, mms e attraverso di esso l'accesso a internet/facebook) che utilizzano in continuazione, a volte persino durante le lezioni di scuola anche se sarebbe proibito. Non usano email, ma quasi esclusivamente Facebook per scambiarsi messaggi e chattare, condividere immagini, musica, frasi e contenuti altrui. Si tratta soprattutto di esternazioni emotive di affetto oppure opinioni: l'opinione del gruppo dei contatti reale è molto importante. Internet per loro significa: giochi di ruolo, musica e testi delle canzoni preferite, i risultati degli sportivi o il gossip sulle star che ammirano. Alcuni usano semplici applicazioni per modificare le immagini che scattano (spesso a se stessi) e che pubblicano immediatamente in Facebook: la condivisione è tutto. Oltre alla diversità di riferimenti culturali rispetto alla mia generazione, non cambia la voglia di questi ragazzi di vivere la loro età, con tutte le complicazioni dell'epoca in cui viviamo. Ho percepito tanta voglia di stare insieme, di muoversi anche fisicamente nello spazio e

nella natura, di saper apprezzare la qualità ed essere pronti ad essere critici verso ciò che non va bene. E' un po' come fare un tuffo in un mondo dove si trova di tutto, come nella vita, ma a loro modo: pop, trash, tenero, scurrile, arrabbiato, innamorato, timido, egocentrico... sicuramente intenso e ingenuo, ma molto sincero.

**In quale forma hai deciso di restituire i contenuti emersi?** — Nel progetto abbiamo vissuto diverse esperienze, alcune sono state portate avanti, altre si sono perse per strada, altre ancora sono rimaste aperte in cerca di una realizzazione. In mostra ho presentato gli esperimenti che mi sono sembrati più riusciti, fortemente nati dallo scambio fra me e i ragazzi. Ci sono le immagini scattate al parco mentre giocavamo a 1,2,3...stella! con il cellulare, oppure le composizioni di schermi (i ragazzi dovevano trovare e fotografare col cellulare un elemento visivo nello spazio). Infine due grandi pedane di legno ricoperte di centinaia di adesivi che ricordano un po' le strutture degli skate park. Si tratta di una selezione dei contenuti che i ragazzi hanno condiviso nelle loro bacheche comuni in Facebook e di cui mi sono appropriata. Il risultato è uno scorcio dei loro pensieri, desideri e emozioni, anche se impersonali, per metterlo in contatto col mondo «altro», quello dei genitori, che spesso rimangono tagliati fuori dalle loro esperienze online.



**Trova una linea nello spazio**  
documentazione  
stampe digitali su carta  
fotografica, 24x32 cm, 2012

Gioco di gruppo con  
smartphone in interni.

**Serena Osti**  
(Trento, 1985) si laurea in design della comunicazione e del prodotto formandosi fra Bolzano, Losanna (CH) e Milano. Dal 2009 inizia a lavorare come assistente artisti a Brighton (UK) e a Bolzano, dove torna a vivere lavorando a progetti nel campo del design e delle arti visive. Affianca la sua attività ad esperienze nella didattica, nella performance art, nella scrittura e nella ricerca.



**Facebook walls**  
veduta dell'installazione,  
adesivi su legno, dimensioni  
variabili, 2012

Ricognizione sommaria dei  
contenuti condivisi dai ragazzi  
online.

## Lo spazio documentato Dido Fontana

**Campo d'indagine:**  
l'individuo pubblico e lo spazio; il linguaggio della rappresentazione.

**Risultato:**  
Scatti di alcuni partecipanti al concorso «Isole di Meraviglia» nelle loro camere da letto e fra gli oggetti che li rappresentano.

**E così hai avuto la grande fortuna di varcare la soglia delle camere dei ragazzi che hanno concesso il loro benessere. Cosa cercavi nelle stanze dei ragazzi?** — Un mix tra quotidianità e protagonismo. È stata una bella esperienza poter entrare nei loro rifugi con una missione particolare.

**Cosa hai trovato?** — Naturalezza, timidezza e molta curiosità data dal fatto che un professionista riprendesse il loro quotidiano. I ragazzi sapevano che un fotografo di moda professionista sarebbe arrivato per loro; è stato interessante notare come l'aspettativa di un incontro formale si sciogliesse in pochi istanti dopo aver capito che tutto sarebbe stato molto normale e naturale.

**Come ti sei relazionato con i loro spazi?** — Di solito lavoro con quello che trovo, senza studi d'ambiente o di luce particolari. La meraviglia del quotidiano è molto più interessante di uno scatto programmato e artificioso.

**E le camere. Che spazio sono per te?** — Il posto perfetto. Lì non manca niente, c'è tutto.

**Hai scelto di fare dei ritratti. Perché?** — Perché mi piacciono le persone. Anche quando lavoro con gli oggetti per me è come fare un ritratto. Ho fotografato a modo mio gli spazi dove solitamente i ragazzi si fotografano a modo loro. Gli oggetti, i ritagli, le icone che collezionano possono non valere niente oppure essere potenti simulacri. Non mi interessa la realtà ma l'immagine di essa, che è mutevole e cresce in relazione a chi l'osserva. L'illusione della realtà piuttosto che la realtà. Viva i feticci.



**1, 2, 3... stella**  
documentazione  
stampe digitali su carta fotografica, dimensioni variabili, 2012

Gioco di gruppo con smartphone in esterni.



Il lavoro di Dido Fontana è stato prodotto e promosso dal Centro Giovani Vintola18 di Bolzano.



**I ragazzi come hanno accolto il tuo stile crudo?** — Ciò che ho fatto con i ragazzi è come una fotografia eseguita da loro, tra di loro, con i mezzi loro e un po' alla loro maniera. Immediata, semplice e senza fronzoli ma scattata da un estraneo—professionista. In questo caso viene ribaltata la finalità della foto e dell'atto creativo ma non la metodica. Un piccolo cortocircuito nel comprendere che non è il mezzo a produrre l'effetto, ma il fatto di vedersi da un'altra prospettiva.

**Per tua esperienza e memoria le camere sono cambiate?** — Da sempre la camera è una sorta di rifugio. A volte rispecchia la personalità di chi la abita, altre volte no. Forse ora il computer ha preso il posto della radio, ma il resto non mi sembra essere cambiato di molto... parla di quotidianità, cose pratiche e sogni.

**Credi che il digitale abbia modificato il modo di raccontare se stessi e il mondo nella propria camera?** — Sicuramente ha dato più immediatezza nelle dinamiche relazionali e di comunicazione; oggi giorno è importante cogliere l'attimo e il mezzo moderno lo permette. Con l'aumento della capacità tecnica diminuisce la peculiarità del risultato. La tecnica infatti permette di produrre grandi quantità ma abbassa il livello di presenza e differenziazione; un po' come la distinzione tra la pesca con la mosca e le reti a strascico. Tutto questo influisce sulla narrazione di sé in quanto ne frammenta l'espressione da un lato e la uniforma alle tendenze emergenti dall'altro che nascono e muoiono molto più velocemente di quanto accadeva qualche decennio fa.



a sinistra, sopra  
**ritratto e camera di Elisa Zambarda**  
 stampa fotografica  
 20x30 cm, 2012



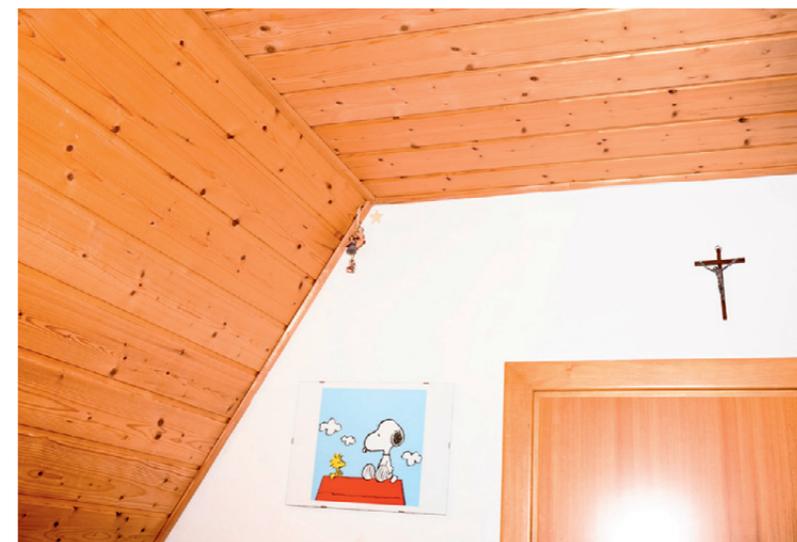
**Sagome**  
 Stampa su pannello di cartone,  
 dimensioni variabili, 2012

Una serie di sagome preparate per essere «vestite» dai visitatori. Il pubblico è invitato a scegliere una sagoma e a farsi scattare una fotografia.

pagina a fianco, dall'alto:  
**La camera di Selene Ziino**  
 stampa fotografica su carta,  
 20x30 cm, 2012

**Ritratto di Licia Cristofolini**  
 stampa fotografica su carta,  
 20x30 cm, 2012

**Dido Fontana**  
 (Mezzolombardo, 1971) è cresciuto circondato dalla telecamera e dalle opere d'arte di suo padre. Dopo aver sperimentato diversi media, guardato con piacere ogni tipo di immagine, ha abbandonato la carriera di sollevatore di pesi per dedicarsi alla fotografia. Scatta fotografie cercando di rappresentare il mondo così com'è ed evitando la ricerca di un messaggio morale o etico. Il suo stile è crudo, diretto e puro, senza alterazioni o abbellimenti.



# La restituzione pubblica

Temporary Playroom and Exhibition, la mostra  
e il centro giovani temporaneo

## Giusto in tempo

Massimiliano Gianotti

«Giusto in tempo» è un racconto breve nato dalle suggestioni ispirate da «Temporary Playroom and Exhibition», lo spazio giovani temporaneo allestito per il progetto «Isole di Meraviglia» nell'ex sala d'attesa della Stazione di Bolzano. L'esperienza vissuta si è concretizzata in una sorta di osservazione partecipante<sup>1</sup>, la cui applicazione ha permesso la scoperta di dinamiche giovanili spontanee, emergenti da un contesto insolito, diverso e innovativo rispetto agli ambienti sociali comunemente frequentati dai ragazzi (scuola, centri giovani, oratori, locali pubblici e altri).

1

Tecnica etnoantropologica introdotta da Bronislaw Malinowski per lo studio delle società indigene della Melanesia. L'osservazione partecipante prevede un lungo periodo di convivenza con il gruppo sociale oggetto di studio al fine di coglierne, in forma olistica, i caratteri sociali e culturali. L'applicazione della tecnica nel contesto della "Temporary Playroom" non ha pretese scientifiche ma si configura come pura attitudine dialettica, curiosa ed esplorativa. B. Malinowski, *Argonauti del Pacifico occidentale. Riti magici e vita quotidiana nella società primitiva*, Bollati Boringhieri, Torino 2011

Stefano ed io ci conosciamo da molto tempo. Per essere precisi dal primo giorno di scuola materna, quando il nostro passatempo preferito era il percorso a ostacoli del salone. Con i compagni ci rincorrevamo fino allo stremo delle forze tra il cubo di gommapiuma, la galleria di legno lucidato, la scaletta a pioli che si arrampicava fino alla piattaforma dello scivolo a serpentina e la cesta grandissima colma di palle di tutte le dimensioni e colori.

A quell'età tutto era più semplice, anche la nostra amicizia. Insieme ci divertivamo e tutte le mattine era quasi una gioia dover andare all'asilo: sapevo che mi aspettavano una nuova battaglia, un'avventura o un altro gioco mozzafiato.

«Tommaso, vuoi venire per favore? La cena è in tavola!» – «Mamma, ti ho detto che non ho fame! Lasciami in pace, resto in camera!»; ma quanto insiste... è la terza volta che mi chiama, se non vado ci sarà un motivo. Preferisco starmene qui, nel sopralco sopra la porta; sarà anche un buco ma almeno nessuno può venire a disturbarmi. Qui trovo la mia quiete, lontano dai miei genitori, dal mondo e dai compagni di classe che sprizzano entusiasmo da tutti i pori e trovano da ridere anche alla battuta più stupida.

Hawk, come si fa chiamare Stefano, non rifiuta certo quelle risate e con Franco e Roberto progetta scherzi e sberleffi senza sosta. Tutti i pomeriggi, poi, sono al Parco delle Cave con la loro crew<sup>2</sup> di hippoppari<sup>3</sup>, esaltati per i graffiti e per la musica da ghettoaster<sup>4</sup>. Proprio non capisco cosa ci trovino di affascinante in quella musica ripetitiva e in quelle raffiche di parolacce e insulti che hanno il coraggio di chiamare testi.

«Dai Tommy vieni fuori a fare un po' di freestyle<sup>5</sup>, non startene in classe a far niente!» mi propone Stefano. Non cedo e ogni volta che si ripete trovo diverse soluzioni di risposta: «No, grazie... devo ripassare per la verifica di scienze della prossima ora», oppure: «Vado a prendermi un panino al bar; magari vi raggiungo dopo», o ancora e più

2

Nella cultura hip hop la crew è un gruppo di persone che collabora ad un progetto artistico o culturale.

3

Termine diffuso tra gli adolescenti per definire chi segue la moda hip hop.

4

Forma alternativa per nominare la musica hip hop; il ghettoaster è lo stereo portatile usato per ascoltare la musica all'aperto.

5

Nella musica rap è la pratica dell'improvvisazione su una base musicale o beat.

direttamente: «Non mi va!». Ci rimane male, gira le spalle verso la porta e esce dalla classe con fare sconcolato.

«Ciao ragazzi, scusate il ritardo! Ho provato a tirare in mezzo<sup>6</sup> Tommy, ma è inutile... chiedergli di fare qualcosa è come provare a spostare un panettone di cemento!» – «Uno di quelli pittati<sup>7</sup> da Pao<sup>8</sup>, però!» – «Ah, ah, ah... ben detto! Fai partire il beat<sup>9</sup> e facciamo un po' di freestyle!»

«Introduci questa rima e stai attento a ciò che dici edifici intorno a noi che non mettono radici, negozi, appartamenti e finestre per cornici... noi siamo cani da caccia che non trovano pernici!»

«Grande Rob, che strofa da paura!! Dobbiamo andare, la prof sta uscendo a chiamarci! E mi sa che è infuriata!»

«Già già, guarda che sguardo assatanato! Va bè, continuiamo il freestyle nella jam<sup>10</sup> di oggi pomeriggio... che dite?» – «Io ci sono!» – «Anch'io, bella lì!»

(nel pomeriggio)

«Oh ragazzi, io non so più cosa fare con Tommy. Avete visto stamattina: è sempre preso male, rifiuta qualsiasi proposta e ha un fare cupo... non capisco perché voglia isolarsi di continuo! Che devo fare?»

«Devi lasciarlo stare, Hawk... quello è tutto scemo! A vederlo ti viene la depressione cronica!»

«Dai Rob, non fare lo stronzo! Sai bene che Hawk e Tommy si conoscono da una vita... »

«Franco ha ragione... e poi non riesco a fare finta di niente. Pensa che l'altro giorno ho incontrato sua madre: mi ha detto che da un mese Tommy in casa quasi non parla e se ne sta tutto il tempo rintanato nel soppalco sopra la porta della sua camera. Anche lei non sa più che pesci pigliare!»

**6**

Espressione della lingua parlata sinonimica di «coinvolgere».

**7**

Termine in uso tra gli street artist, sinonimo di dipingere.

**8**

Artista milanese conosciuto anche per i pinguini dipinti sui panettoni di cemento.

**9**

Nella musica rap è la base musicale su cui si improvvisa.

**10**

Termine derivato dalle jam sessions di musica jazz. Nella cultura hip hop le jam sono raduni dove si esibiscono artisti nelle varie discipline che costituiscono il genere (breakdance, djing, mc'ing e writing).

«Lo vedi, Hawk! È tutto fuori! Ora metti su il beat di Dj Premiere<sup>11</sup>, beccati<sup>12</sup> questa rima e non ci pensare!»

«Sarà... allora fammi vedere di cosa sei capace e se la chiudi<sup>13</sup> ti offro una Sportwasser al Moonshine.»

(qualche giorno dopo)

«Tommaso, perché non vai in quel centro giovani... come si chiama...Moonlight? Ci sono tanti altri ragazzi della tua età e fanno sempre qualcosa di interessante!»

«No mamma. Intanto si chiama Moonshine... e poi non ho voglia di andarci! Domani ho prove e ora devo esercitarmi.»

«Beh, almeno oggi fai qualcosa di diverso che chiuderti in camera! Oltretutto mi diceva la mamma di Stefano che lì, al Moonshine, hanno una bellissima sala prove... forse potresti andarci con il gruppo.»

Ho provato solo tre volte il pezzo nuovo e c'è un giro di sax abbastanza complicato. Forse sto trascurando il gruppo e Pier inizia a indispettirsi... probabilmente ha ragione, ma non so cosa mi stia prendendo... Fino a pochi mesi fa la cosa che mi importava di più di tutte era la musica... suonare e ascoltare reggae, quello di Bob Marley and the Wailers. Ora sono piombato in questa dimensione di disgusto totale... rifiuto tutto e tutti, persino le mie passioni! Questa condizione non mi piace ma faccio davvero fatica a liberarmene. Mi sento isolato, accuso gli altri ma probabilmente sono io che li allontano; è un circolo vizioso da cui non riesco a uscire. Chissà, forse è solo un momento... e se così fosse, spero non duri a lungo!

(l'indomani, nel tardo pomeriggio)

«Tommaso, stai uscendo?»

«Sì mamma, sto andando in stazione a prendere il treno; questa sera proviamo a casa di Pier. Devo scappare, sono in ritardo! Dormo lì. A domani.»

Per fortuna l'autobus è già qui; se non salta fuori qualche imprevisto dovrei riuscire a prendere il treno delle 18.31. Spero di aver preso tutto: il sax ce l'ho, lo zaino di

**11**

Disc jockey e produttore discografico statunitense afro—americano.

**12**

Espressione della lingua parlata, soprattutto tra i giovani. Il termine indica, in senso figurato, la ricezione di qualcosa.

**13**

Nel gergo dell'hip hop «chiudere una rima» significa rispettare perfettamente la corrispondenza ritmico—metrica della canzone.

scuola anche, spazzolino e... cazzo non ho fatto i compiti di matematica! Poco male, il caso deciderà per me... magari mi va bene anche questa volta, altrimenti prenderò un altro tre... non sarà la fine del mondo.

(in stazione – ore 18.33)

«Ehi, aspetta! Fammi salire, fammi salire!»

Non ci posso credere, l'ho perso veramente! E adesso? Il prossimo treno è tra più di un'ora; che cosa faccio tutto questo tempo e soprattutto cosa dico a Pier? Quando lo saprà mi vorrà uccidere; ero in ritardo anche l'ultima volta!

(al telefono)

«Pier, sono Tommy... ho perso il treno e sono ancora a Bolzano.»

«Non ci credo... sei di nuovo in ritardo! Non è possibile!»

«Scusa, hai ragione, ma l'autobus è arrivato tardi in stazione... le porte del treno mi si sono chiuse in faccia!»

«Quindi tra quanto arrivi?»

«Il prossimo treno è tra circa un'ora. Dovrei arrivare per le otto e un quarto.»

«Ok, a dopo.»

«Ciao Pier, a dopo!»

«Bella Tommy! Com'è?»

«Ciao Franco. Insomma, dovevo andare a prove ma ho perso il treno poco fa!»

«Brutta storia. Noi siamo nello spazio giovani al binario uno, vieni?»

«Di quale spazio parli?»

«Da qualche giorno hanno aperto uno spazio temporaneo qui in stazione. E' aperto a tutti e si possono fare un sacco di cose: suonare, ascoltare musica, giocare a freccette, leggere fumetti e altro. E' una figata, può entrare anche chi è in attesa del treno: è uno spazio libero! Vedo che hai il sax... potresti suonare un po'!»

«Non saprei... »

«Dai vieni, c'è anche Hawk!»

«Va bene dai... »

«Grande Tommy!»

«Ehi ragazzi, guardate un po' chi c'è?»

«Tommy, bella lì! Come stai?»

«Ciao Ste. Potrebbe andare meglio.»

«Cosa fai in stazione? Stai andando da qualche parte?»

«Sì, stasera ho prove. L'autobus ha fatto ritardo e ho perso il treno... ora devo aspettare il prossimo!»

«Ti capisco... anche a me è successo un sacco di volte. Il pacco<sup>14</sup> è che tra un treno e l'altro spesso c'è da aspettare almeno un'ora.»

«Già, e cosa fare in così tanto tempo?»

«Bella domanda, Rob! Adesso però hanno aperto questo spazio. Tommy, lo conoscevi?»

«No non ne sapevo niente. Non passo in stazione da qualche settimana. Sembra interessante! Voi siete venuti altre volte?»

«Da quando lo abbiamo scoperto siamo sempre qua. C'è l'impianto con i microfoni e spesso qualcuno con cui fare freestyle. Poi è al chiuso e non fa freddo come al parco!»

«Immagino... ma questo spazio è libero? Come si fa per prenotarlo?»

«Niente prenotazioni Tommy... quando vuoi vieni qui! Spesso organizzano anche dei concerti live... potresti venire con il tuo gruppo. La stazione è un posto fighissimo e poi passa un sacco di gente!»

«Già, non sarebbe male... »

«A proposito di musica, vedo che hai con te il sax: perché non improvvisiamo un po'?»

«No saprei... tra un po' devo prendere il treno.»

«Dai Tommy, che ti importa... solo per divertirci!»

«Uhm... »

«Hawk ha ragione... solo qualche minuto!»

«E va bene... »

«Grande!»

#### 14

Espressione della lingua parlata. Il termine indica la conseguenza meno piacevole di qualcosa, la cosa peggiore che avrebbe potuto verificarsi in una determinata circostanza. E' utilizzato anche in forma di esclamazione: «che pacco!». In tal caso indica qualcosa di noioso o poco piacevole da fare.

(poco più tardi)

«Non male questa jam session! Grazie Tommy!»

«Grazie a voi! Scusate ma ora devo scappare altrimenti rischio di perdere anche il prossimo treno!»

«Ok. Ascolta... perché non proviamo a ripetere la jam? Potremmo incontrarci e tentare di approfondire l'esperimento... cosa ne pensi?»

«Perché no! Magari ci vediamo qui in stazione nei prossimi giorni e ne parliamo con calma. Ok?»

«Alla grande! Passa quando vuoi... ci trovi qui!»

«Bene. Buona serata.»

Che forza quel posto... uno spazio libero in stazione: mai vista una cosa del genere! E sembra funzionare alla grande. Un luogo inconsueto, diverso ma autentico nella sua provvisorietà... un luogo senza un'identità precisa che di giorno in giorno si colora delle persone che passano e si soffermano... è sufficiente curiosare qualche minuto per lasciare qualcosa di sé e ricevere qualcosa da qualcun altro. Devo assolutamente dirlo agli altri!

E' la mia fermata. Devo scendere, sono arrivato...









## Cronologia e numeri del progetto

### 2010

#### 10 dicembre 2010

lancio Concorso Isole di meraviglia – le camere di Oltrisarco, produzione: Centro Giovani L'Orizzonte

#### dicembre 2010

invio questionari ai giovani del quartiere Oltrisarco Aslago

#### dicembre 2010–febbraio 2011

focus group con i ragazzi del quartiere Oltrisarco Aslago

### 2011

#### 15 gennaio 2011

chiusura bando

#### 1 aprile 2011

serata di premiazione

#### aprile 2011

Isole di meraviglia – le camere di Oltrisarco, pubblicazione del catalogo

#### aprile 2011

distribuzione di 5500 copie del catalogo Isole di meraviglia – le camere di Oltrisarco in allegato al mensile di quartiere Taxi

#### 25 ottobre 2011

lancio Concorso Isole di meraviglia – le camere dell'Alto Adige, produzione: Centro Giovani Connection, Centro Giovani Corto Circuito, Centro Giovani Vintola18, Gruppo Giovani Salorno

### 2012

#### gennaio 2012-febbraio 2012

distribuzione nelle scuole e nei centri giovani di 600 questionari

#### 25 gennaio 2012

chiusura bando

#### marzo–giugno 2012

workshop e progetti con gli artisti

#### 24 maggio 2012

serata di premiazione Centro Giovani Vintola18

#### 3 giugno 2012

giornata di premiazione Gruppo Giovani Salorno

#### 9 giugno 2012

serata di premiazione Centro Giovani Connection

#### 15 giugno 2012

serata di premiazione Centro Giovani Corto Circuito

#### 11 ottobre 2012

inaugurazione Temporary Playroom and Exhibition

#### 11 ottobre 2012

Temporary Playroom and Exhibition, dj set Davide Piras

#### 13 ottobre 2012

Temporary Playroom and Exhibition, concerto Punked

#### 23 ottobre 2012

Temporary Playroom and Exhibition, giochi in scatola e torneo di freccette, Centro Giovani Corto Circuito

#### 24 ottobre 2012

Temporary Playroom and Exhibition, fotografie in maschera e presentazione del progetto GOODPLACEBADPLACE, Centro Giovani Connection

#### 25 ottobre 2012

Temporary Playroom and Exhibition, laboratorio di scacchi, Arci ragazzi e Centro Giovani Vintola18

#### 26 ottobre 2012

Temporary Playroom and Exhibition, concerto + Open Mic con Sigma + Swan–Zelda, Crad, Donny

#### 27 ottobre 2012

Temporary Playroom and Exhibition, concerto Stylish Kids in the Riot

#### 30 ottobre

Temporary Playroom and Exhibition, web radio USB, Centro Giovani Connection

#### 30 ottobre

Temporary Playroom and Exhibition, proiezione del film Diaz di Daniele Vicari e incontro propedeutico al percorso «Il treno della memoria»

#### 2 novembre 2012

Temporary Playroom and Exhibition, premiazione finale

#### 2 novembre 2012

Temporary Playroom and Exhibition, concerto + Open Mic con Sigma + Swan–Zelda, Crad, Donny

#### novembre 2012–aprile 2013

elaborazione della ricerca, stesura catalogo

### 2013

#### 24 maggio 2013

presentazione del catalogo, Centro Giovani Connection

**Un progetto di 28 mesi, 2 concorsi + 4 sotto-concorsi, 113 partecipanti, 15 premiati, 2 menzioni speciali, 2500 ragazzi contattati, 50 ragazzi coinvolti nei focus group, 600 questionari distribuiti, 7000 copie del catalogo Isole di Meraviglia – le camere di Oltrisarco per gli abitanti del quartiere, 4 workshop con artisti e 50 ragazzi, 6 serate di premiazione, 11 concerti, 1 mostra, 1 Centro Giovani temporaneo, 6 eventi speciali, 1 ricerca, 2 cataloghi.**



Un progetto sostenuto da:  
Provincia Autonoma di Bolzano,  
Dipartimento alla Cultura italiana

Prodotto da:  
Centro Giovani Connection, Bressanone  
Centro Giovani Corto Circuito, Bolzano  
Gruppo Giovani Salorno, Salorno  
Centro Giovani Vintola18, Bolzano  
Centro Giovani L'Orizzonte, Bolzano

A cura di:  
Denis Isaia  
In collaborazione con:  
Massimiliano Gianotti

Comunicazione:  
Valentina Cramerotti

Progetto grafico:  
Alessandro Sambini per: promozione  
Isole di Meraviglia, le camere di  
Oltrisarco; Serena Osti per il catalogo  
Isole di Meraviglia; Fabiana Marchesini  
per promozione Isole di Meraviglia, le  
camere dell'Alto Adige; André Fincato per  
Temporary Playroom

Giurati per i concorsi:  
Lisa Bulzachelli (Vintola18, Bolzano),  
Jacopo Candotti, Hannes Egger, Erica  
Filippini (L'Orizzonte, Bolzano), Dido  
Fontana, Alessia Franzoi (Corto Circuito,  
Bolzano), Massimiliano Gianotti, Gianluca  
Ioccolano (Connection, Bressanone),  
Denis Isaia, Stefano Milan (L'Orizzonte,  
Bolzano), Serena Osti, Debora  
Scaperrotta, Anthea Trentini (Gruppo  
Giovani Salorno).

Pubblicazione a cura di: Denis Isaia  
Ricerca iconografica: Massimiliano  
Gianotti  
Editing: Valentina Cramerotti

Testi: © gli autori, Denis Isaia e  
Massimiliano Gianotti per altri testi e  
didascalie

© per gli autori delle fotografie: Hannes  
Egger, Jacopo Candotti, Serena Osti,  
Dido Fontana, Massimiliano Gianotti,  
Denis Isaia

Progetto grafico: Serena Osti

Stampato su (carta)  
Impaginato con: (font)  
Tiratura: 500 copie

ISBN  
Stampato in Italia nel 2013  
presso x

Silvana Editoriale (fac-simile)  
via San Calimero 17 – 20122 MILANO  
86 20092 Cinisello Balsamo (Milano)  
tel 02 61836 1 fax 026172464  
silvanaeditoriale@silvanaeditoriale.it

Copyright

In copertina:  
la camera di Valentina Zambito



