

NUOVE GENERAZIONI/5 L'analisi dell'Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo sul rapporto con la cultura

I ragazzi durante il lockdown Le relazioni salvate dai social

*Il consumo culturale dei millennials prevede ancora l'esperienza e l'incontro
La dimestichezza con il mondo digitale ha permesso di vincere la solitudine*



FABIO INTROINI

L'edizione 2020 del "Rapporto Giovani" segna l'ingresso dell'indagine annuale curata dall'Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo (l'ente fondatore dell'Università Cattolica, che domenica 20 settembre celebra la 96esima giornata) nell'ambito dei consumi culturali dei giovani. Si tratta di un fenomeno molto complesso e articolato. Anzitutto perché diviene sempre più difficile, nella società odierna, stabilire cosa stia dentro il perimetro della "cultura". Ci sono sempre più "oggetti" che oggi incorporano un elevato contenuto simbolico, tale da farne a tutti gli effetti una forma culturale. A questa tendenza si sono aggiunte recentemente altre importanti trasformazioni che riguardano il consumo e le sue pratiche. Da un lato, anche le pratiche di cittadinanza tendono sempre più a definirsi entro il consumo stesso e non come sua negazione: basti pensare al consumo critico e alla nascita della *sharing economy*. Si tratta di tendenze e comportamenti che implicano un consumo ma che sono allo stesso tempo "anti-consumiste"; che riescono o per lo meno provano a scardinare il nesso consumo-mercificazione-individualismo-spreco.

In secondo luogo, grazie soprattutto alla tecnologia digitale, si stanno producendo innumerevoli trasformazioni: anzitutto, il digitale rende possibili forme di fruizione e consumo sempre più personalizzate nelle modalità di accesso e nelle coordinate spazio-temporali; inoltre la rete sta modificando il rapporto tra fruizione *pay* e fruizione *free* di contenuti e servizi. Infine, grazie alla sua interattività e alla sua vocazione sociale – ben visibile nella fase del lockdown – la rete consente un differente mix di produzione e consumo, favorendo l'ingaggio attivo del consumatore nelle pratiche di produzione e diffusione dei prodotti culturali (e non solo), offrendo nuove possibilità di espressione, impegno e partecipazione, dentro e fuori il circuito mediale. La nostra indagine sui consumi culturali dei giovani si è concentrata su quei consumi e quelle pratiche che per tradizione si ritengono esplicitamente culturali (leggere, visitare mostre e musei, andare al cinema e ai concerti) ma ha provato anche a osservare pratiche, oggetti e dimensioni che possono rilevare oltre al consumo culturale "esplicito", l'emergere di nuove tendenze culturali. A queste, ovviamente, si sono poi aggiunti gli effetti e l'impatto del Covid e di ciò che il periodo di lockdown ha attivato sia in termini di consapevolezza sia in termini di adozione di

nuove pratiche di consumo, il cui effetto "permanente" è ancora tutto da valutare.

L'indagine, pubblicata nel Rapporto Giovani 2020 (il capitolo dedicato al consumo culturale è stato curato da F. Introini, D. Mesa e P. Triani, ndr), ha permesso di fotografare il seguente quadro. Sotto il profilo dei consumi legati alla sfera dei media e in particolare dell'accesso ad alcuni servizi online, il 54,2% dei giovani dichiara di utilizzare almeno una piattaforma *free* per la visione di streaming video, il 39,3% ne utilizza almeno una *pay*, a pagamento. Musica: 47,4% *free*, 27,1% *pay*. Informazione: 36,4% *free* (cioè almeno un quotidiano online gratuito), 10,8% *pay*. I dati mostrano quindi che *gratuità* non è sinonimo di «universalità». La *gratuità* non sembrerebbe un volano sufficiente all'inesco

di esperienze di consumo, non solo con riferimento a quelle più "impegnative", ma anche a quelle più "soft". Riguardo alla dotazione tecnologica, non stupisce più osservare l'onnipresenza dello smartphone (ne possiede uno il 98,6% del campione), mentre è forse meno scontato sapere che il 92,5% dei giovani intervistati possiede un pc strettamente personale. Inoltre più di un giovane su tre (36,5%) possiede uno strumento musicale, a testimonianza di come le esperienze culturali dei giovani siano legate ai consumi, ma modellate anche da un desiderio di produzione e partecipazione.

In questa stessa direzione va letto il fatto che circa il 15% del campione ha dichiarato, nei sei mesi precedenti all'indagine, di aver inviato a un produttore la "demo" di una propria performance artistica, di a-

ver partecipato a un provino/selezione per un programma televisivo, di essersi esibito di fronte a un pubblico (sia in teatro sia in una performance di strada). Meno coinvolgente sembra essere, dai nostri dati, la dimensione della partecipazione associativa: i gruppi che attualmente catalizzano la quota più alta di aderenti sono i gruppi organizzati di fan, sia online sia offline (14%); quelle che totalizzano minore partecipazione sono invece le associazioni legate alla difesa dei diritti umani (7,3%). Questo dato non deve essere letto come indifferenza alla dimensione della vita collettiva, ma come indicazione del fatto che i giovani cercano altrove le loro "pratiche di cittadinanza". Del resto, il 71,9% degli intervistati afferma che è molto/abbastanza importante che ciò che si consuma/fruisce nel tempo libero sia conforme a canoni di eticità e legalità. Rispetto invece all'utilizzo di servizi che richiedono l'accesso a piattaforme *sharing* e che indicano un modo "altro", tendenzialmente orientato alla sostenibilità, di fruire di beni e servizi, il 24% dei giovani dichiara di essere iscritto a una piattaforma di *homesharing*, il 20,8% a una di *carsharing*/*carpooling*, il 16,7% è iscritto a una piattaforma dedicata al baratto, il 13% a un servizio di *bikesharing*. Un giovane su dieci circa appartiene a un Gruppo di acquisto solidale ("Gas"), di utilizzare spazi di *coworking*, piattaforme per la collaborazione tra vicini di casa, banche del tempo.

Nel complesso, i consumi dei giovani tendono a riconoscere come più importanti per loro le aree oggi maggiormente "in vista" e di tendenza anche all'interno dei discorsi sociali: tra le esperienze/prodotti giudicati molto/abbastanza importanti primeggiano film e serie tv (72,2% su piattaforme streaming, 54,2% da DVD/Blu-Ray), pratiche di *lifestyle* (fare viaggi/vacanze: 63,1%; consumare cibi e bevande di qualità: 64%, andare al ristorante: 54,7%), acquistare tecnologia (60,9%); fruire musica (59,9% da cd/mp3, 57,9% in forma "liquida"). Tra le forme di consumo culturale outdoor (sfera degli spettacoli), si corroborano il particolare feeling tra i millennial e il cinema (56,1%), mentre è inferiore la percentuale di chi ritiene abbastanza/molto importante l'andare a concerti pop/rock (36,6%) e l'assistere a spettacoli sportivi dal vivo (33,5%). Per quanto riguarda i consumi tradizionalmente ritenuti culturali – e

più precisamente espressione di cultura "alta" – visitare mostre e musei è molto/abbastanza importante per il 47,1% dei giovani e leggere libri per il 53,2% (i libri primeggiano decisamente su quotidiani, riviste e fumetti). Musica classica e teatro rimangono esperienze di nicchia, molto/abbastanza importanti, rispettivamente, per circa il 18% e per il 20%.

Prima dell'emergenza Covid, i giovani abitavano ampiamente il territorio variegato dei consumi culturali. E d'altro canto emerge una stretta relazione tra il titolo di studio e la "voracità" di consumo che è trasversale rispetto alle forme, ai prodotti e ai contenuti. Chi è più istruito tende a consumare di più non solo all'interno delle nicchie tradizionalmente ritenute espressioni della "cultura alta", ma anche rispetto alla dimensione più "pop" legata all'evasione, alla ludicità e alla socialità. L'ampia disponibilità di esperienze culturali mediatiche e digitali non sottrae importanza alla vita di relazione. Inoltre l'elevata disponibilità di prodotti e servizi altamente personalizzabili e in alcuni casi *free* messi a disposizione del digitale non sostituiscono il bisogno di esperienze di consumo legate alla relazione, all'incontro, al viaggio. Sotto questo punto di vista, il lockdown ha sicuramente "esaltato" e rinforzato alcune forme di consumo digitale sia rispetto all'intrattenimento, sia rispetto all'approvvigionamento di beni di prima necessità, spingendo verso pratiche di consumo digitale anche coloro che non vi erano tradizionalmente dediti.

Tuttavia, se si guarda l'importanza e il modo in cui i social network sono stati utilizzati dai giovani italiani durante il lockdown, emerge in maniera chiara come la stessa "vita digitale" sia apparsa, forse per la prima volta in tutta evidenza, non come sostituto della vita sociale, ma come sua possibilità di proseguire, con strumenti diversi. Il 53% ha infatti affermato che collegarsi ai social durante il lockdown gli ha consentito di dare concretamente aiuto ai propri conoscenti, il 52,5% di riceverlo, mentre il 71,2% ha riconosciuto che stare sui social gli ha consentito di vincere la solitudine durante la quarantena.

La rete sta modificando il rapporto tra fruizione a pagamento e fruizione gratuita di contenuti e servizi

La "vita digitale" è apparsa, forse per la prima volta in tutta evidenza, non come sostituto della vita sociale, ma come sua possibilità di proseguire, con strumenti diversi. Il 71% ha così sopportato l'isolamento



Il richiamo di Draghi e un aspetto cruciale della sfida educativa

TORNIAMO A FORMARE LE CLASSI DIRIGENTI



PATRIZIO BIANCHI

L'intervento di Mario Draghi al Meeting di Rimini ha rilanciato il tema dell'educazione come fattore fondamentale per lo sviluppo, ma con questo è emerso anche il tema della formazione delle classi dirigenti quando – con enfasi – l'ex presidente della Bce ha richiamato la necessità di disporre di governanti, che sappiano vedere oltre l'emergenza. È infatti nei momenti di più profonda crisi che occorre guardare oltre la crisi, per portare tutto il Paese fuori dalla trappola della bassa crescita, che ci ha visti giungere impreparati all'appuntamento fatale con la pandemia. Nei giorni in cui tutto il dibattito sembra concentrarsi sulle misure emergenziali per contenere il rischio di una nuova ondata di virus, la riflessione sulla scuola sembra ridursi ai centimetri fra bocca e bocca, alla forma dei banchi, al prelievo delle temperature, misure certamente necessarie ma non sufficienti per far ripartire un sistema educativo che deve avere come proprio mandato quello di formare le persone per ricostruire le nostre comunità, che giungono oggi duramente provate non solo da sei mesi di pandemia, ma da anni di individualismo e populismo. Qui si pone il tema, oggi ineludibile, della formazione delle classi dirigenti del Paese, argomento che è diventato quasi un tabù, in un'epoca che parla a lungo di disconoscere sia le competenze che le esperienze. D'altra parte la scuola sembra essere diventata un

ascensore immobile, non più in grado di portare chiunque ne abbia capacità e volontà verso i piani più alti della nostra struttura economica e sociale; già prima della pandemia in Italia quasi un ragazzo su due aveva un diploma che non era sufficiente a garantirgli un lavoro e nel Sud solo un diplomato su tre trovava al termine dei suoi studi un'attività lavorativa; la stessa laurea non è più garanzia di crescita sociale, se poco meno di 4 laureati su dieci in Italia – ma quasi 6 su dieci nel Mezzogiorno – non trovavano già prima del coronavirus soddisfazione alle loro ambizioni di lavoro. Ricostruire curricula scolastici che permettano quindi di formare i ragazzi a conquistare competenze, abilità e capacità di giudizio diviene necessario, ma diviene altrettanto necessario che queste siano riconosciute e condivise dalle imprese, dalle istituzioni, dalla società tutta come condizioni necessarie per lo sviluppo. Se nel secolo scorso queste competenze erano frammentate, specialistiche, gerarchiche, oggi le competenze per lo sviluppo si basano sulla capacità di affrontare l'incertezza, di gestire situazioni complesse, di fare squadra, ponendo ciascuno nella condizione di esprimere al meglio i propri talenti, in altre parole occorre formare le persone a esprimere la loro capacità di costruire solidarietà e consolidare la comunità. I nuovi leader in particolare debbono avere competenze per far tesoro delle proprie esperienze, ma anche valorizzare le abilità e le conoscenze di quanti operano insieme per una crescita, che deve necessariamente avere l'am-

bizione di prolungarsi nel tempo, perché socialmente e umanamente, oltre che ambientalmente sostenibile.

Questa considerazione diviene sempre più necessaria per le stesse imprese, che richiedono scuole – e in molti casi stanno provvedendo a fornirsi di proprie strutture formative – per rispondere non solo alle loro esigenze tecniche ma sempre più per disporre di persone, sia in posizioni apicali che intermedie, in grado di vedere oltre la siepe dell'incertezza. Questa stessa considerazione diviene oggi sempre più pressante per chi si candida a guidare la *res publica*, dove per troppo tempo le carriere si sono forgiate al di fuori – e a volte contro – la scuola, in una separazione nei confronti della società che nonostante le molte dichiarazioni sembra essersi allargata in questa fase di incertezza dilagante. Formare le classi dirigenti è stata per secoli il primo mandato della scuola, anche perpetuando vecchi privilegi. Oggi questo mandato deve rinnovarsi permettendo a ognuno di formarsi come persona e come cittadino, come prescrive la nostra Costituzione, ma anche formando coloro che si candidano a essere di riferimento della propria comunità, sia in posizioni di governo che di rappresentanza – sia a livello locale, che regionale, che nazionale – ritrovando un'autorevolezza che possa fondarsi su adeguate competenze ed esperienze. Ritrovare nella scuola un ascensore sociale, che possa permettere a chiunque di ritrovare il proprio posizionamento sociale diventa tanto necessario come di una struttura educativa che possa formare le competenze di chi vuole mettere a disposizione della Comunità la propria esperienza e quindi la propria autorevolezza.

Cattedra Unesco Educazione, crescita ed eguaglianza, Università di Ferrara

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La forza del richiamo di papa Francesco alla coscienza di tutti UNA «GIUSTIZIA RIPARATIVA» PER LA TERRA E L'UMANITÀ



ANDREA MARTELLA

Caro direttore, le parole del Santo Padre in occasione della Giornata mondiale per la cura del Creato hanno un grandissimo valore, non solo per i credenti. È un messaggio universale che si rivolge alla coscienza di ciascuno. Il richiamo alla «giustizia riparativa» e ad una legislazione più attenta al bene comune sono passaggi che lasciano il segno. La pandemia ha mostrato tante fragilità e tanti limiti che del resto appartengono alla natura umana, compreso quel malinteso senso di onnipotenza che troppo spesso ci allontana dalla rotta della giustizia sociale e della solidarietà. L'emergenza sanitaria è stata anche occasione per riflettere sulle criticità di modelli di sviluppo avulsivi dalla centralità della persona e quindi sulla necessità di porvi rimedio, in tempi necessariamente rapidi. Un anno fa, queste erano le settimane in cui conquistavano uno spazio nel dibattito pubblico le nuove generazioni dei *Fridays for future* e il loro richiamo alle istituzioni a prestare maggiore attenzione alla cura della Terra e dell'ambiente. Il coronavirus ha limitato il movimento, ma non le ragioni di quella battaglia. Dal 29 luglio scorso, il nostro pianeta ha esaurito le sue riserve per quest'anno. L'*Overshoot Day* – i lettori del giornale da lei diretto lo sanno bene, visto che "Avvenire" lo

documenta e lo commenta con attenzione anno dopo anno – è il giorno in cui la domanda dell'umanità supera la disponibilità di risorse biologiche che gli ecosistemi della Terra sono in grado di rinnovare nell'arco dei dodici mesi. È il fatto che questa data si sia fatta più ravvicinata – appena quindici anni fa cadde il 2 ottobre – dovrebbe preoccuparci tutti. Abbiamo una responsabilità enorme verso le nuove generazioni, nei confronti di chi sarà segnato da questa pandemia e porterà con sé il dolore di questo periodo. È davvero un tempo delicato e di scelte. Dobbiamo fare in modo che si riduca la forbice delle diseguaglianze e con essa il rischio di conflitti. Il primo vaccino da trovare è quello contro gli egoismi, contro l'idea che ci siano barche e destini diversi. Questa meravigliosa e malinconica nostra Terra è l'unica, comune, barca che abbiamo e che dobbiamo curare. Il Governo italiano nella gestione dell'emergenza sanitaria e attraverso le misure adottate a sostegno dell'economia ha promosso diverse iniziative finalizzate a una maggiore cura dell'ambiente e a favore della sostenibilità, perché il futuro è lì. È sicuramente sulle persone che bisogna investire: sulla loro formazione, sulle competenze, sull'accesso al welfare e alle cure, alle nuove tecnologie e all'informazione. Da qui passa anche una rinnovata lotta alle diseguaglianze, sia nel nostro Paese –

perché esse in particolare dalla crisi iniziata nel 2008 si sono purtroppo accentuate anche qui da noi – sia a livello globale.

«Riparare la Terra» è sicuramente la prima politica di contrasto alle diseguaglianze. La forza straordinaria del messaggio di papa Francesco sta proprio nella semplicità con cui si rivolge all'umanità per accrescere tale consapevolezza. Non è più il tempo di spingere il pianeta oltre i suoi limiti. Una volta Norberto Bobbio, per sottolineare come si dovesse ormai considerare finito il tempo della fiducia in un inarrestabile progresso delle vicende umane, citò il Pascal che disse: «Noi corriamo spensierati verso l'abisso dopo esserci messi davanti agli occhi qualche cosa che ci impedisce di vederlo». Ma sempre Bobbio aggiungeva anche che «nessuno, se non gli uomini stessi, può salvare il mondo e l'umanità». Ecco, papa Bergoglio ci esorta a credere a questo. Alla conseguenza delle nostre azioni. Alle necessità di agire in modo diverso rispetto a quanto si è fatto finora. Alla possibilità di cambiare le cose. E allora questa è la sfida. Superare una volta per tutte il dualismo tra sviluppo e sostenibilità, con un profondo mutamento culturale che ci porti ad assumere una visione integralmente nuova: non più l'uomo come "padrone della Terra", ma come parte integrante dell'ambiente, consapevole della finitezza delle risorse a nostra disposizione. Solo così, peraltro, dimostreremo di aver fatto tesoro anche delle profonde ferite che ci sta lasciando questa pandemia.

Sottosegretario all'Informazione e all'Editoria

© RIPRODUZIONE RISERVATA