

FA I SPAZI

**LA PARTECIPAZIONE
CULTURALE GIOVANILE
A BOLOGNA PER
ATTIVARE AZIONI DI
WELFARE CULTURALE**

FA SPAZI

UN PROGETTO DI

FONDAZIONE
Unipolis


ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA | DIPARTIMENTO
DELLE ARTI


arci
Bologna

SOMMARIO

1/ QUADRO CONCETTUALE E DATI DI CONTESTO

2/ METODOLOGIA DI RICERCA

3/ ANALISI DEI DATI QUANTITATIVI DEL QUESTIONARIO SOMMINISTRATO ALL3 STUDENTI DELLE SCUOLE SUPERIORI BOLOGNESI

4/ ANALISI DELLE INTERVISTE: TRAIETTORIE PROGETTUALI DI PROMOZIONE DELLA PARTECIPAZIONE CULTURALE DELL3 ADOLESCENTI

5/ NOTE DI SINTESI CONCLUSIVE

INTRODUZIONE	8
SEZIONE 1 / QUADRO CONCETTUALE E DATI DI CONTESTO	10
1.1 Valore sociale della cultura e welfare culturale	11
1.2 Partecipazione culturale dell3 giovani e rischio di povertà educativa	12
SEZIONE 2 / METODOLOGIA DI RICERCA	19
2.1 Fasi e attività di ricerca	20
I. Indagine di sfondo	20
II. Creazione e somministrazione di un questionario	21
III. Indagine qualitativa	23
SEZIONE 3 / ANALISI DEI DATI QUANTITATIVI DEL QUESTIONARIO SOMMINISTRATO ALL3 STUDENTI DELLE SCUOLE SUPERIORI BOLOGNESI	25
3.1 Anagrafica	26
Identità di genere, fascia d'età e indirizzi scolastici	26
I dispositivi elettronici più usati	29
3.2 Aree di interesse	29
Identità di genere, fascia d'età e indirizzi scolastici nelle aree di interesse	30
Tendenze generali in dati aggregati tra le diverse aree di interesse	36
Elementi specifici delle diverse aree di interesse	43
3.3 Immaginare un progetto creativo	65
3.4 Alcune riflessioni emerse dai dati del questionario	70
SEZIONE 4 / ANALISI DELLE INTERVISTE: TRAIETTORIE PROGETTUALI DI PROMOZIONE DELLA PARTECIPAZIONE CULTURALE DELL3 ADOLESCENTI	71
4.1 Ambiti e contesti delle attività culturali	72
4.2 Dinamiche di partecipazione e di produzione culturale	74
Capitale culturale, simbolico, economico, sociale e la dimensione territoriale	74
Dimensioni di genere e background migratorio	77

4.3 Facilitare la partecipazione culturale: approcci e strumenti	78
Modalità di ingaggio tra offline e online	79
La combinazione di ruoli e pratiche nel campo educativo ed artistico	80
La combinazione della dimensione relazionale con il processo e contenuto artistico	81
Promuovere un approccio peer to peer	82
Rendere attraversabili le proposte e gli spazi	83
Pratiche di gestione degli spazi e delle attività	87
4.4 Organizzazione degli spazi dell3 e per l3 adolescenti	89
4.5 Partecipazione culturale, valutazione e impatti	90
4.6 Politiche culturali e di finanziamento	92
NOTE DI SINTESI CONCLUSIVE	94
1. Processi socioculturali e dinamiche di partecipazione	95
2. Ingaggio, accessibilità e attraversabilità delle proposte e degli spazi	97
3. Azioni integrate	98
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA	100
ELENCO DELLE TABELLE E DEI GRAFICI	103



INTRODUZIONE

Il progetto di ricerca-azione "Fammi Spazio" è stato promosso da Fondazione Unipolis, Arci Bologna e Dipartimento delle Arti dell'Università di Bologna con il fine di elaborare delle linee guida utili alla progettazione, nella prospettiva del welfare culturale, di uno spazio in grado di favorire il protagonismo giovanile.

Il progetto ha visto anche il coinvolgimento del DAS - Dispositivo di Arti Sperimentali, che a oggi è un centro culturale che porta avanti attività in diversi ambiti e linguaggi artistici: l'audiovisivo, performativo con il teatro e la poesia, le arti plastiche, artigianali, con la ceramica, la pittura, la scultura, cui si aggiungono in modo trasversale anche alcune attività formative rivolte all3 giovani e adolescenti.

La ricerca aveva l'intento di contribuire, in vista di nuova convenzione per la gestione dello spazio, ad individuare elementi utili per fare ulteriormente evolvere il progetto e lo spazio DAS nella direzione della promozione della partecipazione culturale dell3 adolescenti. L'indagine che così ne è nata ha voluto raccogliere dati, voci ed esperienze attive nella città di Bologna, che questo report intende restituire, con l'obiettivo di contribuire ad una sistematizzazione di elementi utili a future progettazioni culturali, sia in termini di fattori capacitanti sia di criticità e sfide.

Il report si compone di quattro sezioni, oltre a introduzione e note conclusive. La prima vuole fornire il quadro concettuale e di contesto entro cui la ricerca e i suoi obiettivi si collocano. La seconda si concentra sulla metodologia di ricerca. La terza e la quarta presentano i dati emersi a livello quantitativo e qualitativo, e alcune traiettorie progettuali sul tema della partecipazione giovanile e degli spazi.

Il gruppo di lavoro che ha preso parte al progetto era composto da: Federica Tarsi e Rossella Vigneri per Arci Bologna; Roberta Franceschinelli per Fondazione Unipolis; il team di ricercatori e ricercatrici dell'Università di Bologna: Giulia Allegrini, Eugenio Cannovale-Palermo, Teresa Carlone, Cecilia Depau, Orkide Izci, Roberta Paltrinieri.

¹ DAS è nato dalla rigenerazione di un immobile di proprietà comunale, nell'ambito di un bando ANCI sullo sviluppo della creatività giovanile per la rigenerazione urbana, e attraverso un avviso pubblico, promosso dall'Ufficio Giovani del Comune di Bologna nel 2018, per la co-progettazione di uno spazio in cui l3 giovani potessero sviluppare le proprie idee, un laboratorio per realizzare progetti, orientarsi e incontrare professionisti dei diversi settori. Esito è stato il progetto Multitasking Atelier Creativo - MACbo e la rigenerazione dello spazio, poi denominato DAS, inizialmente gestito da un comitato di scopo costituito dalle 10 realtà selezionate che ha firmato una convenzione con il Comune di Bologna per la gestione dell'immobile della durata di tre anni e poi diventata nel 2019 un'Associazione di Promozione Sociale.

1/ QUADRO CONCETTUALE E DATI DI CONTESTO

1.1 VALORE SOCIALE DELLA CULTURA E WELFARE CULTURALE

La ricerca “Fammi Spazio” parte dal presupposto che la cultura e le pratiche artistiche possano generare diversi effetti sociali, trasformativi non solo per le singoli, ma anche per le organizzazioni impegnate nella produzione culturale, per le comunità e per i territori. La relazione tra arte e cambiamento sociale è oggetto da tempo di un dibattito (Matarasso, 1997; Belfiore, 2006), ancora non del tutto sistematizzato. In questa sede ci limitiamo a ricordare alcuni elementi che definiscono un quadro utile per comprendere gli esiti della ricerca presentati in questo report.

Una delle matrici di questo dibattito trova origine a partire dagli anni '90, attorno al “social turn” o “ethical turn” o ancora “participatory turn” delle arti (Bishop, 2011). Sempre negli anni '90, a seguito di una pubblicazione da parte dell'Art Council of England di studi che evidenziano l'impatto della partecipazione culturale sul benessere sociale, prende forma il programma “Art on prescription” (AoP), nato per la prima volta nel 1994 a Stockport (UK), e poi diffuso in tutto il paese. L'idea di fondo di questo programma era la possibilità di offrire alle cittadine prescrizioni di attività artistiche e culturali – come quelle mediche – per problemi non clinici, nella convinzione che l'attività creativa possa promuovere la salute e il benessere dell'individuo.

In epoca più recente, la relazione tra arte e salute è stata oggetto di un corposo studio promosso dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (2019).

In linea con questa visione di stampo salutogenico, si comincia a diffondere sempre di più il concetto di welfare culturale. In Italia, significativa è l'esperienza del Cultural Welfare Center (CCW), un centro dedicato alla ricerca, divulgazione e formazione sul tema della relazione tra Cultura e Salute, nato nel 2020. Il CCW ha proposto una delimitazione semantica del welfare culturale, inteso come “un nuovo modello integrato di promozione del benessere e della salute e degli individui e delle comunità, attraverso pratiche fondate sulle arti visive, performative e sul patrimonio culturale” (Cicerchia 2021: 215). Al centro delle azioni di welfare culturale viene posta quindi l'importanza di una “integrazione di scopo” (Fulco, 2022) tra professionisti di diverse discipline, tra pratiche, linguaggi e anche politiche.

Vengono fatte rientrare in questa prospettiva le pratiche che permettono di promuovere l'empowerment, il benessere soggettivo, il capitale sociale, contrastare le disuguaglianze di salute e di accesso alle risorse, accompagnare l'invecchiamento attivo, opponendosi al declino psicofisico. L'obiettivo del welfare culturale così inteso è quello di aumentare la partecipazione culturale al fine di migliorare la qualità della vita di persone fragili fisicamente e psicologicamente.

Ulteriore prospettiva che nutre il concetto di welfare culturale si ancora all'idea che la cultura e le arti possano favorire anche processi di coesione sociale, di creazione di una democrazia culturale (Hammonds, 2023), dove al centro è posta una riflessione circa la dimensione dell'accesso alla produzione culturale, nella sua declinazione plurale, che valorizza le differenze, la capacità di produrre forme di agency collettiva (Paltrinieri e Spampinato, 2024), nonché la redistribuzione di capacità culturali (Allegrini, 2021). Sono queste le basi per la generazione di una cittadinanza culturale, esito della possibilità di partecipare a processi di immaginazione collettiva in cui poter produrre “landscapes” alternativi (Appadurai, 1996).

Le **azioni integrate** nell'ottica del welfare culturale assumono quindi rilevanza nei termini di una redistribuzione di queste possibilità di costruzione di senso e di agency e nei termini di una produzione di benessere sociale.

La promozione della partecipazione culturale (Allegrini, 2022) diviene, quindi, cruciale in una duplice accezione: come campo di costruzione di senso, di orizzonti normativo-valoriali che possono guidare processi di cambiamento sociale; ma anche come campo di costruzione di sapere, di capacità culturali, attraverso pratiche di tipo partecipativo.

Fulcro, inoltre, di queste azioni integrate è l'idea di una responsabilità sociale condivisa nell'attivazione di contesti significativi in cui praticare forme di partecipazione e cittadinanza.

Ragionare sul valore sociale della cultura e al contempo focalizzarsi sull'impatto che la cultura e le arti hanno non solo in quanto valore intrinseco, cioè strettamente legato al contenuto artistico, valore che può essere considerato la parte essenziale dell'esperienza culturale, ma soprattutto in quanto valore istituzionale, il quale rappresenta il modo in cui le organizzazioni culturali si comportano, quando attivano rapporti e relazioni con diversi stakeholder (portatori di interessi) e assetholder (portatori di risorse) contribuendo a rafforzare la crescita e la resilienza della comunità locale. (Paltrinieri e Manzoli, 2021: 14).

È quindi entro queste prospettive che enfatizzano il valore sociale della cultura (Paltrinieri, 2022) che la partecipazione culturale dell'adolescenti assume rilevanza.

1.2 PARTECIPAZIONE CULTURALE DELL'3 GIOVANI E RISCHIO DI POVERTÀ EDUCATIVA

Al fine di comprendere ulteriormente l'importanza di azioni di welfare culturale nel campo della partecipazione culturale giovanile, nell'accezione prima delineata, risulta utile riportare alcuni dati di contesto.

In primis, in relazione al rischio di povertà educativa, entro cui rientra assieme a diversi fenomeni anche il pericolo di abbandono scolastico. Quest'ultimo, tappa finale della dispersione scolastica, è un fenomeno complesso ed articolato causato da una serie di fattori, tra cui la condizione socioeconomica e il background formativo della famiglia, lo stato legale (cittadinanza), i fattori di attrazione del mercato del lavoro, il rapporto con la scuola e con i programmi educativi offerti, le caratteristiche individuali e caratteriali della persona.

In Europa, il fenomeno è misurato con l'indicatore ELET - Early Leavers from Education and Training. L'indicatore è calcolato sulla quota di popolazione 18-24 anni che ha abbandonato gli studi senza aver conseguito un titolo superiore al livello 3 della classificazione internazionale sui livelli di istruzione (ISCED). Tale indicatore, nel sistema di istruzione italiano, equivale alla percentuale della popolazione in età 18-24 anni che non ha conseguito titoli scolastici superiori alla licenza media (il titolo di scuola secondaria di primo grado), non è in possesso di qualifiche professionali ottenute in corsi di durata di almeno 2 anni e non frequenta né corsi scolastici né attività formative. Se gli indicatori riguardano la popolazione in età 18-24, si registra una mancanza di dati statistici riguardo la coorte tra 11 e 17 anni, che permetterebbe di misurare la progressività del fenomeno. Infatti, i giovani non lasciano la scuola da un momento all'altro, ma iniziano a manifestare sintomi nel tempo: ritardi sempre più frequenti, presenza fisica con creazione di disturbo in aula, comportamenti aggressivi, assenze sempre più numerose fino al ritiro definitivo. La dispersione scolastica si può manifestare gradualmente e può essere accompagnata da altri tipi di disagio, a volte come conseguenza di isolamento o ritiro sociale (fenomeno conosciuto come hikikomori), uso e spaccio di sostanze stupefacenti, comportamenti aggressivi e violenti, disturbi psicologici.

Nel 2023 l'abbandono scolastico in Italia è sceso al 10,5%, in progressivo calo rispetto agli anni precedenti (11,5% nel 2022; 12,7% nel 2021). Nonostante questo calo, l'Italia continua a essere uno dei paesi dell'Unione Europea dove il problema degli abbandoni scolastici precoci rimane più grave.

Il nostro Paese nel 2023 si posiziona al quinto posto per la percentuale degli abbandoni (10,5%), preceduto da Romania (16,6%), Spagna (13,7%), Germania (12,8%) e Ungheria (11,6%). C'è ancora molto lavoro da fare per raggiungere il traguardo fissato dal Consiglio UE al 9% entro il 2030. All'interno dei dati è possibile, inoltre, trovare divari percentuali se analizzati in una prospettiva intersezionale, ponendo il focus su caratteristiche di genere, geografiche, legate all'esperienza migratoria propria o della propria famiglia e/o di condizione socioeconomica. Nel 2023, il tasso di abbandono scolastico mostra una significativa differenziazione di genere, con una prevalenza più alta tra ragazzi che si identificano nel genere maschile (13,1%) rispetto al genere femminile, per cui il fenomeno risulta più contenuto, attestandosi al 7,6%. Anche le disparità geografiche emergono con forza: le regioni più colpite sono la Sardegna, dove il tasso raggiunge il 17,3%, e la Sicilia, che si attesta al 17,1%.

Un ulteriore elemento di disuguaglianza è legato alla cittadinanza. Tra i giovani italiani, la percentuale di abbandono precoce del sistema educativo scende al 9%, un dato inferiore rispetto alla media complessiva del 10,5% nel 2023 e dell'11,5% nel 2022². Al contrario, tra i giovani stranieri, il tasso di abbandono scolastico si innalza al 26,8%. Sebbene in diminuzione rispetto al 2022, quando superava il 30%, questa percentuale rimane comunque quasi tre volte superiore a quella riscontrata tra i studenti con cittadinanza italiana³.

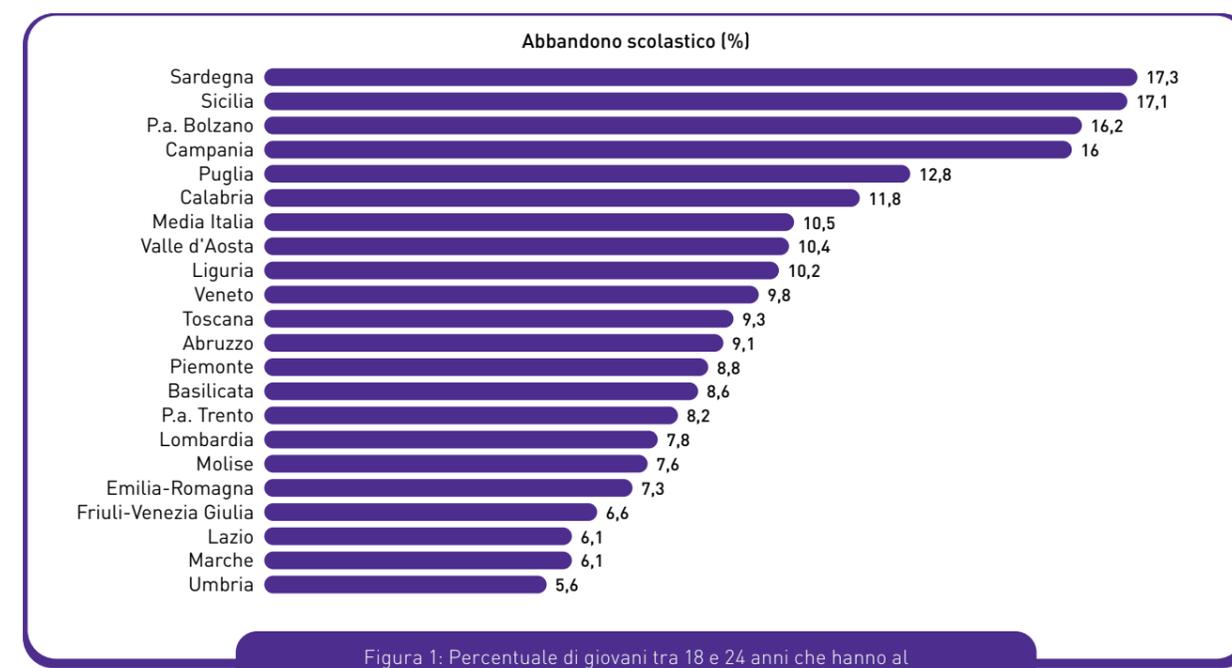


Figura 1: Percentuale di giovani tra 18 e 24 anni che hanno al massimo la licenza media (2023)⁴.

² Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT). (2023). Rapporto BES 2023: Il benessere equo e sostenibile in Italia. Dati recuperati dal sito (ultimo accesso il 26/11/2024): <https://www.istat.it/produzione-editoriale/rapporto-bes-2023-il-benessere-equo-e-sostenibile-in-italia/>

³ Con i Bambini e Openpolis. Non sono emergenza: Numeri e analisi sul disagio giovanile. Fondo per il contrasto della povertà educativa minorile, 2024. Disponibile su: <https://nonsonoemergenza.it>.

Ad influire sul fenomeno non sono solo fattori legati alla situazione socioeconomica e al retroterra familiare, ma anche aspetti strutturali. Tra questi si annoverano la qualità dell'insegnamento, la presenza di servizi per l'educazione precoce e un'offerta educativa non formale di qualità. Le scuole in Italia molto spesso non sono in grado di garantire il tempo pieno, elemento essenziale per combattere la dispersione scolastica, oppure sono sprovviste di servizio mensa, di materiali, spazi ed infrastrutture fisiche adeguati all'apprendimento e al sano e corretto sviluppo di ogni studente e studentessa.

Il fenomeno della dispersione scolastica è anche strettamente connesso al fenomeno dell'NEET (Not in Education, Employment and Training, giovani che non lavorano e non studiano), il cui valore è misurato come la percentuale di individui non occupati né in istruzione o formazione rispetto al totale degli individui con età tra i 15 e i 29 anni. Nel 2023, in Italia, il 16,1% della popolazione in questa fascia d'età rientrava nella condizione di NEET, segnando un miglioramento rispetto al 2022, quando tale percentuale si attestava al 19%⁵. Questo fenomeno varia significativamente in relazione al livello di istruzione: tra coloro che hanno conseguito un titolo di studio terziario, come una laurea, la percentuale di NEET si riduce al 14%. Tuttavia, il dato aumenta tra chi possiede al massimo un titolo di istruzione secondaria inferiore, raggiungendo il 19,4%, e risulta ancora più elevato tra i diplomati di scuola secondaria superiore, con il 20,3%. La condizione di NEET è inoltre più frequente a livello femminile, dove nel 2019 raggiungeva una percentuale del 24,3%, rispetto al 20,2% maschile, indipendentemente dal livello di istruzione conseguito⁶.

Questo divario di genere evidenzia come fattori sociali e strutturali incidano profondamente sulla partecipazione dei giovani al mondo del lavoro e dell'istruzione. Questi fattori influenzano non solo la probabilità di proseguire gli studi o entrare nel mercato del lavoro, ma anche l'età in cui i giovani lasciano il nucleo familiare di origine e la loro capacità di affrontare con successo le sfide del futuro. In Italia, sebbene entrambi i fenomeni abbiano mostrato un netto miglioramento rispetto al 2019 – quando il tasso di NEET era al 22,1% e quello di abbandoni scolastici al 13,3% – permangono evidenti necessità di interventi strutturali. Azioni mirate e politiche efficaci sono indispensabili per contrastare tali dinamiche, che continuano a rappresentare un ostacolo significativo alla piena realizzazione del potenziale dei giovani e allo sviluppo sociale ed economico del paese.

Considerati i dati qui richiamati risulta chiaro come le azioni di welfare culturale, basate sulla partecipazione culturale, che in questo lavoro di ricerca abbiamo indagato sia in termini di fruizione sia di produzione, nonché i luoghi fisici in cui queste avvengono, assumono rilevanza in particolare nella misura in cui possono favorire e valorizzare spazi eterogenei, in grado di accogliere tutti, promuovendo inclusività e partecipazione, superando anche forme di ghettizzazione di chi si trova in condizioni di svantaggio o affronta quotidianamente difficoltà.

Ulteriori dati significativi riguardano la partecipazione culturale. Secondo i dati riportati in *Minicifre della Cultura*, prima della pandemia del 2020, i principali indicatori culturali in Italia mostravano una tendenza complessivamente stabile o in miglioramento. Tra il 2018 e il 2019, per esempio, la spesa pro capite dei Comuni per la cultura era aumentata da 19,6 euro a 19,9 euro, mentre la partecipazione culturale fuori casa era cresciuta dal 34,7% al 35,1%. Tuttavia, l'emergenza Covid-19 ha provocato una brusca interruzione di questi progressi, con un calo di tutti i principali indicatori culturali. I primi segnali di ripresa sono emersi solo a partire dal 2021, ma non sono stati sufficienti a ripristinare i livelli pre-pandemici.

⁴ Fonte: <https://www.openpolis.it/numeri/nelle-isole-labbandono-scolastico-supera-il-17/>, ultimo accesso il 21/11/2024.
⁵ Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT). (2023). Rapporto BES 2023: Il benessere equo e sostenibile in Italia. Dati recuperati dal sito (ultimo accesso il 26/11/2024): <https://www.istat.it/produzione-editoriale/rapporto-bes-2023-il-benessere-equo-e-sostenibile-in-italia/>
⁶ Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT). (2023). Rapporto BES 2023: Il benessere equo e sostenibile in Italia. Dati recuperati dal sito (ultimo accesso il 26/11/2024): <https://www.istat.it/produzione-editoriale/rapporto-bes-2023-il-benessere-equo-e-sostenibile-in-italia/>

Contestualmente però si è assistito alla diffusione di forme inedite di partecipazione culturale legata a spazi virtuali, che a partire dal 2020, hanno avuto un ruolo sempre più importante nell'esperienza culturale. Non solo le piattaforme ma anche nuovi spazi di produzione digitale si sono consolidati, aprendo alla necessità di ripensare la fruizione di cultura non solo nella sua dimensione live ma anche mediata e attraverso dispositivi digitali⁷.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE							
INDICATORI	UNITÀ DI MISURA	BASELINE 2013	2018	2019	2020	2021	2022
Partecipazione culturale fuori casa	%	30,6	34,7	35,1	29,8	8,3	23,1
Lettura di libri e quotidiani	%	38,7	38,9	38	38,2	36,6	35,9
Fruizione delle biblioteche	%	n.d.	n.d.	15,3	12,4	7,4	10,2

Figura 2: Indicatori culturali nel BES dal 2018 al 2022. Fonte: Minicifre della Cultura (2023)

Entro questo quadro i giovani sono coloro che di più hanno subito questa riduzione, come evidenziato dai dati del BES - Il Benessere Equo e Solidale, introdotto in Italia dall'ISTAT, e che fornisce annualmente un quadro informativo articolato in 12 domini e 152 indicatori, analizzando il benessere del Paese attraverso dimensioni sociali, ambientali ed economiche. Il BES quindi, in una visione multidimensionale di benessere, considera vari aspetti quali salute, istruzione, ambiente e qualità dei servizi. Un elemento distintivo del BES è proprio l'inclusione della cultura tra i fattori chiave che misurano il benessere. La cultura viene rappresentata sia attraverso un dominio specifico, come quello dedicato al "paesaggio e patrimonio culturale", sia in modo trasversale nei domini "istruzione e formazione" e "innovazione, ricerca e creatività". Questo approccio riconosce la cultura come un fattore cruciale per il benessere, utile per comprendere le dinamiche sociali e per orientare politiche di sviluppo più efficaci.

In particolare, il BES 2023 evidenzia come i giovani continuino a distinguersi per una partecipazione culturale significativamente più elevata rispetto alle fasce adulte e anziane, per cui i livelli di partecipazione diminuiscono progressivamente con l'aumentare dell'età. Nel 2023, i giovanissimi di 6-14 anni hanno raggiunto una partecipazione del 47,2%, mentre tra i giovani di 15-24 anni il valore si attesta al 52,9%. Al contempo, nonostante ciò, l'Italia resta tra i Paesi europei con i livelli di partecipazione culturale più bassi, superata soltanto da Romania, Bulgaria, Cipro e Grecia, secondo i dati Eurostat del 2022⁸. Inoltre, un aspetto particolarmente critico riguarda il mancato recupero, da parte delle fasce più giovani, dei livelli di partecipazione culturale pre-pandemici. Gli effetti della pandemia sembrano aver avuto un impatto più intenso sull'adolescenza, generando un disagio che si manifesta non solo in una minore partecipazione culturale, ma anche in una fragilità sociale ed emotiva più distribuita.

⁷ A questo proposito, s.v. Istat (2022): "In conseguenza della pandemia e delle misure di contrasto, in tutto il mondo si è registrato un forte aumento della domanda di contenuti online, che ha favorito le piattaforme di streaming di musica, cinema e televisione. Anche molte istituzioni culturali, come musei e teatri, hanno rapidamente moltiplicato il loro impegno per digitalizzarsi e fornire accesso online, anche se non necessariamente per generare entrate".
⁸ European Commission. (2022). Culture statistics - Cultural participation. Eurostat. Disponibile online: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_participation&oldid=648687#Cultural_participation_.E2.80.93_general_findings

Le nuove generazioni stanno incontrando maggiori difficoltà nel recuperare i livelli di partecipazione culturale 'in presenza' precedenti alla pandemia. Questi livelli, già prima dell'emergenza sanitaria, sebbene più alti rispetto a quello di altre fasce anagrafica della popolazione italiana, risultavano relativamente bassi rispetto alla media dell'Unione Europea, come confermato anche dai dati Eurostat del 2022. Questo fenomeno deve essere letto in relazione anche alle nuove forme di partecipazione culturale online. Se da un lato, il fatturato totale del settore culturale e creativo in luoghi fisici tra 2019 e 2020 ha subito una brusca battuta d'arresto (Istat 2022), dall'altro il consumo culturale e l'uso di piattaforme di intrattenimento su internet nello stesso periodo si attesta a livelli molto alti nella popolazione italiana, specialmente per i giovani tra i 14 e i 18 anni (AGCOM 2020).

Il welfare culturale diventa, quindi, uno strumento essenziale per contrastare la tendenza dei giovani a sottrarsi alla partecipazione culturale dal vivo. Non si tratta solo di offrire opportunità di fruizione, ma di creare spazi di incontro dove i giovani possano confrontarsi, collaborare e co-progettare un immaginario positivo per il futuro. In questo senso, il welfare culturale assume un ruolo trasformativo, contribuendo a ridurre il disagio giovanile e contestualmente potenziare il loro ruolo attivo come cittadini. Questo è particolarmente importante per una generazione che si trova spesso a vivere in un contesto di incertezza e disuguaglianze crescenti.

In proposito, nell'affrontare il tema della partecipazione culturale dei giovani e per comprendere a fondo il ruolo importante che azioni di welfare culturale e spazi di partecipazione culturale possono rivestire, va preso in considerazione il quadro complessivo di profondi cambiamenti sociali, culturali, economici, politici e tecnologici che hanno un impatto importante sulle forme di relazionalità e socializzazione tanto degli adulti quanto delle nuove generazioni.

Se, da un lato, la globalizzazione e la digitalizzazione hanno moltiplicato le possibilità di accesso a informazioni e culture diverse, permettendo anche una esplorazione e una condivisione di nuove forme espressive; dall'altro, la "liquefazione" della struttura sociale nel suo complesso, delle sue istituzioni e agenzie di socializzazione, ha portato, tra tanti, a due esiti significativi. In primis, a un mutamento stesso delle forme della partecipazione, a favore di forme più frammentate e temporanee, che riducono l'adesione a gruppi o associazioni a lungo termine e promuovono invece modalità più sporadiche di aggregazione e impegno sociale (Putnam, 2000).

In secondo luogo, in modo complementare, ad una frammentazione sociale sul piano degli orientamenti valoriali e normativi, un'incertezza rispetto ai modi di condotta di vita. Esito è un processo di individualizzazione, che si esemplifica anche in una necessità di costruire le proprie biografie come fossero delle opere d'arte da re-inventare e costantemente "progettare" (Beck, 2003).

Se questo processo può risultare gravoso per le persone adulte, diventa ancor più complesso per i giovani, già impegnati nei loro "compiti evolutivi" (Regoliosi, 1994: 21), e che si trovano ad affrontare la crescita in un mondo precario, incerto e attraversato da mutamenti rapidi, oltre che sotto l'influsso delle richieste "post-narcisistiche" (Lancini 2023) degli adulti di riferimento, che li invitano a crescere e sviluppare le proprie capacità secondo i propri personali desideri e aspirazioni?

⁹ Sempre seguendo la prospettiva di Lancini (2023), l'insieme di aspettative esercitate dagli adulti sulla ragazza sarebbe evoluto negli ultimi anni, passando da quello che viene chiamato "società narcisistica" a una "società post-narcisistica": "Non è più solo una questione di pensare esclusivamente a se stessi, di alimentare il proprio ideale e di non interessarsi all'altro e al suo funzionamento affettivo, psichico, relazionale. La società del postnarcisismo [...] è la società dell'estremizzazione di se stessi, che non si limita a chiedere ai bambini e adolescenti di nascere e crescere secondo aspettative ideali e competitive, ma iperidealizza il Sé in nome della propria fragilità adulta, fino a chiedere alle nuove generazioni di crescere secondo il mandato paradossale: "Sii te stesso a modo mio!". La sparizione dei bisogni dell'altro, chiede alle nuove generazioni di assolvere un compito che costringe a sentire di essere se stessi, mentre si cresce assecondando l'adulto" (p. 7).

Sebbene trasformazioni sociali siano sempre state una costante storica, l'intersezione di emergenze simultanee come la pandemia da Covid-19, le guerre, il cambiamento climatico e le crisi economiche ne sta accelerando gli effetti, rendendoli più evidenti e immediati rispetto al passato. In particolare, la pandemia del 2020 con le chiusure e il distanziamento sociale, ha generato disagi e difficoltà per l'intera popolazione, ma si è abbattuta in modo più duro e significativo su giovani e adolescenti, con impatti che è ancora prematuro stabilire con certezza. La sospensione temporanea delle attività educative e scolastiche in presenza, la chiusura di spazi ricreativi e luoghi di aggregazione, insieme alla necessità di mantenere il distanziamento per contenere i contagi, hanno pesato enormemente nelle vite di bambini e adolescenti.

La pandemia ha agito come una lente di ingrandimento, rendendo ancora più evidenti gli effetti collaterali di una quotidianità in cui le relazioni significative e di prossimità hanno subito una riduzione nelle società negli ultimi trent'anni, in cui la globalizzazione e l'individualismo giocano un ruolo non irrilevante nell'accentuare l'importanza del fenomeno noto come "disagio giovanile". Lo stato di disagio può manifestarsi attraverso alcuni comportamenti, tra cui atteggiamenti devianti, episodi di violenza, atti di autolesionismo, fino ad arrivare a tentativi di suicidio o allo sviluppo di varie forme di dipendenza, come alcolismo, tossicodipendenza, ludopatia o disturbi alimentari (Villa, 2011; Moliterni, 2022). Tuttavia, anche senza raggiungere comportamenti estremi, il disagio giovanile può tradursi in una difficoltà di riconoscersi e sviluppare pienamente le proprie potenzialità nei diversi contesti sociali in cui i giovani si trovano a vivere.

Non si parla di un fenomeno nuovo, ma i dati dimostrano un forte aumento del disagio di natura sociale ed economica di bambini e adolescenti: secondo le stime preliminari di Istat, il 14% dei minori nel 2023 si è trovato in povertà assoluta. Quanto riportato nell'Osservatorio "Conibambini" della Fondazione Openpolis dopo la pandemia, i minori che vivono in famiglie in povertà assoluta sono arrivati a 1,3 milioni. Il disagio economico è accompagnato da altri problemi di tipo educativo, culturale, sociale e psicologico, che rendono il disagio giovanile un fenomeno multifattoriale che può tradursi in bullismo, cyber-bullismo, diversi tipi di dipendenza¹⁰ (cibo, gaming, social media), disagio scolastico come dispersione scolastica, isolamento e ritiro sociale (hikikomori), inattività (NEET).

Pur non esistendo un'unica definizione del disagio giovanile, in questa ricerca ci riferiamo alla definizione sociale di Neresini e Ranci (1992:31), che si colloca in linea con la globalizzazione e la trasformazione delle vite e relazioni quotidiane posizionate in un precario quadro sociopolitico ed economico:

Il disagio giovanile si può dunque definire, almeno in via preliminare, come la manifestazione presso le nuove generazioni della difficoltà di assolvere ai compiti evolutivi che vengono loro richiesti dal contesto sociale per il conseguimento dell'identità personale e per l'acquisizione delle abilità necessarie alla soddisfacente gestione delle relazioni quotidiane. È il disagio di chi si sente coinvolto nella frammentarietà dei processi di socializzazione, di chi subisce le incongruenze del sistema educativo, dove famiglia, scuola, gruppo dei pari e territorio sembrano procedere ognuno per conto proprio. (Neresini e Ranci, 1992:31).

Nel contesto liquido della società contemporanea, frammentaria e fluida, il disagio giovanile rappresenta un ostacolo alla concretizzazione di un progetto di vita, ma è anche un'occasione per promuovere azioni di rinnovamento a livello di progettualità, pianificazione e policy. In un delicato percorso di affermazione personale come quello attuale, le modalità progettuali della società odierna, e in essa i designer e i progettisti per l'innovazione sociale, dovrebbe rivolgersi alla promozione di competenze personali - quelle "capacità progettuali diffuse" che costituiscono un'opportunità da sviluppare (Manzini 2004).

¹⁰ **Con i Bambini e Openpolis**. Non sono emergenza: Numeri e analisi sul disagio giovanile. Fondo per il contrasto della povertà educativa minorile, 2024. Disponibile su: <https://nonsonoemergenza.it>

È in questa visione progettuale che il welfare culturale può trovare uno spazio di sperimentazione, di affermazione e una messa a sistema concreta.

Il Comune di Bologna ha realizzato e continua a sviluppare differenti iniziative di promozione culturale, educativa e sociale, promuovendo attività in collaborazione con diverse realtà del territorio. Alcune di esse, riportate nella Sezione 4, dedicata alle interviste in profondità, intendono rispondere in modo innovativo e fattivo alle sfide evidenziate dai dati e dai fenomeni appena descritti. Pur non essendo intento di questa ricerca produrre una mappatura, appare importante citare – come possibile sviluppo di una politica di supporto alla partecipazione dell3 giovani in ottica di welfare culturale – la visione sviluppata nell’ambito del Piano adolescenza del Comune di Bologna¹¹ e confluita nel documento di programmazione “Radicalmente Adolescenti” (2024)¹², nato da percorsi di ascolto e coinvolgimento della comunità educante, e che traccia una road map per le azioni future, rispondendo alle sollecitazioni di adolescenti, giovani e altri attori facenti parte della comunità educante. Vengono, quindi, messe a sistema diverse progettualità realizzate in città: “Le Scuole Aperte” e “La Scuola che sarà” che sono state promosse sotto la cornice del progetto “Scuole di Quartiere”, entrambe costituiscono casi esemplificativi di un approccio di welfare culturale.

La ricerca, entro questo quadro, mira a favorire una riflessione ulteriore sulle azioni welfare culturale come possibile strumento di inclusione sociale e resilienza, di creazione di opportunità di partecipazione attiva e di generazione di benessere sociale, quali elementi cardine per essere cittadini nel senso più pieno e ricco del termine.

2/ METODOLOGIA DI RICERCA

¹¹ A tal proposito, s.v. il Piano Adolescenza del Comune di Bologna, visibile al link di seguito https://www.comune.bologna.it/myportal/C_A944/api/content/download?id=64803ba09f78130099a1b5a4 (ultima consultazione 24/01/2025).

¹² Il Piano Radicalmente Adolescenti, realizzato da Fondazione IU e Area educazione, istruzione e nuove generazioni del Comune di Bologna, è consultabile al seguente link: <https://www.fondazioneinnovazionebologna.it/progetto/radicalmenteadolescenti> (ultima consultazione 24/01/2025).

A livello metodologico le diverse parti della ricerca sono state guidate da un approccio tipo mixed-methods, scelto per combinare l'analisi quantitativa, che consente di tracciare tendenze generali, con quella qualitativa, che permette di esplorare le esperienze e i significati legati alla partecipazione giovanile. La ricerca è stata realizzata da un gruppo di ricerca del Dipartimento delle Arti dell'Università di Bologna¹³, su commissione di Fondazione Unipolis e in partenariato con Arci Bologna.

Il disegno della ricerca ha coinvolto due tipologie di soggetti: da un lato ragazzi tra i 14 e i 19 anni; dall'altro educator3, operator3 culturali, referenti istituzionali della città di Bologna.

2.1 FASI E ATTIVITÀ DI RICERCA

La ricerca si è articolata in diverse fasi e attività di studio.

I. Indagine di sfondo

La prima, di tipo conoscitivo, si è sviluppata attorno alla realizzazione di due focus group, strumento utile per la definizione delle tematiche e delle modalità di approccio alla dimensione culturale da parte di persone adolescenti, oltre che per individuare categorie di indagine da esplorare con uno strumento di ricerca quantitativa.

- Il primo (giugno 2023) ha coinvolto l3 educator3 dell'Arci. Sono stati condivisi gli obiettivi della ricerca e discussi temi di interesse, a partire dalla loro diretta esperienza con l3 adolescenti. Il focus group ha permesso di individuare alcuni importanti elementi di cui tenere conto nella costruzione del questionario: la necessità di creare uno spazio che rendesse protagonista l3 ragazzi, la gestione in autonomia, l'importanza del senso di appartenenza e identità, oltre che la sua funzionalità. Sono emersi, nel corso del focus group, alcuni importanti temi riguardanti genere, ambiente, diritti civili, sessualità. Musica, danza, digitale, arte, sport rappresentavano, secondo l3 educator3, gli ambiti di maggior interesse per l3 ragazzi.
- Il secondo (luglio 2023) è stato realizzato con docenti e ricercator3 del Dipartimento delle Arti dell'Università di Bologna¹⁴ afferenti a diversi ambiti disciplinari – mediale e dell'audiovisivo, musicologico, degli studi teatrali, delle arti visive, della sociologia dei processi culturali e comunicativi. Le loro competenze hanno permesso di inquadrare le aree tematiche da indagare nella seconda fase di progetto, attraverso il questionario, tra cui i consumi culturali dell3 giovani in termini di interessi, linguaggi, contesti, forme e luoghi del consumo e della produzione, il rapporto con la tecnologia, le forme di autorappresentazione, i modelli di riferimento e le funzioni cui il consumo culturale risponde.

A dicembre 2023 è stata inoltre presentata la ricerca a un comitato scientifico del progetto, costituito da rappresentanti di enti stakeholder¹⁵.

¹³ Il gruppo di ricerca era composto da Roberta Patrineri in qualità di supervisione scientifica, Giulia Allegrini, Eugenio Cannovale-Palermo, Teresa Carlone, Orkide Izci, con il supporto di Cecilia Depau per la fase di trascrizione delle interviste realizzate.

¹⁴ In particolare: Marco Cucco ed Elisa Farinacci (docenti di Cinema, fotografia, radio, televisione e media digitali); Matteo Paoletti (docente in Discipline dello spettacolo); Anna Scalfaro (docente in Musicologia e storia della musica); Marco Solaroli (docente in Sociologia dei processi culturali e comunicativi); Francesco Maria Spampinato (docente in Storia dell'arte contemporanea).

¹⁵ Al board sono stati invitati a partecipare: Erika Capasso (Presidente della Fondazione IU), Micaela Casalboni (Co-fondatrice Teatro dell'Argine), Veronica Ceruti (Direttrice Area educazione, istruzione e nuove generazioni del Comune di Bologna), Annalisa Cicerchia (Vice Presidente Cultural Welfare Center), Vanessa Niri, (Coordinatrice pedagogica Arci Nazionale), Luca Padova (Co-fondatore Baumhaus), Marisa Parmigiani (Direttrice Fondazione Unipolis), Federica Zanetti (Dipartimento di Scienze Dell'Educazione Università di Bologna).

II. Creazione e somministrazione di un questionario

Una seconda fase è stata dedicata alla creazione e all'implementazione di un questionario. Dopo un pilot della survey con l'aiuto di nove ragazzi, il questionario è stato diffuso tra le scuole superiori di Bologna. In un primo momento, gli istituti scolastici, impegnati già in moltissime attività extracurricolari, hanno aderito in modalità frammentata e con una partecipazione tiepida all'iniziativa di ricerca. Nel tempo, tuttavia, merito anche dell'attivazione di enti già consolidati nelle scuole che hanno fornito un ottimo ponte per la comunicazione, la distribuzione della survey è diventata più capillare grazie alla collaborazione con l'Area Istruzione, Educazione e Nuove generazioni del Comune di Bologna, degli Uffici Reti dei Quartieri, i SEST e con il supporto di dirigenti scolastici, vicepresidi e docenti.

Il questionario è rimasto aperto dal 10 gennaio al 23 marzo 2024, raccogliendo oltre 1200 risposte (circa un quinto in più di quanto inizialmente previsto). Hanno partecipato le seguenti scuole, di cui si fornisce anche il numero di studenti iscritti, così da dare una prima rappresentazione della significatività del campione coinvolto:

Scuole e istituti	Numero rispondenti	Totale studenti (indicativo) ¹⁶
CNOS FAP Salesiani sede di San Lazzaro	15	-
IFP Oficina	33	-
IIS Crescenzi Pacinotti Sirani	95	875
IIS Marcello Malpighi	135	600
IIS Belluzzi Fioravanti	114	1410
IIS Aldini Valeriani	62	2435
ITCS Gaetano Salvemini	372	1375
Liceo Classico Statale Marco Minghetti	143	1200
Liceo Musicale e delle Scienze Umane Laura Bassi-Lucio Dalla	71	1520
Liceo Scientifico Statale Niccolò Copernico	5	1630
Liceo Scientifico e delle Scienze Umane A. B. Sabin.	76	1620
Liceo Scientifico Statale Augusto Righi	59	1440
Liceo Scientifico-Sportivo Manzoni	42	350
Tot.	1222	14455

Tabella 1: elenco delle scuole che hanno partecipato al progetto, numero di rispondenti e numero complessivo di frequentanti.

¹⁶ Il numero totale di iscritte e iscritti delle scuole superiori bolognesi è disponibile sul sito internet dell'Ufficio Statistiche Territoriali del Comune, al link https://public.tableau.com/app/profile/ufficio.statistiche.territoriali.bologna/viz/Isritti_Scuole_Superiori_Comune_Origine_Scuola_Dest_MIUR_2023-24_Genere/ScuolesuperioriCMBolognaOrigine-Destinazione (ultima consultazione 24/1/2025). I primi due enti nella Tabella 1, essendo istituti per la formazione professionale, non rientrano negli elenchi ivi disponibili; non potendo individuarli altrove, non è stato possibile inserire il dato.

Senza la pretesa di essere statisticamente rilevanti, i questionari hanno tuttavia rappresentato una rilevazione interessante in termini di rappresentatività della popolazione studentesca. Per esempio, rispetto all'intero campione di risposte fornite, è stato possibile evidenziare una quota abbastanza simile di studenti provenienti da liceo, istituto professionale e istituto tecnico; metà della rispondenti era uomo e l'altra metà donna; metà si è collocato nella fascia d'età 14-16 e l'altra metà in quella 17-19.

Il questionario è stato strutturato in tre sezioni:

1. Anagrafica, in cui è stato chiesto alla ragazza di presentarsi, indicando fascia d'età (14-16 anni; 17-19 anni); identità di genere (non binary; donna; uomo); luogo di nascita (Italia o all'estero); nel caso di persone nate all'estero, si apre una sottosezione di questo macro-gruppo in cui si chiede da quanti anni si risiede in Italia (1-5; 5-10; più di 10); eventuale origine migratoria della famiglia, al fine di indagare la numerosità della ragazza di seconda o terza generazione da famiglia migrante; il quartiere di residenza a Bologna; i dispositivi elettronici quotidianamente più usati (indicandoli tra smartphone; PC/laptop; computer fisso; tablet; e-reader; smartwatch).

2. Aree di interesse, in cui viene richiesto di indicare e successivamente descrivere fino a tre aree di interesse. Le aree, individuate nel secondo focus group, sono:

- lettura e scrittura;
- disegno, pittura, grafica;
- fotografia;
- contenuti audiovisivi, cinema e serie tv;
- danza;
- teatro;
- musica;
- podcast e radio;
- video gaming;
- moda;
- attivismo e impegno civico.

Per ogni area di interesse è stato richiesto di individuare personalità o esempi di riferimento, generi e contenuti preferiti, cosa o chi consigli, con chi si condividono maggiormente gli interessi, le modalità e i luoghi di pratica e coltivazione dell'interesse (sia indicandoli sia enunciando eventuali spazi di riferimento in città); eventuali attività di pratica/produzione; frequenza di partecipazione ad attività in presenza nell'ambito dell'area di interesse.

3. Pensieri e immagini per un progetto creativo, in cui viene richiesto alla ragazza quali caratteristiche dovrebbe avere uno spazio culturale dedicato a coltivare i suoi interessi (elementi immateriali – sicurezza, distanza da scuola o da casa, accessibilità, ecc., o materiali – destinazione d'uso degli spazi e orari di apertura) e come, eventualmente, contribuirebbero alla realizzazione di un progetto dedicato alla creazione di un siffatto spazio.

Nel momento in cui si è raggiunto, e anzi superato, il numero prefissato in fase di programmazione (1000 risposte) è stata chiusa la possibilità di fornire nuove risposte al questionario. In fase di elaborazione, attraverso una statistica descrittiva, sono state contate le diverse occorrenze nelle risposte e presentate attraverso dei grafici, riportati nella Sezione 3 del presente report. Il rapporto è stato presentato il 2 luglio 2024 presso la sede del DAS di Bologna, alla presenza del gruppo di lavoro del progetto, dell'organizzatore promotore (Fondazione Unipolis e Arci Bologna), di numerosi ricercatori del Dipartimento delle Arti dell'Università di Bologna, della Direttrice dell'Area Educazione, Istruzione e Nuove Generazioni del Comune di Bologna Veronica Ceruti, della Direttrice della Fondazione Unipolis Maria Luisa Parmigiani.

III. Indagine qualitativa

Le considerazioni emerse e condivise durante l'incontro di presentazione hanno fornito spunti utili per strutturare la terza fase della ricerca, di tipo qualitativo, in cui sono state svolte delle interviste semi strutturate a educatori, referenti di spazi culturali, progettisti, responsabili di servizi e politiche nel mondo della cultura e dell'educazione. Le tematiche affrontate nell'intervista possono essere ricondotte a sei macro-argomenti che puntano ad indagare la relazione adolescenti/partecipazione/spazi:

- ruolo, contesto lavorativo e formazione pregressa della singola intervistata;
- ambiti, dinamiche e forme della partecipazione culturale della ragazza;
- esempi, legati alla propria esperienza o al proprio contesto lavorativo, di progetti, strategie di ingaggio ed effetti;
- modalità di progettazione di uno spazio culturale per e con le adolescenti;
- considerazioni sulla progettazione culturale e sulle prospettive future;
- valutazione e riflessioni in merito alle politiche culturali e sulle prospettive future.

L'ausilio dell'intervista semi-strutturata ha consentito un approccio libero verso una dimensione di scambio tra le persone coinvolte e le ricercatrici che le hanno condotte, poiché hanno concesso ampio spazio di espressione e di racconto a chi ha portato le proprie esperienze e i propri punti di vista. Scegliere metodi qualitativi consente di cogliere l'importanza dei contributi degli individui e del loro processo di attribuzione di significato a specifici fenomeni. Questo approccio è fondamentale per generare intuizioni e condurre analisi critiche di fenomeni così complessi. È, quindi, necessario andare oltre i semplici dati quantitativi e approfondire le esperienze di coloro che sono direttamente coinvolti nelle pratiche e nei processi (decisionali, organizzativi e progettuali) che costituiscono il fulcro della ricerca.

Tra la fine di ottobre e il mese di novembre 2024, sono state condotte 12 interviste a 17 rappresentanti di enti e/o spazi legati al mondo culturale ed educativo bolognese, in particolare a:

- tre educatori dello spazio Casa Gialla;
- due educatori dello spazio Salaborsa Lab;
- due educatori dello spazio OfficinAdolescenti (Salaborsa);
- un*educatore dello Spazio di Opportunità;
- una socia dell'Associazione Radio Cap;
- la responsabile della comunicazione e co-fondatore della cooperativa sociale Archilabò;
- un membro della Cooperativa Baumhaus;
- una project manager della Fondazione IU Rusconi-Ghigi
- la responsabile dell'U.I. Rigenerazione urbana a base artistica, culturale e creativa del Settore Cultura e Creatività del Comune di Bologna;
- un*operatore esperta e la Responsabile U.I. "Servizi per i giovani - Scambi e soggiorni all'estero", Comune di Bologna - Area Educazione, Istruzione e Nuove Generazioni e Coordinatrice attività servizio Informagiovani Multitasking - Comune di Bologna, Progetto Politiche per i Giovani;
- un*educatore e un*artista del centro DAS - Dispositivo Arti Sperimentali;
- la responsabile di Arci nazionale per infanzia, adolescenza e politiche educative.

Le interviste sono state condotte in presenza presso le sedi degli spazi coinvolti oppure on-line, in base alle diverse disponibilità delle persone coinvolte, e hanno avuto una durata compresa tra i 60 e gli 80 minuti. Ciascuna intervista è stata registrata, trascritta verbatim e analizzata andando progressivamente ad individuare temi e categorie che permettono, nell'insieme, di tracciare alcune traiettorie utili alla progettazione culturale di spazi che vedano protagonisti i adolescenti, e che verranno presentate nell'ultima sezione di questo rapporto.

3/ ANALISI DEI DATI QUANTITATIVI DEL QUESTIONARIO SOMMINISTRATO ALLI STUDENTI DELLE SCUOLE SUPERIORI BOLOGNESI

Presentiamo di seguito i dati quantitativi, suddivisi per le diverse sezioni del questionario, analizzati e rielaborati sulla base di alcuni elementi utili per la ricerca. A seguito di questa presentazione, saranno fornite alcune prime conclusioni, che saranno in un secondo momento integrate con quelle derivanti dall'analisi delle interviste della seconda parte del progetto.

3.1 ANAGRAFICA

Identità di genere, fascia d'età e indirizzi scolastici

Dalla sezione otteniamo una prima rappresentazione della 1.231 rispondenti.

Esaminando alcuni parametri, il campione si presenta equamente diviso:

- per fascia d'età (il 50,1% della rispondenti si colloca nella fascia 14-16 anni, il 49,9% in quella tra i 17 e i 19 anni – Grafico 1);
- per identità di genere (il 51,8% si identifica con il genere maschile, il 47,1% con quello femminile e l'1,1% si identifica come non-binary – Grafico 2);
- per indirizzo scolastico frequentato (il 32,3% è al liceo, il 30,2% all'istituto tecnico e il 37,1% all'istituto professionale, lo 0,4% si colloca nella fascia "Altro" - Grafico 3).

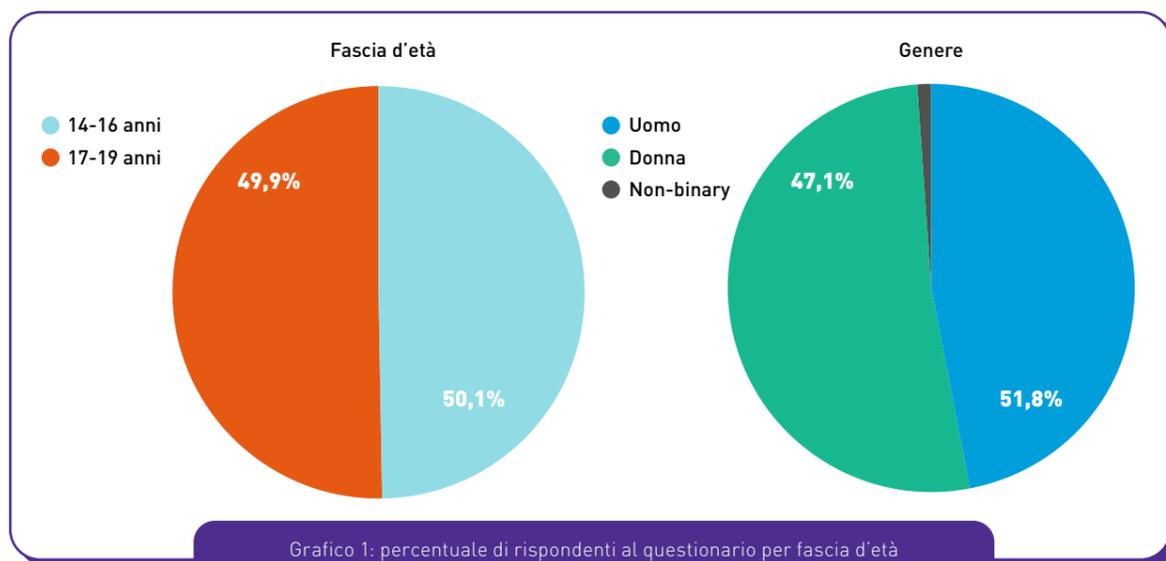


Grafico 1: percentuale di rispondenti al questionario per fascia d'età
Grafico 2: percentuale di rispondenti al questionario per identità di genere

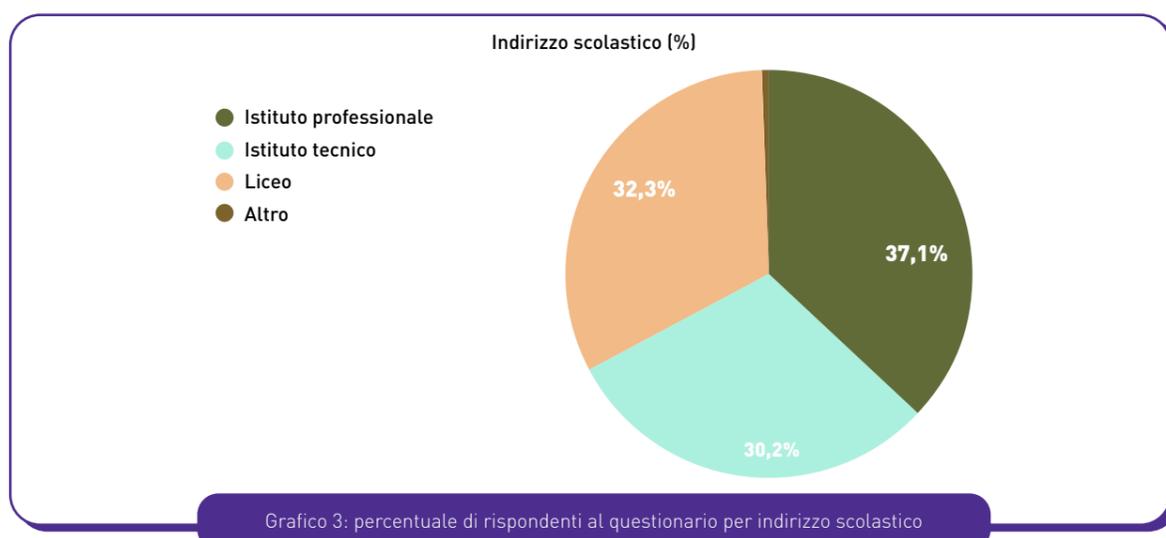


Grafico 3: percentuale di rispondenti al questionario per indirizzo scolastico

Alla domanda "Dove sei nato?", l'8,4% afferma di essere nato all'estero, il 91,6% in Italia. Alla domanda "La tua famiglia ha un'esperienza migratoria?", il 26% afferma implicitamente di essere immigrato di nuova generazione con background migratorio, il restante 74% no (Grafici 4 e 5).

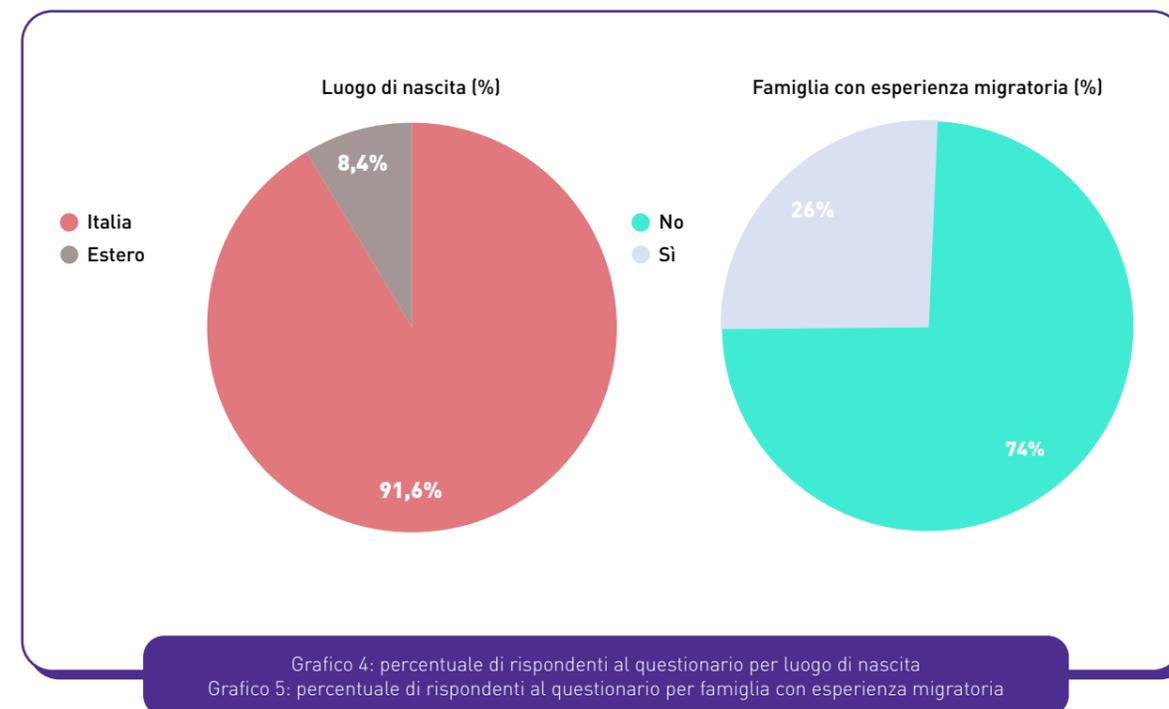


Grafico 4: percentuale di rispondenti al questionario per luogo di nascita
Grafico 5: percentuale di rispondenti al questionario per famiglia con esperienza migratoria

Dell'8,4% di nati all'estero, il 44,7% vive in Italia da più di 10 anni, il 28,2% è arrivato tra 5 e 10 anni fa il 27,2% tra 1 e 5 anni fa (Grafico 6).

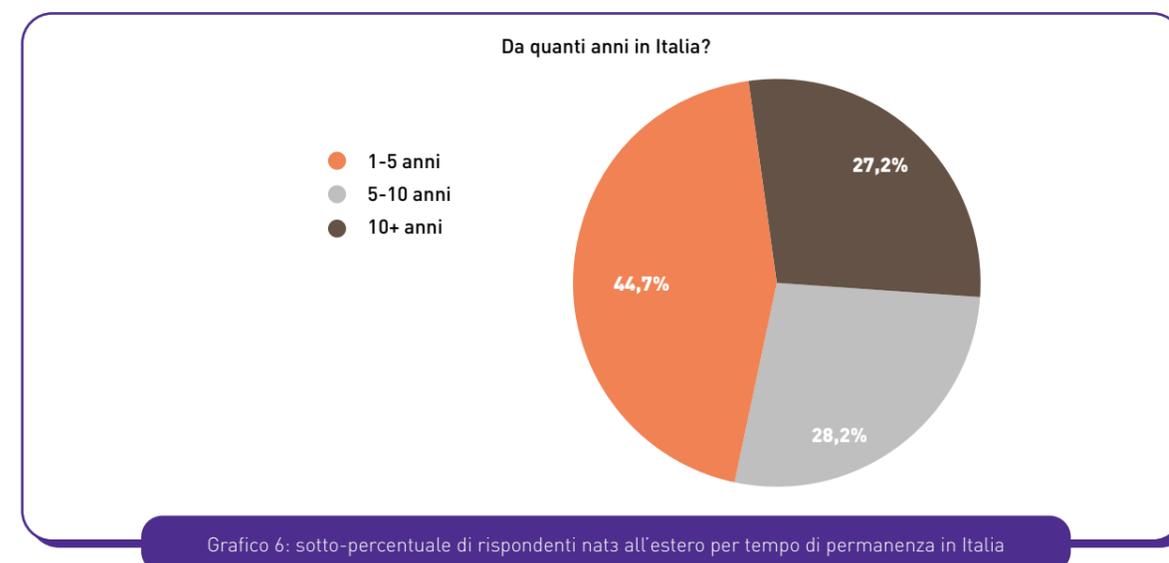
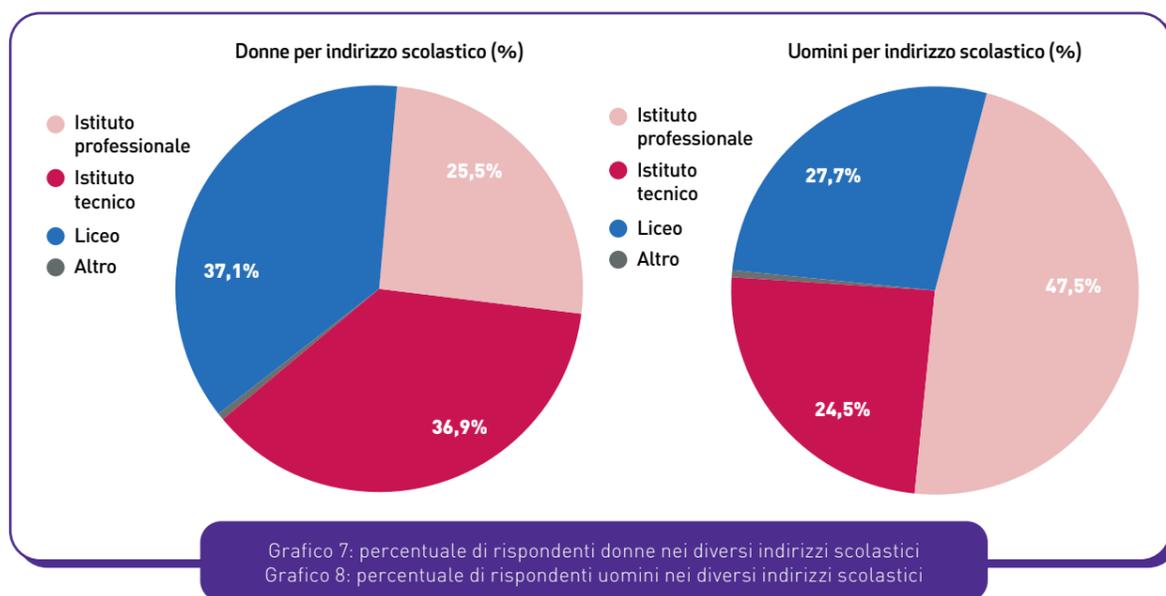


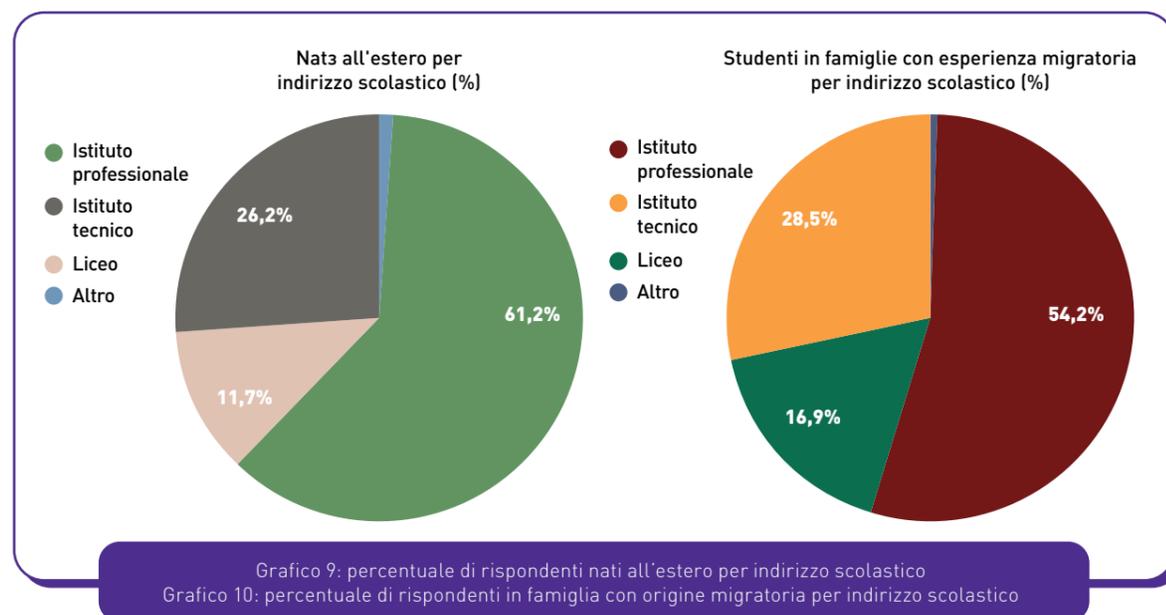
Grafico 6: sotto-percentuale di rispondenti nati all'estero per tempo di permanenza in Italia

Incrociando i dati sopra illustrati e relativi al genere e alla provenienza geografica propria o della propria famiglia con quelli relativi all'indirizzo scolastico, emergono alcuni elementi che meritano menzione:

- Il rapporto tra identità di genere e indirizzo scolastico. Il 25,5% delle donne frequenta l'istituto professionale, la restante parte si divide quasi egualmente tra liceo (37,1%) e istituto tecnico (36,9%) (Grafico 7); quasi la metà degli uomini (il 47,5%) frequenta l'istituto professionale, il 24,5% l'istituto tecnico e il 27,7% il liceo (Grafico 8);

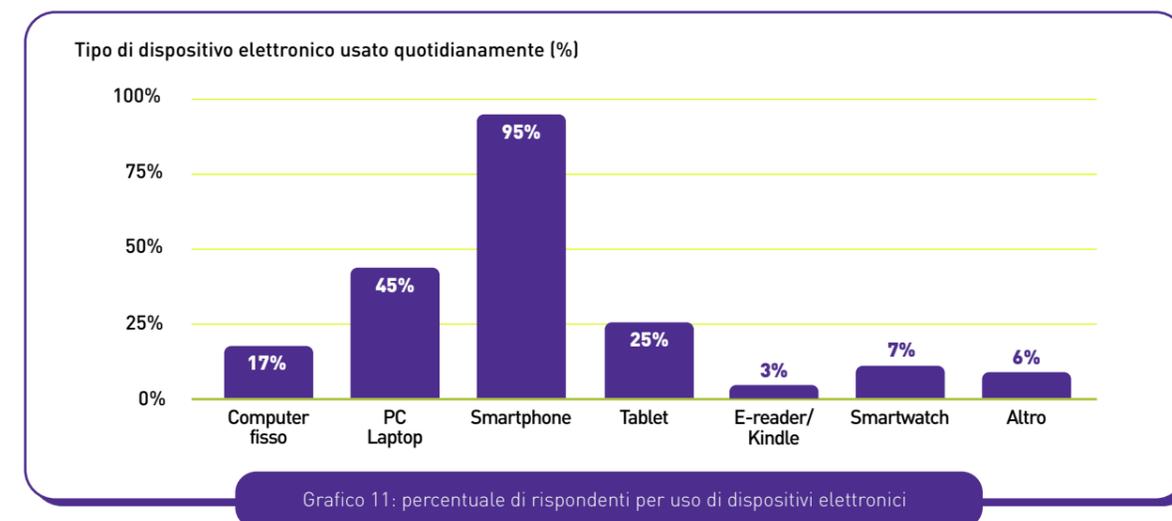


- Il rapporto tra provenienza geografica personale o della propria famiglia e indirizzo scolastico. Chi è nato all'estero: il 61,2% frequenta l'istituto professionale, il 26,2% il tecnico e l'11,7% il liceo (Grafico 9); la percentuale di liceali aumenta al 16,9% per chi è nato in Italia in una famiglia con origine migratoria, mentre diminuisce all'istituto professionale (54,2%) ed è quasi uguale all'istituto tecnico (28,2%) (Grafico 10). Questo dato può essere letto alla luce del ruolo che il capitale culturale, in combinazione con quello sociale ed economico, può avere in merito ai percorsi di scelta in ambito scolastico.



I dispositivi elettronici più usati

Alla domanda "Quali dispositivi elettronici utilizzi più frequentemente", il 95% di chi risponde afferma di usare lo smartphone quotidianamente¹⁷, seguito al 45% da chi usa PC/laptop, 25% tablet. Al 17% chi usa il computer fisso e sotto il 10% sono Smart TV (7%), E-reader/Kindle (3%) o altro (6%) (Grafico 11).



Il campione dei rispondenti è composto da rappresentanti della Generazione Z in quanto nati dopo il 1996 (Berkup, 2014) e caratterizzati da desiderio di condivisione e di nuove esperienze, in un modo "ovviamente legato alla dimestichezza con le nuove tecnologie digitali e i social media" (Cuzzocrea et al., 2023: 39), che divengono strumento privilegiato per "stringere o mantenere legami con altri soggetti" (AGCOM, 2020).

3.2 AREE DI INTERESSE

Questa sezione rappresenta il cuore e la parte quantitativamente più consistente dell'intero questionario. I rispondenti raccontano da una a tre aree di interesse (di seguito chiamate anche hobby e passioni) coltivate nel tempo libero.

La struttura di risposta prevede l'indagine delle aree di interesse una di seguito all'altra: individuata l'opzione da un primo elenco a risposta singola, si apre una sezione di domande specifiche. Una volta completata, è possibile per chi risponde o raccontare un secondo (e un terzo) interesse, secondo lo stesso schema, o passare direttamente alla terza e ultima parte del questionario.

L'intero campione di rispondenti ha raccontato almeno un'area di interesse (1231 risposte), circa un terzo ne ha raccontata una seconda (409 risposte), un dodicesimo una terza (101 risposte).

Le risposte raccolte secondo quest'ordine sono chiamate da qui in poi tornate. Le aree di interesse individuate nelle tre tornate di risposta possono essere rappresentate secondo il seguente schema:

¹⁷ Lo smartphone è la porta d'accesso per il mondo dei social. Stando al Report Giovani di AGCOM (2020), l'88,9% dei giovani tra i 14 e i 17 anni è iscritta ad un social media.

	Serie 1 (1231 rr.)	Serie 2 (409 rr.)	Serie 3 (101 rr.)
Musica	32,8	27,6	18,8
Videogaming	24,5	14,7	9,9
Contenuti audiovisivi, cinema e serie tv	19,9	16,1	13,9
Letture e scrittura	7,4	13,9	11,9
Moda	3,7	5,4	9,9
Danza	3,4	3,9	6,9
Disegno, pittura, grafica	3,2	6,8	13,9
Fotografia	2,5	3,4	7,9
Attivismo	1,3	4,6	0
Teatro	0,8	2,2	4,0
Podcast e radio	0,5	1,2	3,0

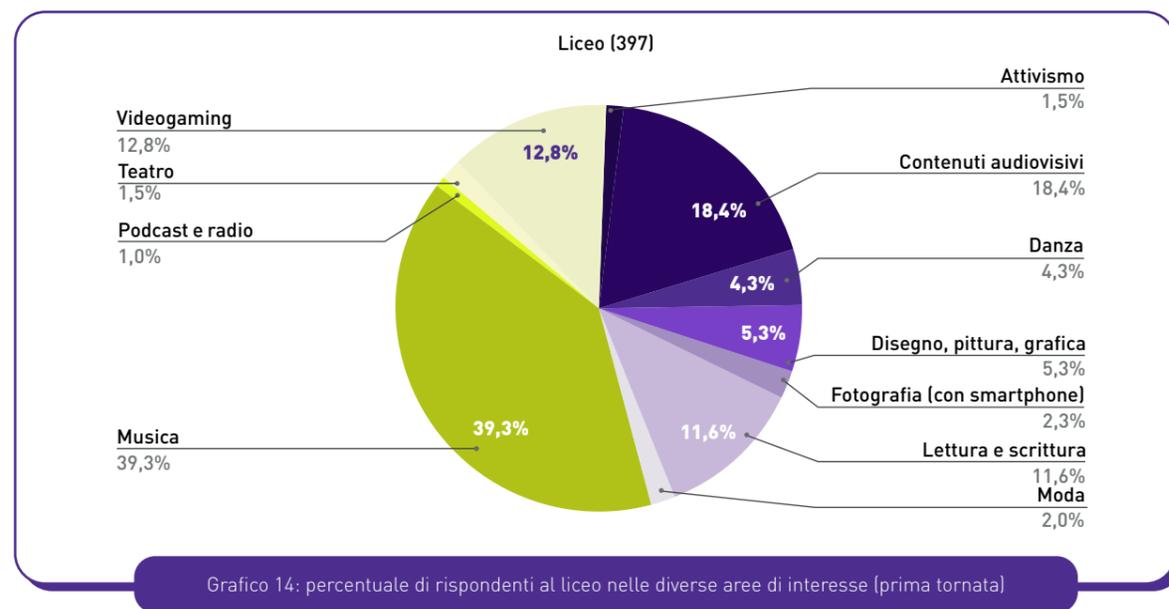
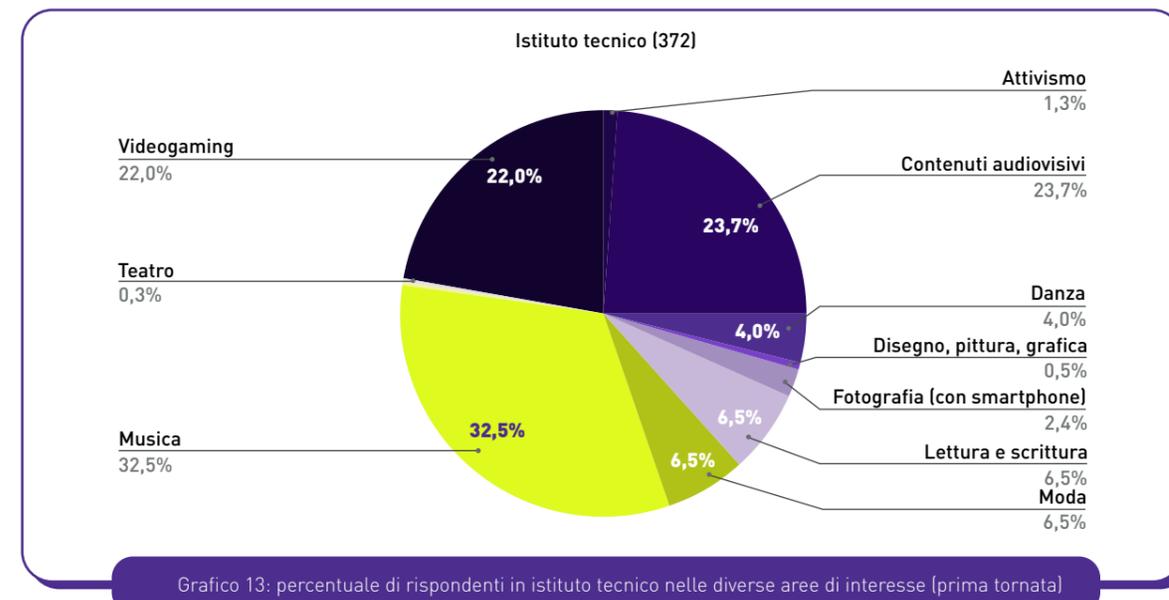
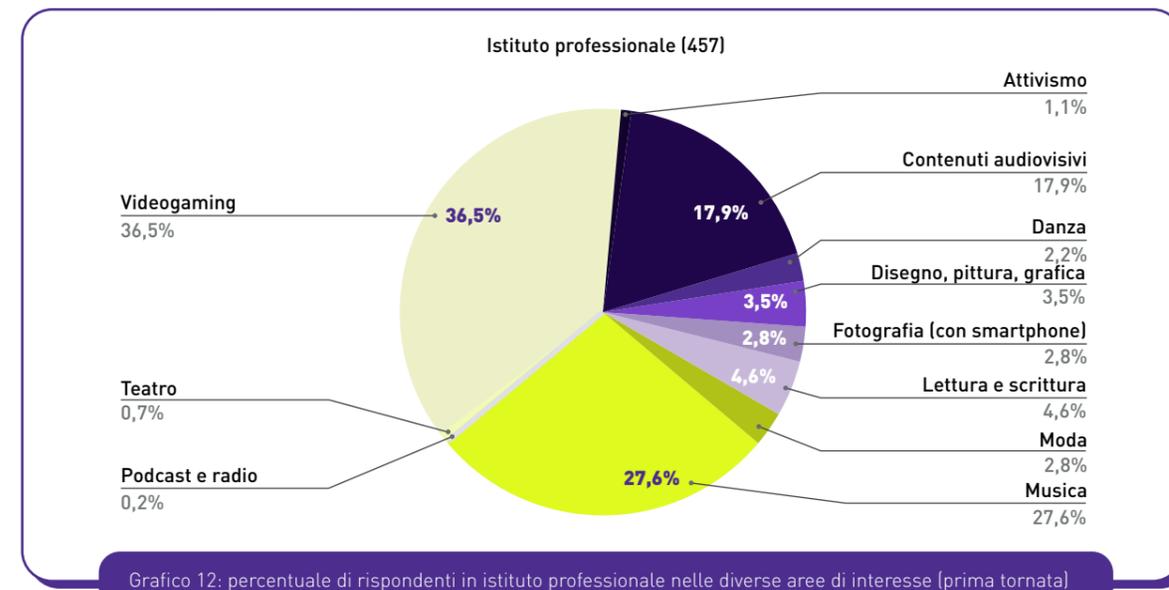
Tabella 2: percentuali di rispondenti per singole aree di interesse nelle tre tornate di risposte

Identità di genere, fascia d'età e indirizzi scolastici nelle aree di interesse

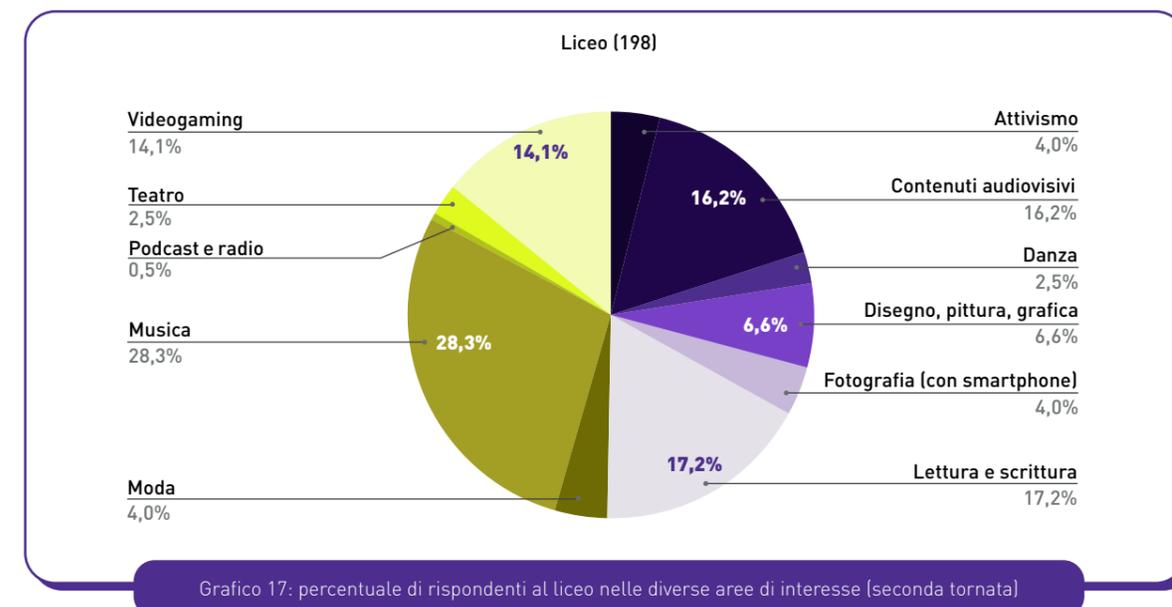
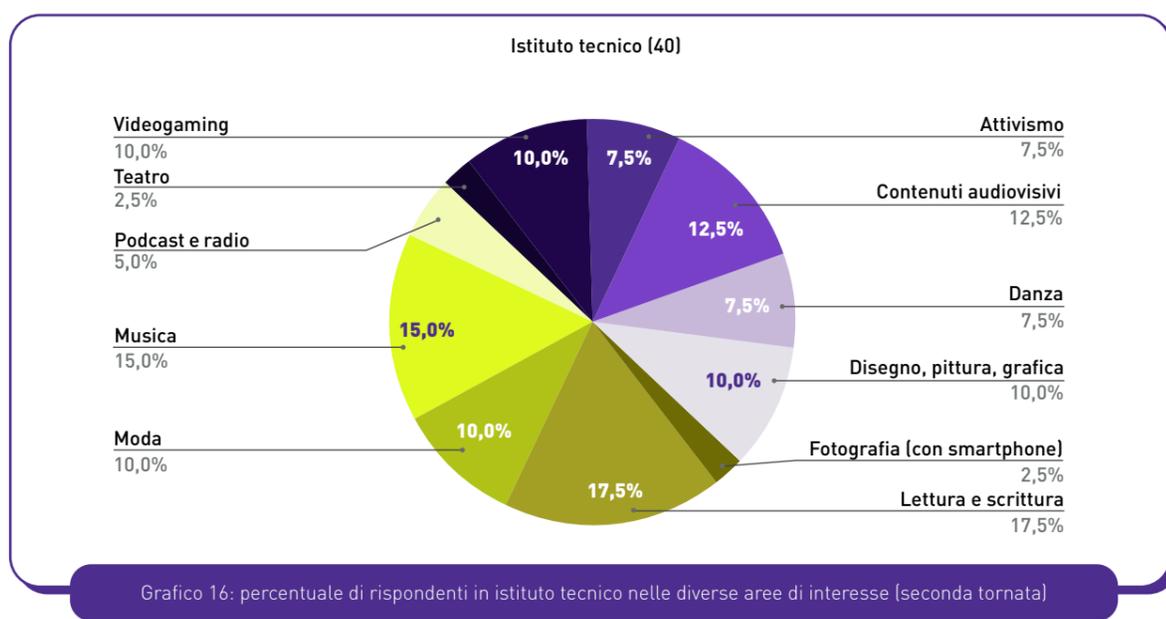
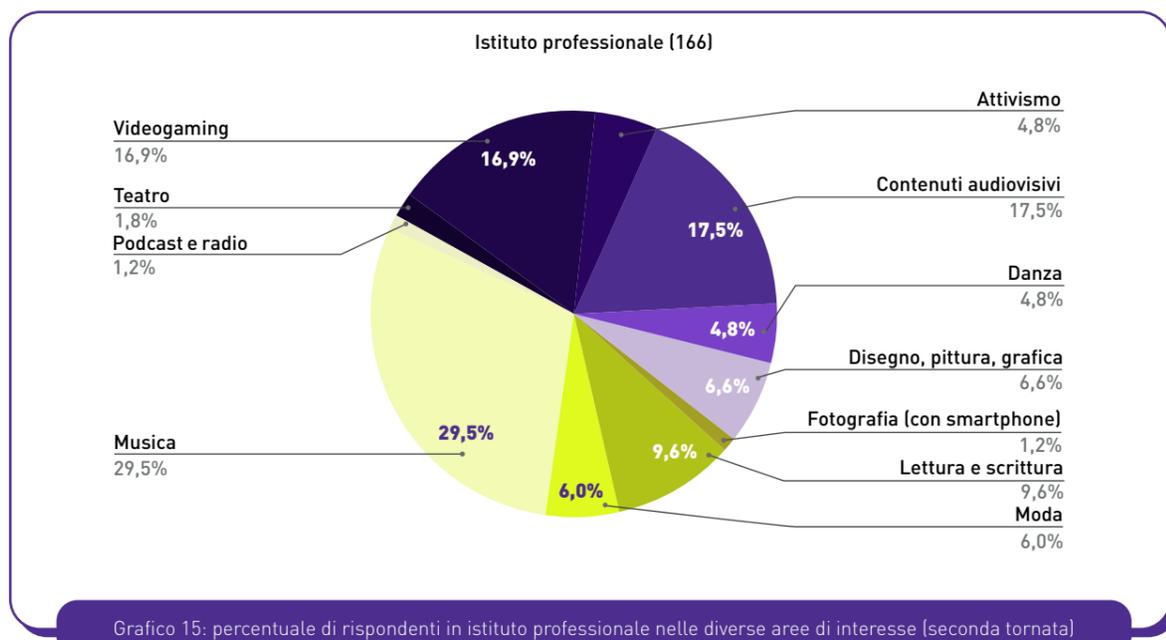
Come osservabile nella Tabella 2, le aree di interesse con percentuali basse nella prima tornata di risposte aumentano gradualmente nella seconda e nella terza (con l'eccezione dell'Attivismo e impegno civico): i rispondenti tendono, cioè, a collocarsi in maniera progressivamente più distribuita in aree di interesse diverse. Ciò è in linea con un altro dato: la qualità delle risposte (specificità e accuratezza in quelle sia chiuse sia aperte) aumenta nella successione di tornate. Ciò potrebbe essere spiegato dalla maggiore quantità di tempo dedicata al questionario da parte di chi decide di rispondere raccontando più di un'area di interesse, specificando le proprie risposte e fornendo maggiori informazioni.

Andando a declinare queste risposte secondo gli indicatori di genere, di indirizzo scolastico e di provenienza geografica di chi risponde o della propria famiglia, emergono alcuni aspetti interessanti.

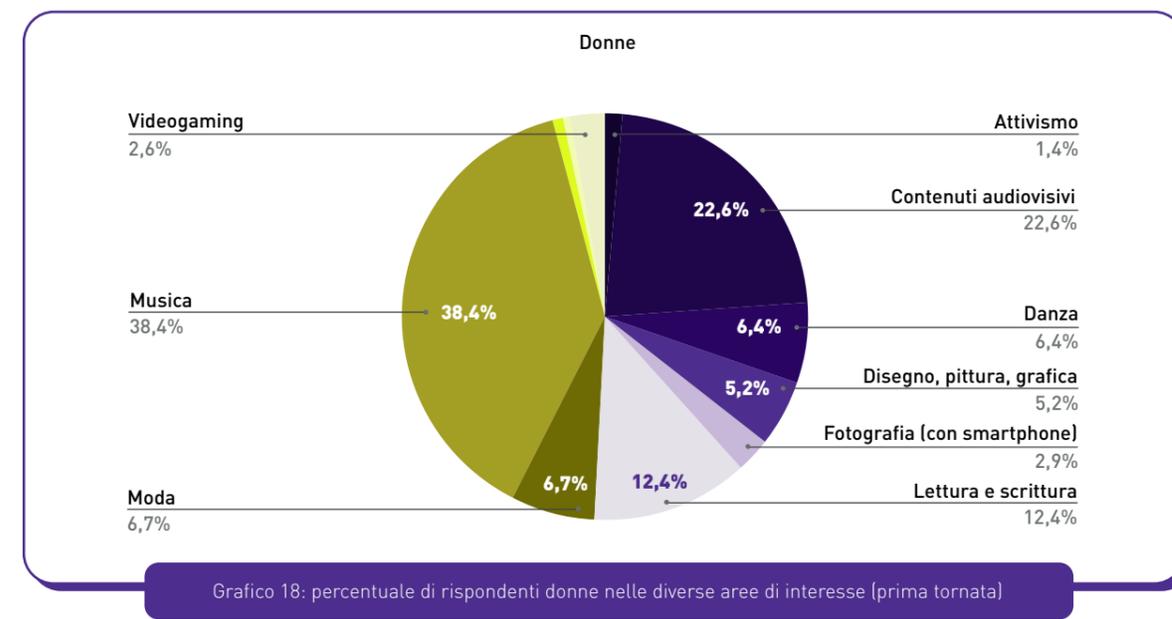
Confrontando la prima tornata di risposte tra i diversi indirizzi, all'istituto professionale prevalgono interessi come il videogaming (36,5%), la musica (27,6%) e i contenuti audiovisivi (17,9%). Le ultime due aumentano al tecnico (rispettivamente 32,5% e 23,7%), mentre al liceo cresce la musica (39,3%) e diminuiscono contenuti audiovisivi (18,4%), il videogaming (12,8%); la lettura e la scrittura emergono come area di interesse, attestandosi all'11,6% (Grafici 12, 13, 14).

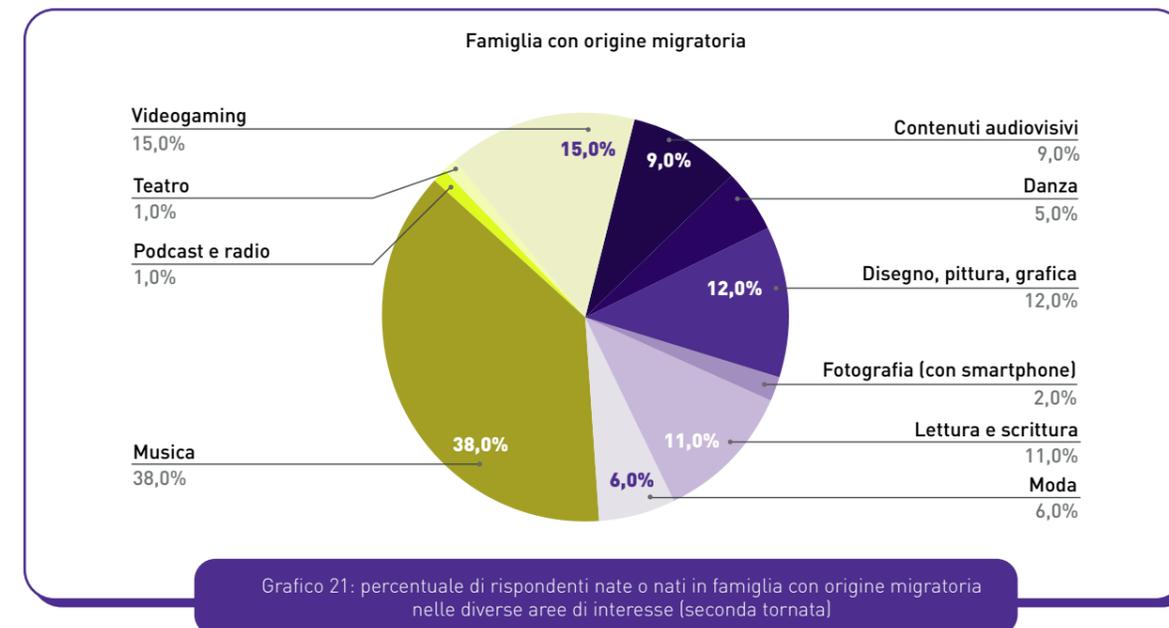
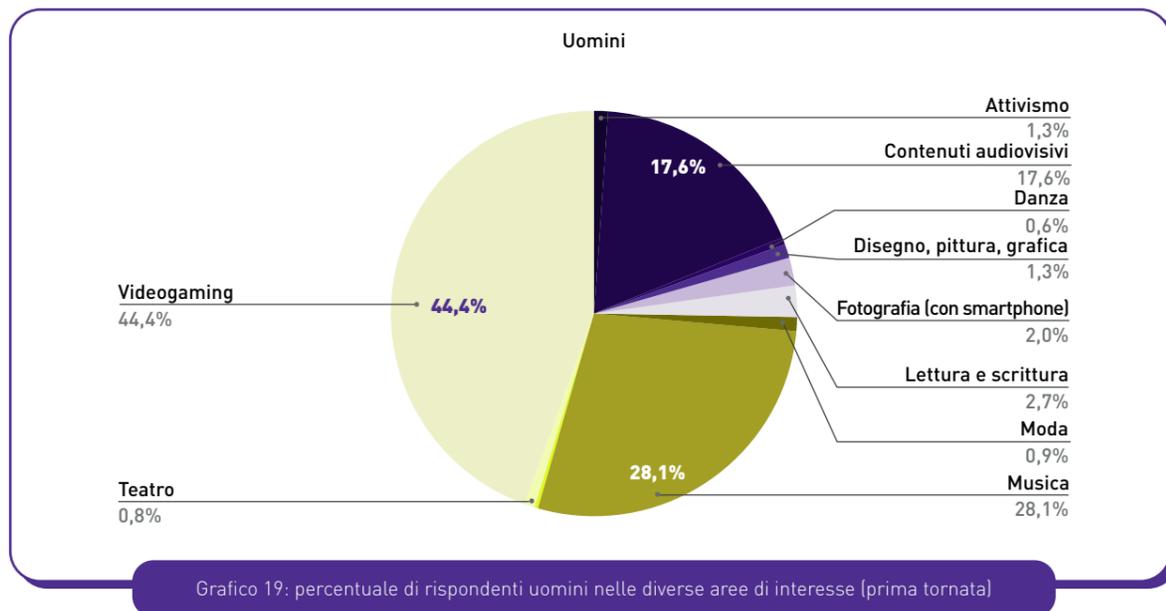


Nella seconda tornata di risposte, a 40 rispondenti dell'istituto tecnico si contrappongono 166 del professionale e 198 del liceo (si partiva da situazioni abbastanza paritetiche nella prima tornata). Gli interessi all'istituto tecnico appaiono equamente distribuiti (nessuno supera il 20%), mentre al Liceo continuano ad avere un peso molto importante la musica (28,3%), la lettura e la scrittura (17,2%) e i contenuti audiovisivi (16,2%). Lo stesso avviene al professionale (rispettivamente 29,5%, 9,6% e 17,5%) (Grafici 15, 16, 17).



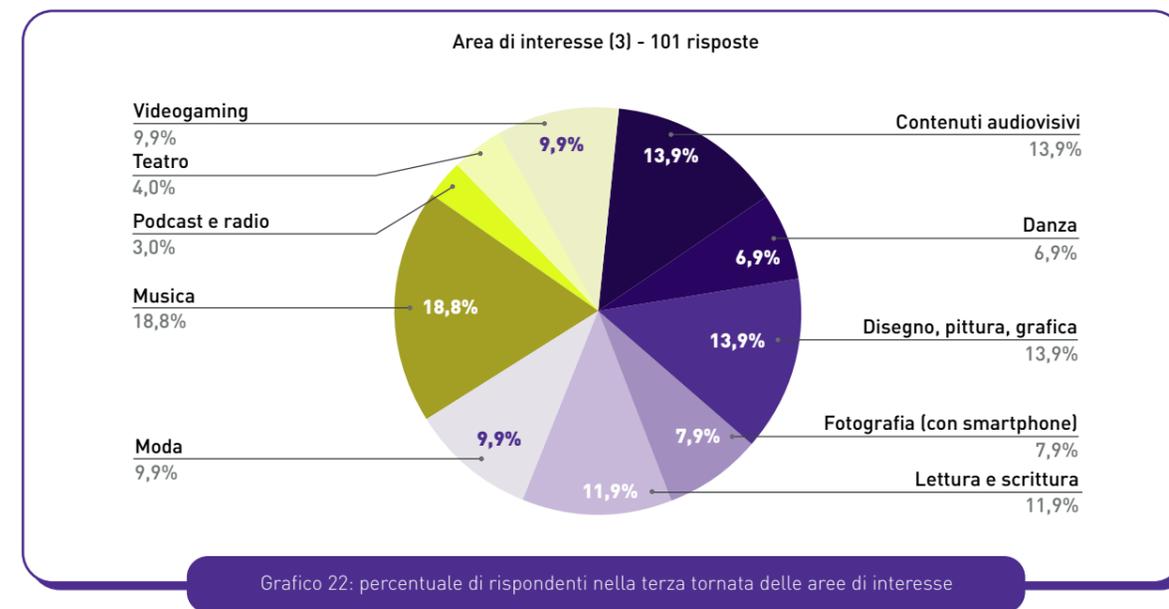
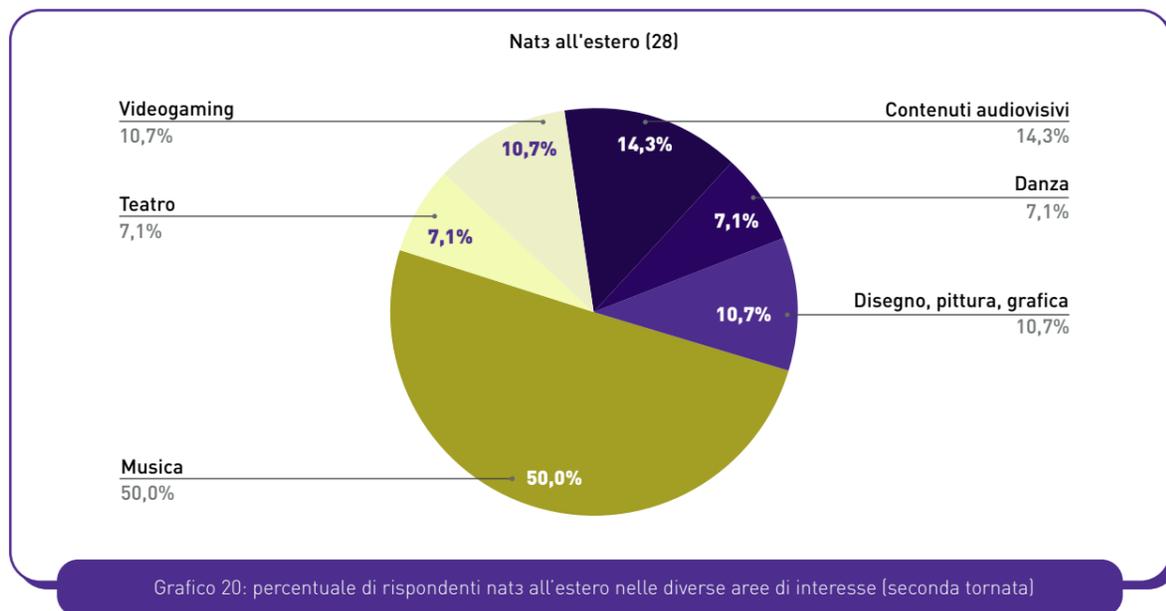
Le donne nella prima tornata di risposte apprezzano la musica (38,4%), i contenuti audiovisivi (22,6%) e distribuiscono equamente i propri interessi tra danza (6,4%), disegno, pittura e grafica (5,2%), moda (6,7%) e lettura e scrittura (12,4%); gli uomini apprezzano di gran lunga il videogaming (44,4%), la musica (28,1%) e i contenuti audiovisivi (17,6%) (Grafici 18, 19).



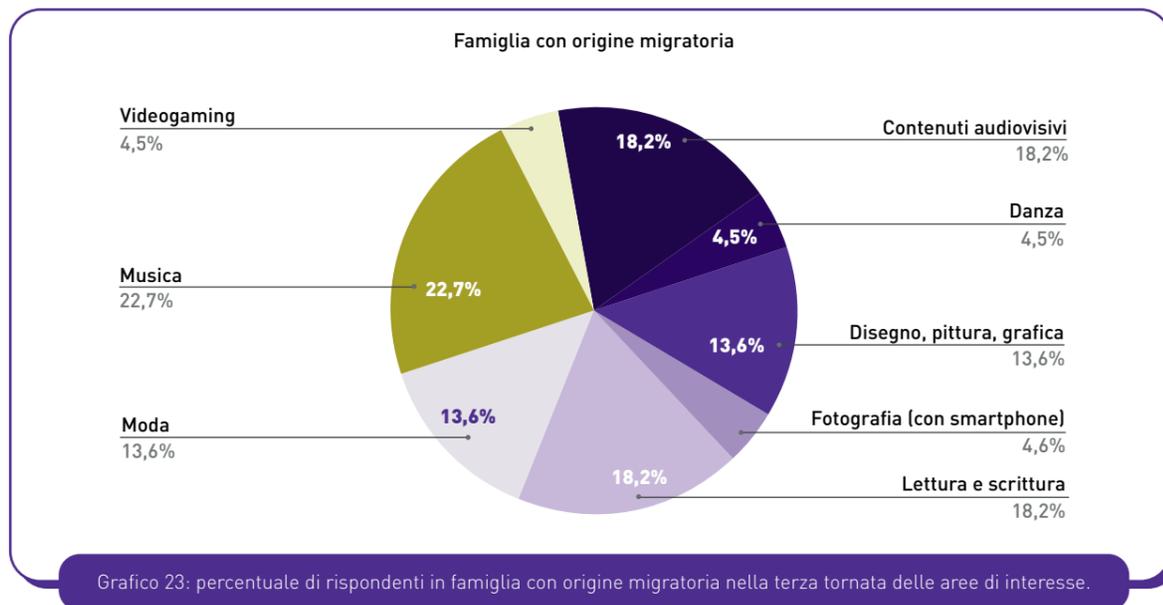


Nella seconda tornata di risposte, chi è nato all'estero apprezza al 50% la musica, percentuale che scende al 38% per chi ha una famiglia con origini migratorie, dove si lascia spazio a una serie di hobby tra cui disegno, pittura e grafica (12,0%), lettura e scrittura (11,0%) e danza (5%) (Grafici 20, 21).

Nella terza tornata di risposte, le aree di risposte appaiono definitivamente distribuite, con un range di apprezzamenti (con l'eccezione di attivismo e impegno civico, che scompare) dal 3 (Podcast e radio) al 18,8% (Musica) delle preferenze. Vistoso è il peso a pari merito di Moda e Videogaming (entrambi al 9,9%), mentre guadagnano strada Fotografia e Danza (rispettivamente 7,9% e 6,9%) (Grafico 22).



Due terzi circa è liceale (62 rispondenti), un terzo dell'istituto professionale (31) e solo 7 sono dell'istituto tecnico. Due terzi sono donne (63), un terzo uomini (34). Di chi proviene da una famiglia con origine migratoria, ai gettonati interessi di musica (22,7%) e contenuti audiovisivi (18,2%) si accompagnano interessi come lettura e scrittura (18,2%), moda (13,6%) e disegno, pittura e grafica (13,6%) (Grafico 23).



Tendenze generali in dati aggregati tra le diverse aree di interesse

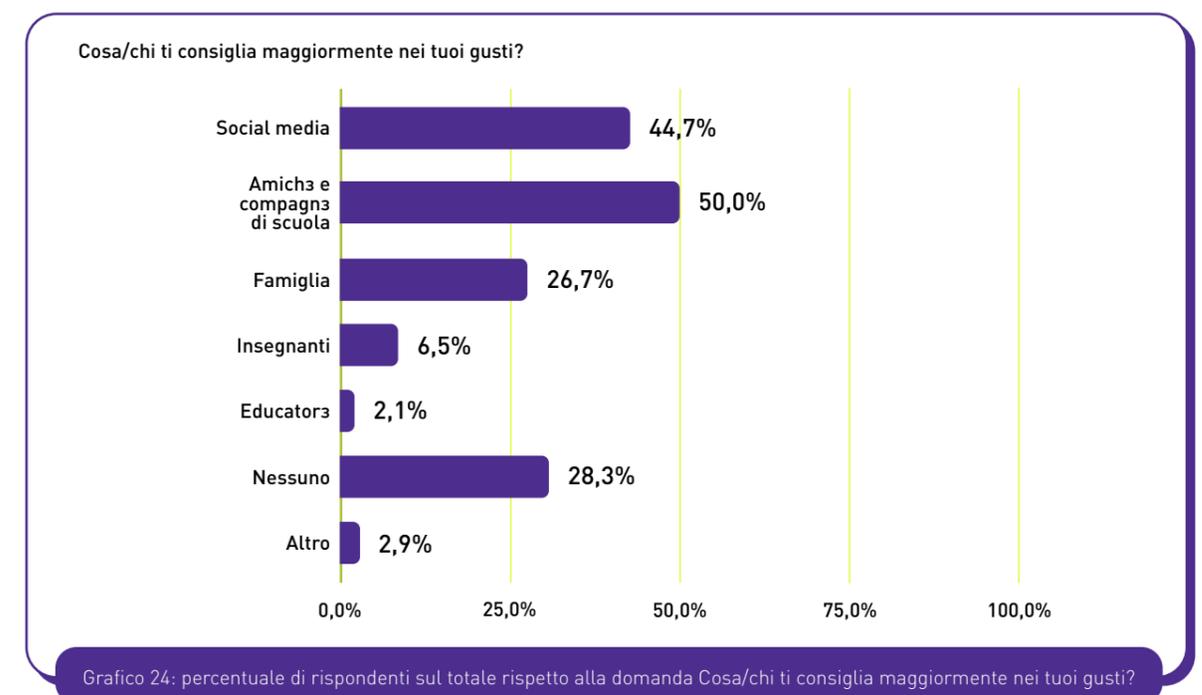
In ciascuna sezione di domande legate alle aree di interesse, è stato seguito uno schema specifico delineato sulla base delle indicazioni del gruppo accademico di riferimento per le arti e per la sociologia dei consumi, e sono stati analizzati, nell'ordine, i seguenti elementi:

- la presenza di personalità e figure di riferimento nell'area di interesse, di cui viene chiesto di elencarne da una a tre (domanda a risposta aperta);
- tipologie, generi o forme preferite dello specifico interesse (per ogni area ne sono stati evidenziati alcuni – domanda a risposta multipla, tutte le opzioni applicabili);
- cosa/chi consigliasse i rispondenti nei propri gusti (risposta multipla con tutte le opzioni applicabili tra: social media, amici e compagni di scuola, famiglia, insegnanti, educatori, nessuno, altro; per la sezione "Attivismo e impegno civico" sono state aggiunte le opzioni TV, giornali, leader e rappresentanti);
- motivi di apprezzamento delle personalità indicate (con alcune opzioni standard a tutte le aree come "ha successo", "guadagna molto", "mi appassionano i contenuti che tratta" e altre specifiche d'area, ad esempio nella sezione "Podcast e radio" l'opzione "perché mi permette di dedicarmi anche ad altre attività mentre ascolto" - risposta multipla con tutte le opzioni applicabili);
- con chi sia maggiormente condiviso il proprio interesse, con cinque opzioni standard a tutte le aree di interesse: "amici e compagni di scuola", "famiglia", "gruppo/associazione", "nessuno", altro (risposta multipla con tutte le opzioni applicabili);
- luoghi di coltivazione della propria passione, con diverse opzioni di risposta (tutte applicabili) legate al contesto di riferimento per la coltivazione del proprio hobby, tra cui casa, spazi della città, istituzionali e non (parrocchia, scuola, sala di quartiere, biblioteca; centro sociale, centro di aggregazione giovanile, centri/luoghi culturali); luoghi non tradizionalmente deputati alla pratica/consumo culturale (cortili, mezzi pubblici); luoghi di svago e di relax (giardini, bar); luoghi di shopping (centri commerciali); per le aree di interesse legate a contenuti audiovisivi e cinema, teatro e danza è stata aggiunta anche l'opzione cinema/teatro;
- ulteriore specificazione dei luoghi di coltivazione della propria area di interesse, dove viene richiesto di indicarne da uno a tre (risposta aperta);
- eventuale domanda sul supporto usato per la fruizione della propria area di interesse (ad esempio per la musica erano presenti diverse opzioni legate alle piattaforme più usate per ascoltare musica – risposta multipla con tutte le opzioni applicabili);

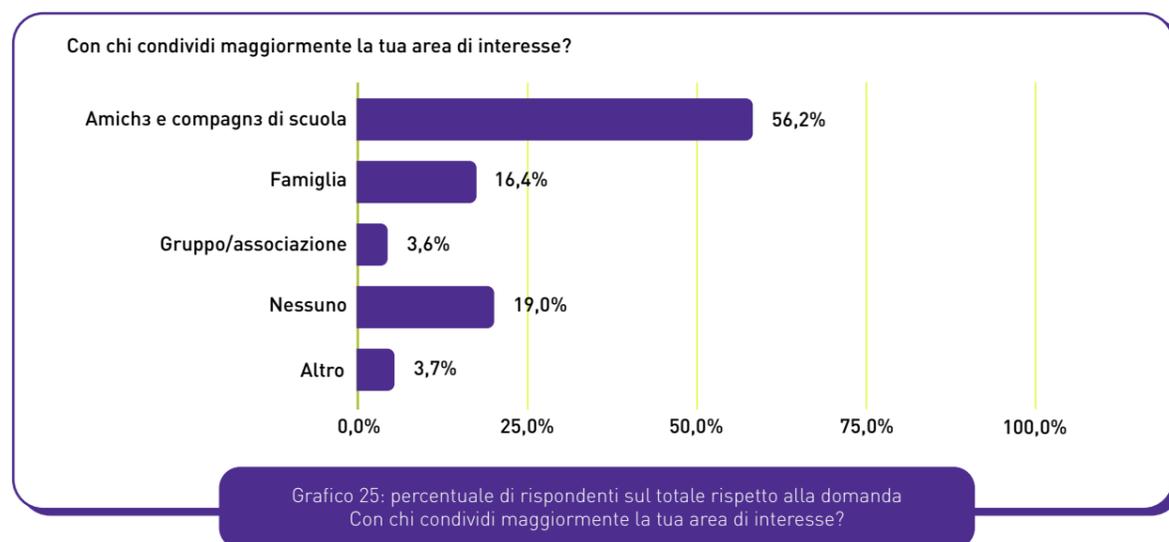
- due domande sul lato della produzione: se ci sia (ad esempio scattare e postare fotografie sui social per la sezione della fotografia; creare videogames per i gamers; scrivere per chi abbia individuato la lettura come area di interesse – risposta aperta) e in quali generi specifici (gli stessi del punto 2 dell'elenco - risposta multipla con tutte le opzioni applicabili);
- modalità di coltivazione, con opzioni comuni a tutte le aree (ad esempio "sperimento da solo", "faccio parte di un gruppo con cui organizzo incontri dedicati"; "partecipo a progetti organizzati dal comune/quartiere/centro culturale) e altre più specifiche (ad es., per la sezione sulla musica, "suono uno strumento", "collaboro con amici producer"; per il videogaming "guardo su youtube altri mentre giocano" - risposta multipla con tutte le opzioni applicabili);
- frequenza di partecipazione ad attività in presenza, in cui viene chiesto di rispondere identificando la sola opzione più vicina alla propria esperienza tra "una volta a settimana", "una volta ogni due settimane", "una volta al mese", "una volta ogni tre mesi", "due-tre volte all'anno", "una volta all'anno", "mai" e altro. La domanda non è stata posta per le sezioni "Attivismo e impegno civico" e "Podcast e radio", rispettivamente per non identificare uno specifico tipo di impegno civico o di attivismo in presenza e perché non è stato possibile individuare un'attività in presenza per l'area di interesse.

In alcuni casi, è stato possibile aggregare i dati provenienti da tutte le risposte (Grafici da 24 a 29), per indagare alcune tendenze generali nel campione di rispondenti. Sommando tutte le volte in cui è stata selezionata una certa opzione, rapportandola al numero totale di risposte nelle tre tornate (1741) o al numero relativo (con l'esclusione di alcune opzioni nelle diverse di interesse) e trasformando il rapporto in percentuale, sono state individuati alcuni elementi interessanti.

Rispetto alla domanda "Cosa/chi ti consiglia maggiormente nei tuoi gusti", le fonti principali di "ispirazione" per lo sviluppo e l'alimentazione delle proprie aree di interesse sono "Amici e compagni di scuola" e "Social media", con una prevalenza del primo rispetto al secondo. Si tratta di due contesti in cui l'adolescente si rivolge e si auto-rappresenta, in maniera mediata o meno, al gruppo delle e dei propri pari (Grafico 24).

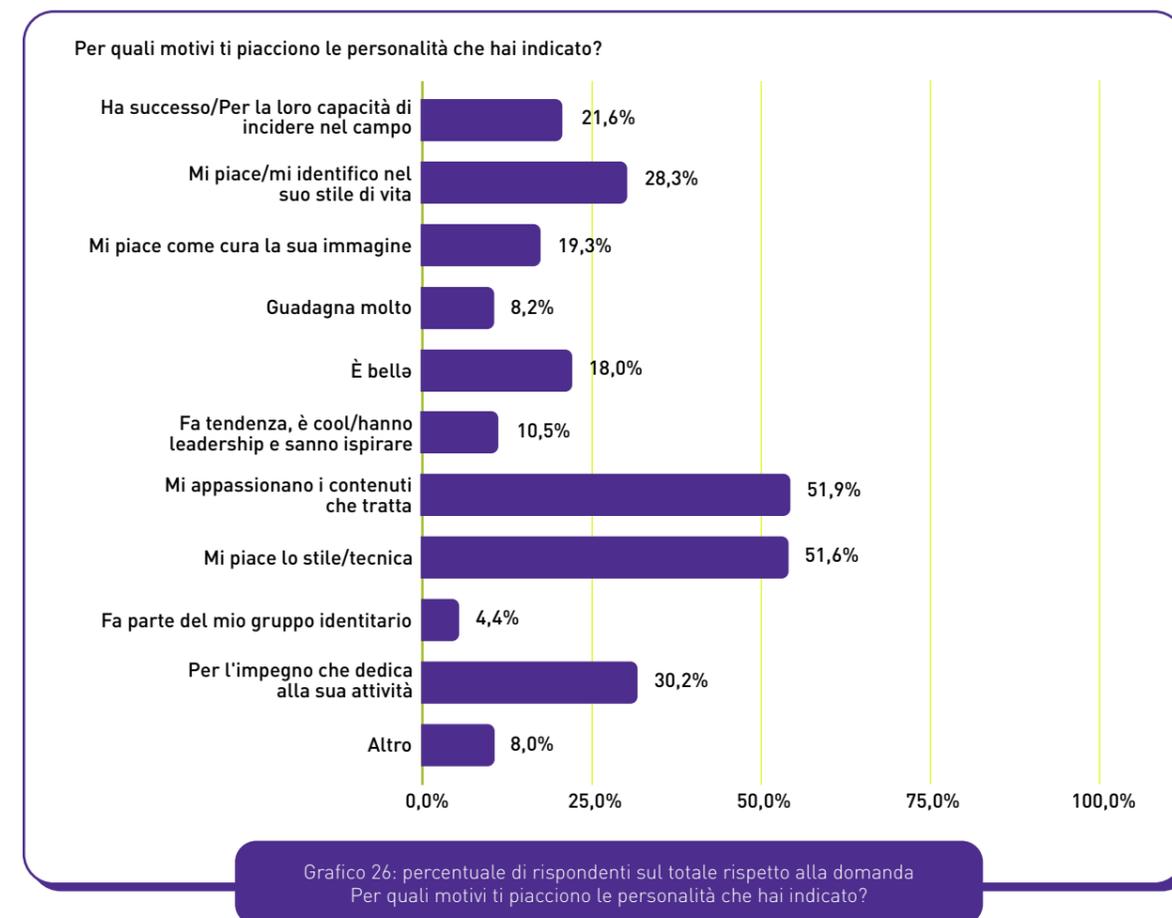


Questa tendenza si verifica anche nella domanda relativa alla condivisione dell'area di interesse, ovvero alle figure con le quali si ha in comune e si coltiva. Si può quindi evidenziare la rilevanza di un "gruppo di pari" con cui "condividere cose ed esperienze", verso le quali sono più orientati rispetto al consumo (Cuzzocrea et al., 2023) (Grafico 25).

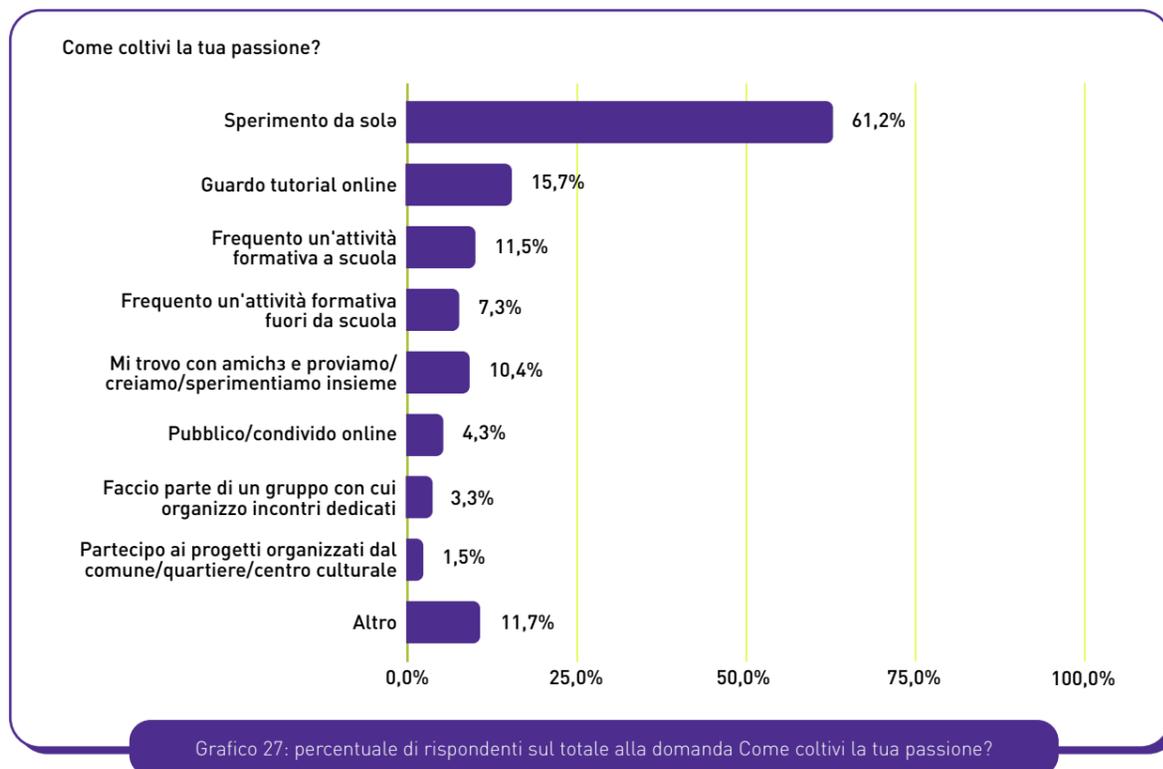


Le figure-guida, famigliari, insegnanti ed educator3, pur essendo presenti nella rilevazione in maniera importante, non rivestono un ruolo centrale quanto quello delle amicizie e della compagnia di scuola, sia online sia offline, con cui si instaura un meccanismo di ispirazione (dalla fonte a chi fruisce) e di condivisione (da chi fruisce alla fonte originaria) rispetto alla singola area di riferimento.

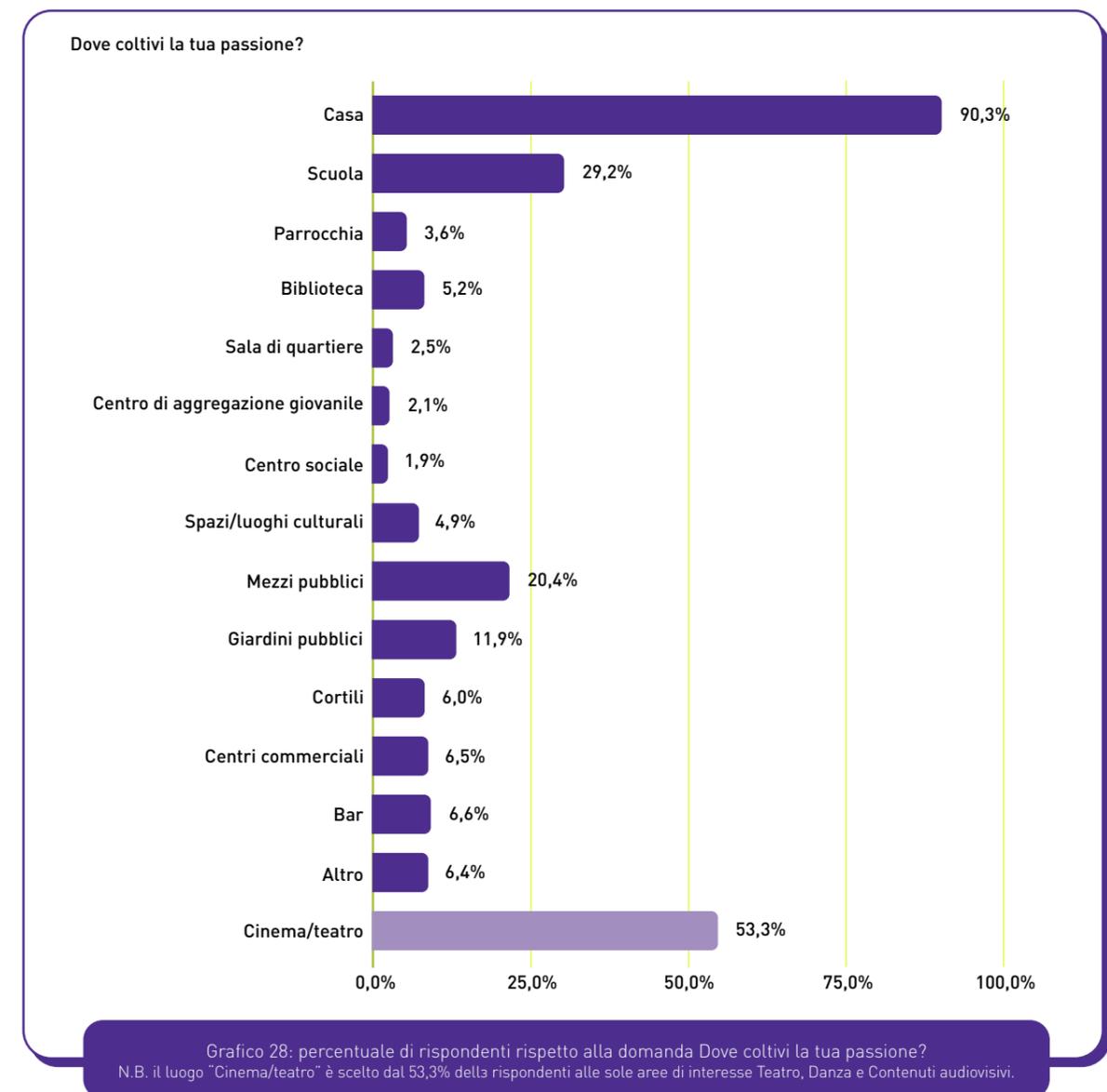
Tra i motivi per cui vengono identificate le personalità di riferimento, pesano per più della metà della rispondenti gli elementi della passione per i contenuti trattati e dello stile. Pochissima rilevanza hanno l'elemento economico ("guadagna molto" è stato selezionato da meno di un decimo della rispondenti) e quello dell'appartenenza al gruppo identitario. Emerge qui la propensione di chi risponde a privilegiare l'elemento dell'esperienza rispetto a quello del consumo (Cuzzocrea et al., 2023; Paltrinieri, 2012; 2004), e l'apprezzamento per chi è persistente e consapevole di sé, anche rispetto ai propri interessi e alle proprie passioni. La cura del sé esteriore o dell'estetica non riveste un ruolo importante, se non per un'area specifica come la moda (in cui è selezionato in circa la metà delle risposte). Il self-management della propria immagine è rilevato da Cuzzocrea et al. (2023) come "parametro da gestire" nei percorsi di socializzazione adolescenziale; è plausibile che ciò venga realizzato in maniera interiorizzata, inconscia, tanto da non apparire come un valore nell'identificazione di un modello o di una figura di riferimento, ma di essere in certo senso dato per scontato (Grafico 26).



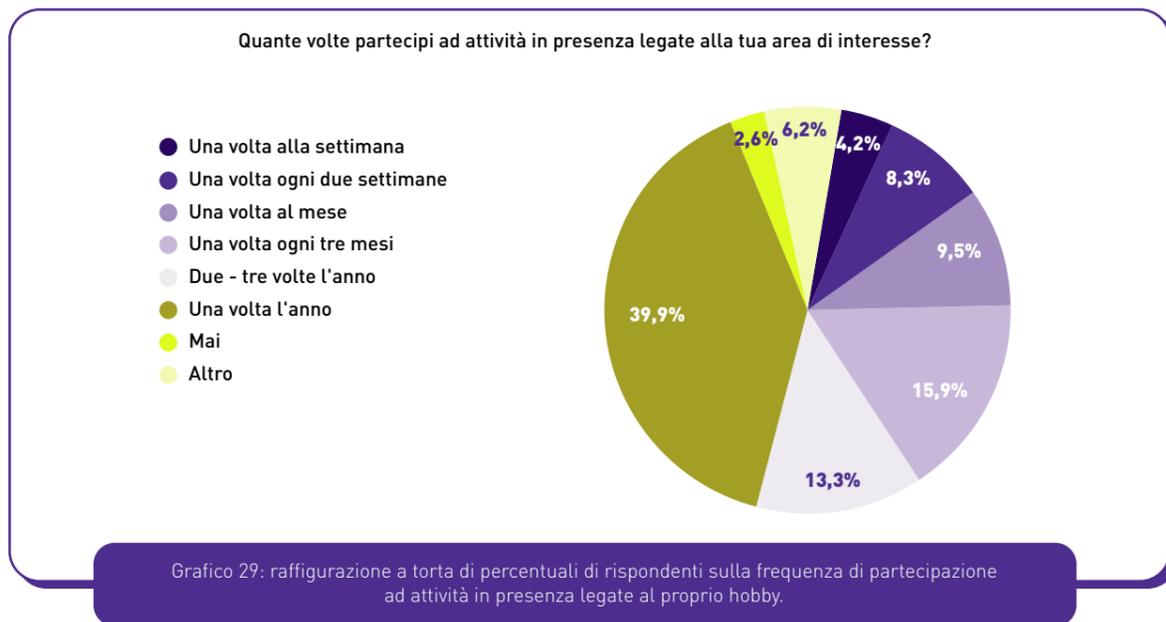
In generale, tra i modi in cui si coltiva un interesse, la adolescenti preferiscono sperimentare da soli (il 61,2% di chi risponde ha selezionato questa opzione), seguito, con notevole distacco, dal guardare tutorial online (15,7%), dal frequentare un'attività formativa a scuola e dal trovarsi con amich3 per sperimentare, creare, provare insieme (Grafico 27). Ad una prima lettura la sperimentazione da soli può far pensare ad un'assenza di forme di condivisione del proprio interesse. Va tuttavia evidenziato che la possibilità di risposta multipla alla domanda suggerisce la presenza di una eterogeneità di modalità di coltivazione del proprio interesse, quindi, anche attraverso altre pratiche che presuppongono invece diverse forme di condivisione (frequentare un'attività formativa a scuola e fuori da scuola, trovarsi con amich3 per sperimentare, creare, provare insieme, far parte di gruppi che organizzano eventi, partecipare a progetti dei quartieri o centro culturale, pubblicare/condividere online).



Per quanto riguarda i luoghi e contesti di coltivazione dei propri interessi il 90,3% della rispondenti vede la casa come primo luogo deputato alla coltivazione della propria passione, seguita dalla scuola, in contesti di supervisione o meno da parte di insegnanti e figure educative (29,2%), e dai mezzi pubblici, nonluoghi (Augé 1992) in cui i tempi d'attesa spingono a un consumo di veri e propri passatempi, perlopiù fruiti tramite device elettronici (Grafico 28).



Per quanto riguarda le risposte relative alla frequenza con cui si prende parte ad attività in presenza legate alla propria area di interesse (nel caso della musica i concerti, in quello della lettura presentazioni di libri, in quello del videogaming conventions, in quello della fotografia mostre, ecc.), quattro rispondenti su dieci non prendono mai parte ad attività di questo tipo, due su dieci almeno una volta al mese e quattro su dieci poche volte all'anno (Grafico 29).



I dati "aggregabili" complessivamente presentati in questa sezione forniscono dunque alcuni spunti interessanti sulla partecipazione culturale degli ragazzi. In primo luogo, possiamo evidenziare la prevalenza dello spazio domestico come luogo di consumo/produzione, seguito dalla scuola. Questo elemento può essere letto alla luce dell'esperienza pandemica vissuta in un momento importante di crescita e socializzazione. In secondo luogo, il ruolo importante giocato dal gruppo dei pari sia nel plasmare i gusti e le aree di interesse che nel condividere i propri interessi. Un terzo elemento riguarda lo spazio importante giocato dalla dimensione digitale e dei social network, ad esempio come strumento per ottenere "ispirazione" per i propri gusti o per la condivisione di ciò che è stato creato online. Circa la metà degli rispondenti, infatti, alla domanda "Posti le tue foto sui social media?", nella sezione fotografia, afferma di farlo; circa 130 rispondenti, un terzo degli gamers, afferma di guardare altre persone mentre giocano su YouTube¹⁸.

Va inoltre sottolineata l'importanza di una sperimentazione individuale da un lato, ma in compresenza con una eterogeneità di pratiche di condivisione sia online che offline che risulta importante saper intercettare.

Infine, si può osservare come la prevalenza della dimensione domestica del consumo, la sperimentazione da soli e la distribuzione delle risposte relative alla fruizione culturale in presenza in luoghi e contesti "strutturati" e specificatamente connotati rispetto alle modalità di consumo (concerti, mostre, cinema, teatro, presentazione di libri, etc.) suggeriscono da un lato una riflessione sull'incidenza delle diverse forme di capitale – culturale, sociale ed economico – nelle modalità di fruizione culturale e di coltivazione dei propri interessi, quindi in termini di difficoltà di accesso a luoghi deputati alla cultura (da quelli formativi come corsi fuori da scuola, a quelli di produzione come ad esempio sale prove o di registrazione o di consumo come musei, cinema, teatri, etc.).

¹⁸ I dati della ricerca trovano conferma in quanto evidenziato dal Report Giovani di AGCOM (2020). Il 78,5% della popolazione italiana compresa tra i 14 e i 17 anni e il 64,8 di quella tra i 18 e i 24 anni usa infatti il web per scopi di intrattenimento, inteso come "guardare canali/programmi delle normali televisioni in onda in quel momento, guardare i programmi televisivi già andati in onda scegliendo da un archivio, guardare altri contenuti, video e filmati, caricare foto e video personali, partecipare a un forum, scaricare file musicali, scaricare file video/film, seguire un evento sportivo, scaricare software, scaricare applicazioni/app, ascoltare musica in streaming".

Dall'altro questi dati suggeriscono anche l'importanza di una riflessione sul mutamento delle pratiche di consumo culturale e la necessità di "interrogare" quale tipo di proposte possono intercettare questa fascia di popolazione.

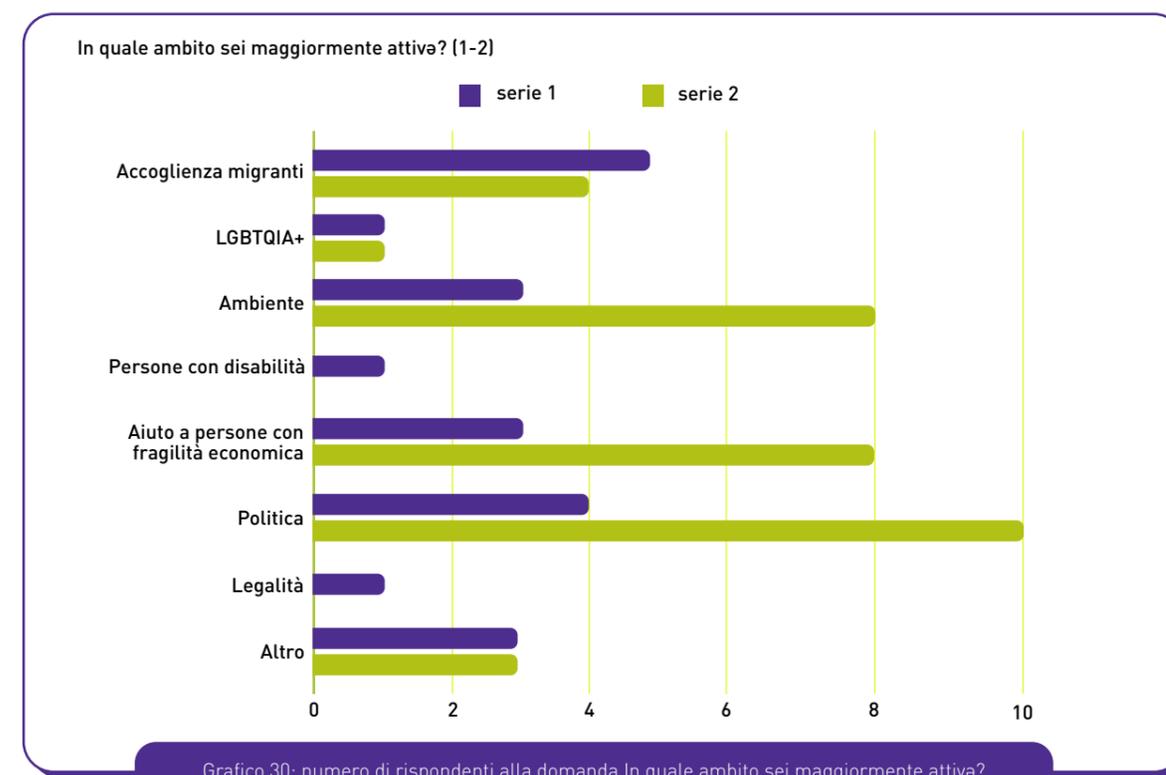
Elementi specifici delle diverse aree di interesse

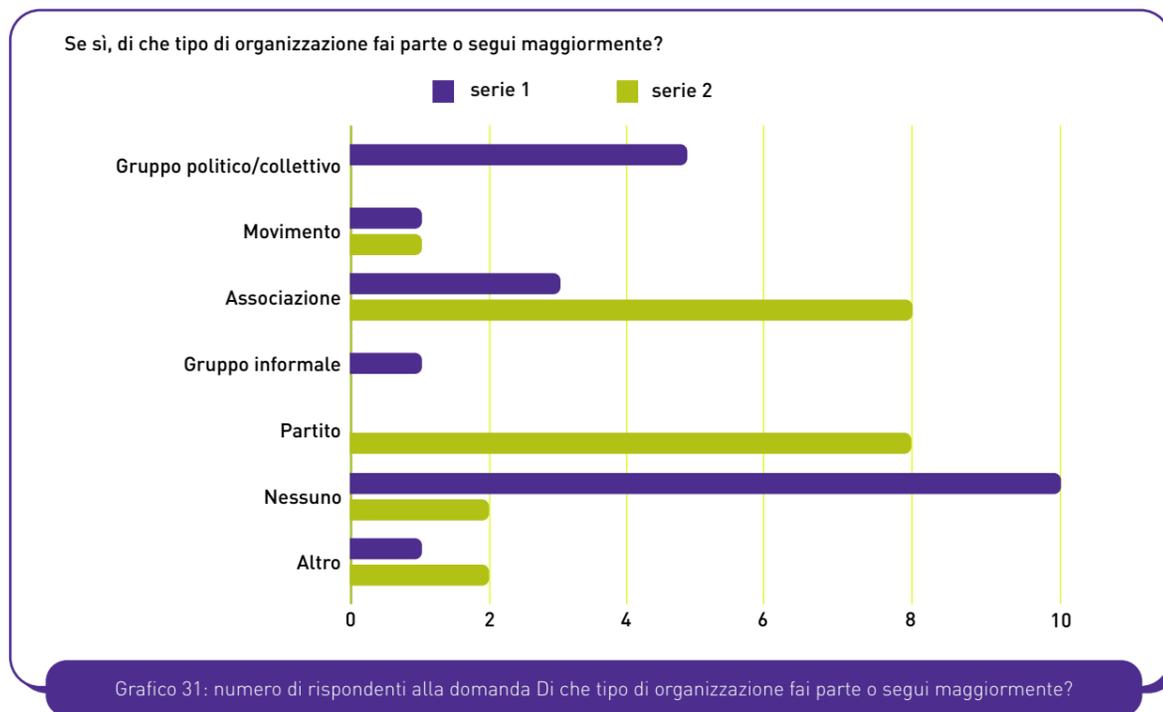
Proseguiamo adesso nella trattazione delle specificità delle singole aree di interesse, laddove soprattutto compaiano elementi degni di menzione.

Attivismo e impegno civico

Quest'area è stata indagata secondo uno schema di domande parzialmente diverso rispetto alla struttura canonica, poiché gli strumenti e le modalità di fruizione e consumo applicabili a interessi di tipo "artistico e culturale" tout-court non sono validi per un interesse legato a forme di partecipazione alla vita della comunità cittadina, studentesca o di quartiere da parte di chi risponde. Ciononostante, si è cercato di seguire il più possibile una ratio comune alla struttura delle altre sezioni.

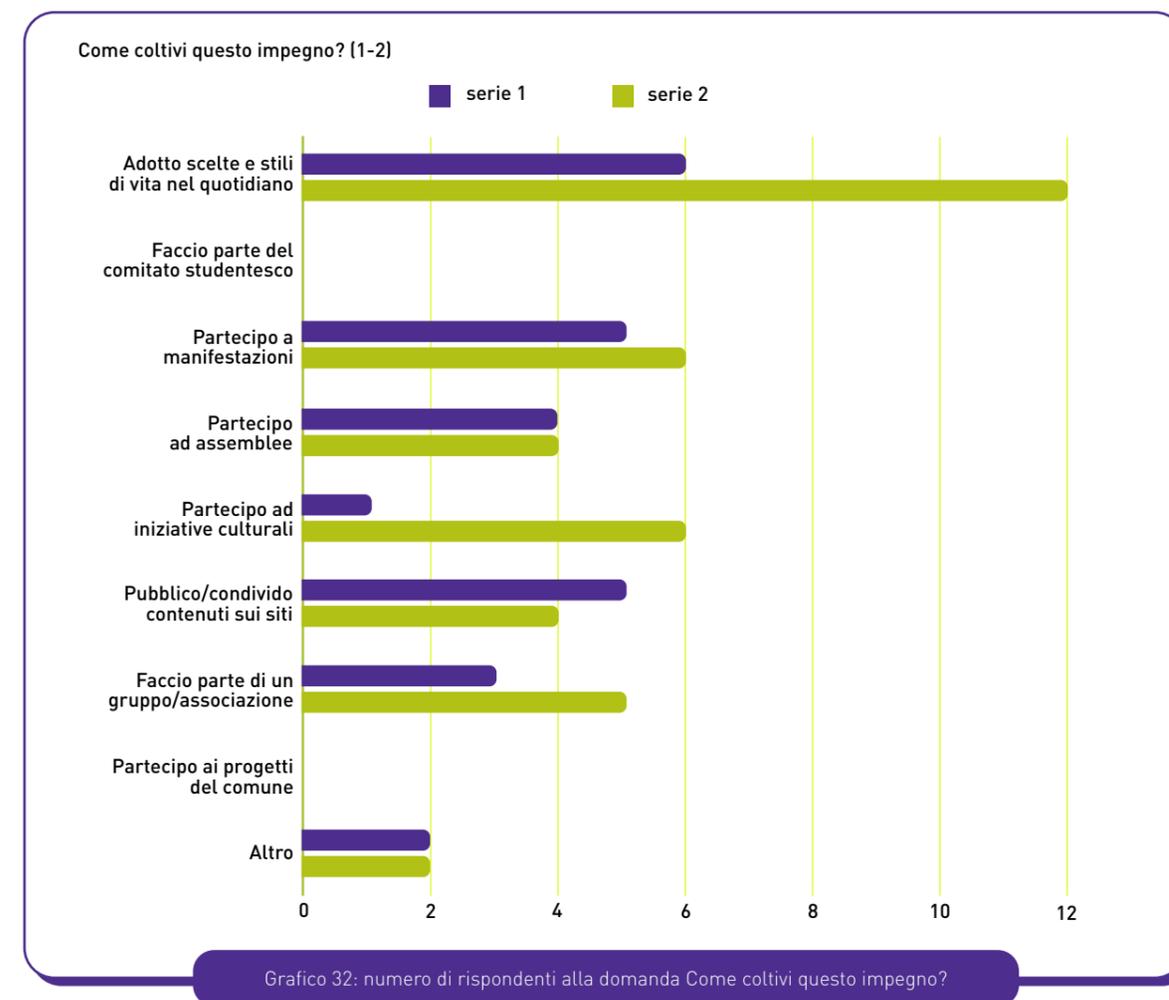
In apertura di sezione, viene chiesto a chi risponde di individuare le proprie personalità di riferimento. Vengono citati personaggi come Rosa Parks, Antonio Guterres, Ghali, Lilli Gruber, Joe Biden, ma anche gruppi "tematici", come le persone vegetariane, reporter di età giovane, e chi opera nel campo della criminologia. Tra coloro che hanno risposto al questionario, rispettivamente 16 e 19 persone nelle prime due tornate di risposte, gli ambiti di declinazione di quest'area di interesse sono svariati, così come diverse sono le modalità di aggregazione (Grafico 30, 31, dati aggregati in riferimento alle due tornate di risposte disponibili sull'area di interesse).





Le esperienze di chi risponde spaziano tra diverse aree, tra cui tutela dell'ambiente (WWF), istruzione (partecipazione agli Stati generali della scuola, per migliorare il sistema educativo), diritti umani (incontri con giovani italiani-marocchini), integrazione (volontariato in una casa per migranti), comunicazione (esperienza con il giornalino della scuola, dibattiti, podcast e beneficenza per sensibilizzare su diverse tematiche), disabilità (attività ludiche con ragazzi con disabilità per promuovere l'inclusione), interventi in situazioni di emergenza (attività di pulizia con la Croce Rossa nelle zone colpite dall'alluvione in Romagna), politica (partecipazione a uno sciopero studentesco contro Israele), internazionalizzazione (campi in Cina, Polonia e Colombia) e servizio sociale (volontariato in una comunità di tossicodipendenti).

L'interesse viene coltivato in modi diversi, principalmente adottando scelte e stili di vita nel quotidiano, ma anche partecipando a manifestazioni, assemblee e iniziative culturali nel proprio quartiere (Grafico 32).



Podcast e radio

Quest'area di interesse si presenta pure in un'architettura abbastanza diversa rispetto a quella canonica, poiché si tratta di un interesse la cui fruizione può avvenire in forma autonoma e in modalità "asincrona" rispetto alla pratica.

Alla prima domanda su stazioni e programmi radio e podcast¹⁹ di riferimento, troviamo RTL 102.5, Radio Zeta, RDS, Radio 101, Virgin Radio; il programma La Zanzara; i podcast Cachemire, Breaking Italy, One More Time, Gurulandia, Geopop, Il mondo, Poteri forti, Muschio Selvaggio, Demoni urbani, Joe Rogan Experience, Elisa True Crime, Tavolo Parcheggio, Poret Cast, Dear Alice, The Explanation (BBC), The Global Story.

I generi di programma ascoltati dalla fan-base sono svariati e la fruizione avviene prevalentemente a casa, sui mezzi pubblici, nei giardini e nei bar (Grafico 33).

¹⁹ Come segnalato da AGCOM (2020), a livello nazionale il livello di apprezzamento per la radio come fonte di informazione è molto basso per giovani tra i 14 e i 17 anni, e si attesta al 7,2%. Questo elemento va quindi coniugato con un maggior apprezzamento per i podcast, che rappresentando, come passatempo, un utile strumento di intrattenimento e di fuga per le giovani generazioni (Craig et al., 2023).

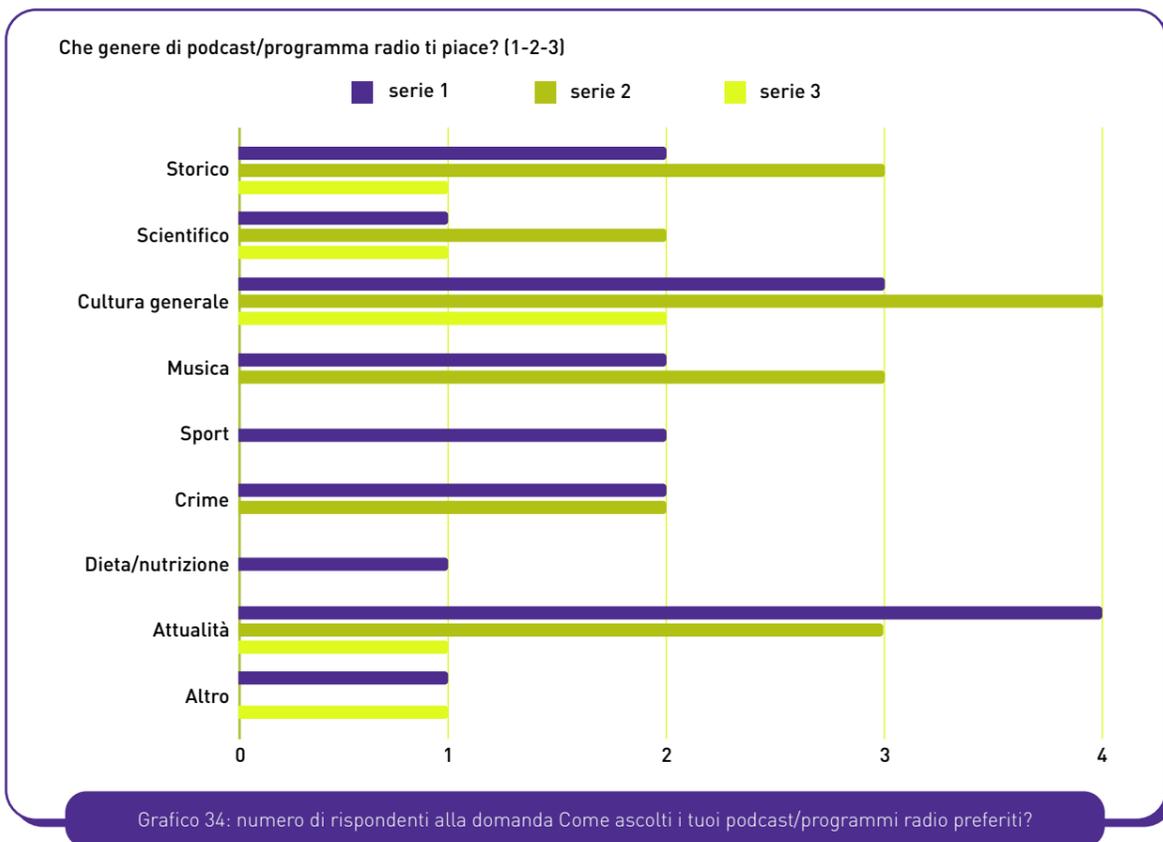


Grafico 34: numero di rispondenti alla domanda Come ascolti i tuoi podcast/programmi radio preferiti?

Non vi è particolare interesse per la produzione di podcast o di programmi radio. La fruizione si conferma perlopiù come desiderio di intrattenimento, di fuga e di informazione da parte dell3 giovani (Craig et al. 2023). Le piattaforme di ascolto (prevalentemente in italiano) sono abbastanza varie tra quelle individuate nel seguente grafico:

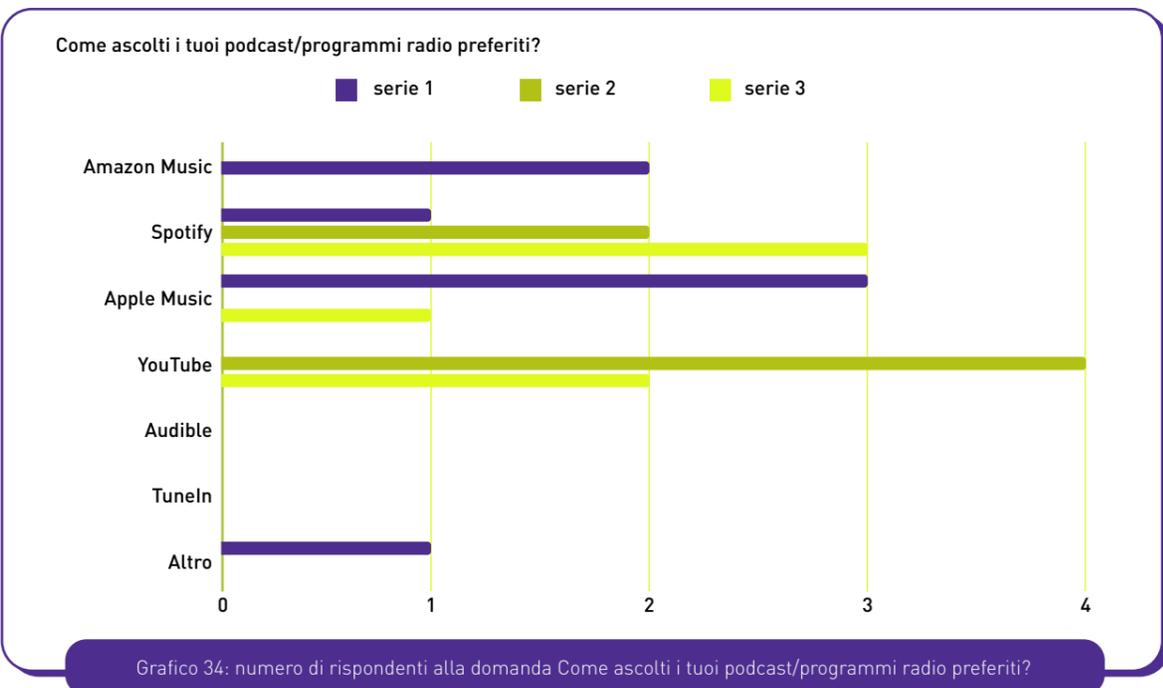


Grafico 34: numero di rispondenti alla domanda Come ascolti i tuoi podcast/programmi radio preferiti?

Musica

Quest'area di interesse è quella più consistente in termini di risposte raccolte (32,8, 27,6 e 18,8% dell3 rispondenti rispettivamente nella prima, seconda e terza tornata). La musica ha un ruolo importante nella costruzione delle identità personali e di gruppo e permette alle generazioni di autorappresentarsi, come rilevato da Cuzzocrea e Benasso (2020): grazie ad essa, il senso o meno di appartenenza alla comunità viene espresso e manifestato (in questo senso, la musica rap e trap diviene potente mezzo per la rivendicazione delle istanze dell3 giovani adulti immigrati di nuova generazione in famiglia con origine migratoria).

La struttura dell'indagine è in linea con quella descritta inizialmente e prevede, come prima domanda, l'individuazione di una-tre personalità di riferimento nell'ambito, oltre alla rilevazione del genere più ascoltato, di cui forniamo una classificazione nel Grafico 35.

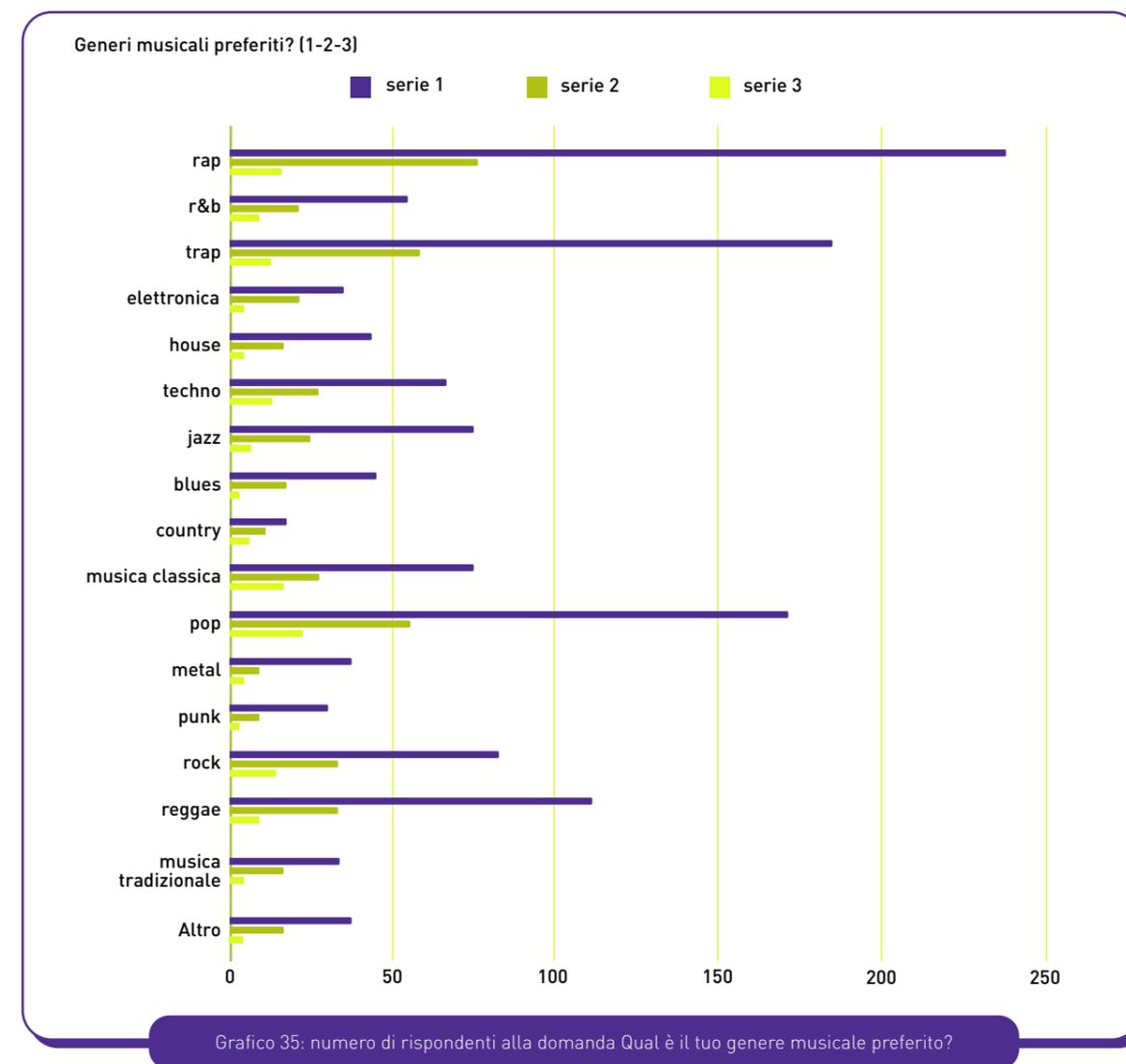
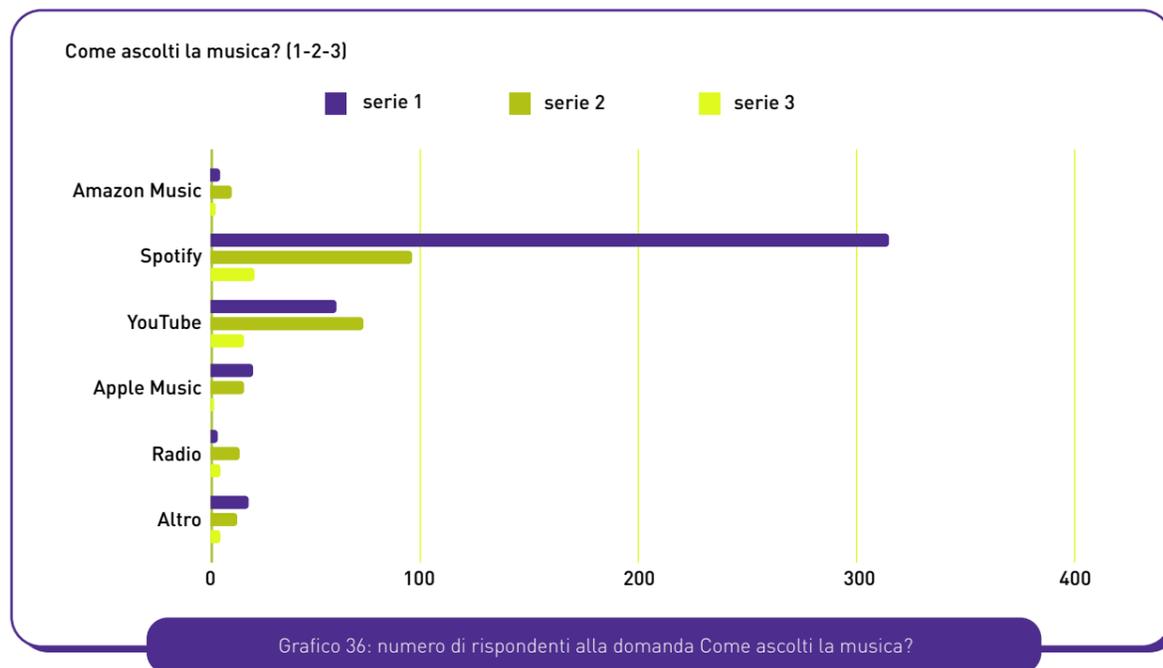


Grafico 35: numero di rispondenti alla domanda Qual è il tuo genere musicale preferito?

Le artisti più menzionate si riflettono nei generi più apprezzati da parte di chi risponde:

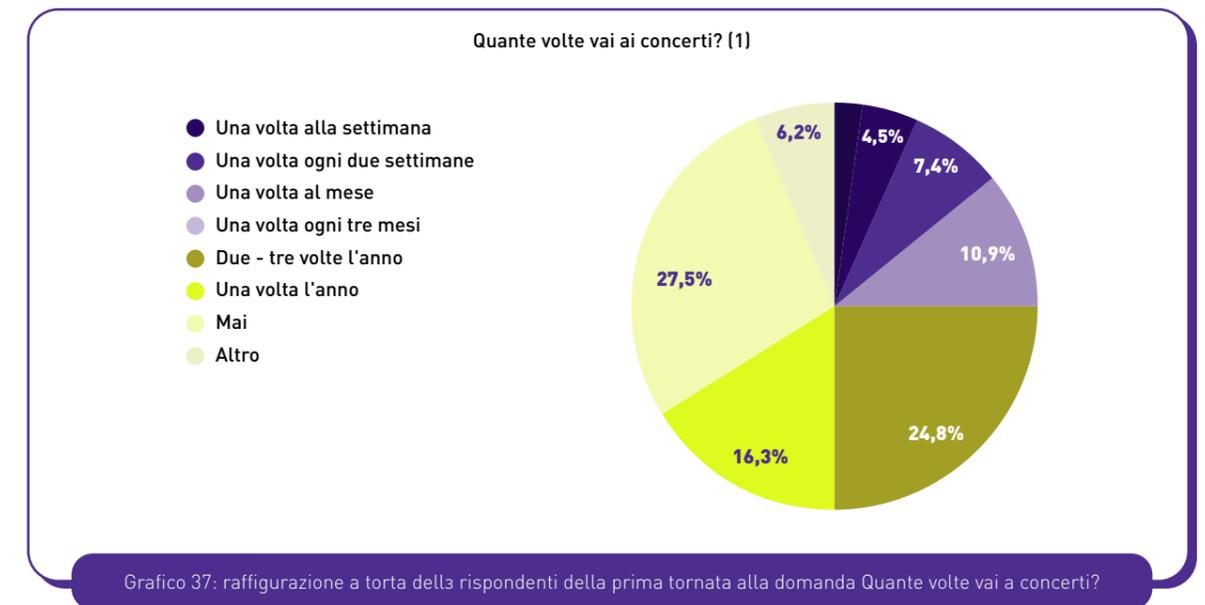
- rap italiano (Sfera Ebbasta, Ghali, Baby Gang, Shiva, Lazza, Geolier, Tony Boy, Medy, Capo Plaza, Ultimo, Tedua, Marracash, Tha Supreme, Nayt);
- pop (Harry Styles, Taylor Swift, Dua Lipa, Billie Eilish, Olivia Rodrigo, Ariana Grande, Justin Bieber, Shawn Mendes, Lana Del Rey, Ed Sheeran, Adele, The Weeknd, Travis Scott, Drake, Post Malone, Bruno Mars, Coldplay, Imagine Dragons, Maroon 5);
- trap (Tony Boy, Medy, Baby Gang, Shiva);
- rock (Ligabue, Vasco Rossi, Maneskin, Metallica, Aerosmith, Guns N' Roses, Queen, Elton John);
- indie (Calcutta, Frah Quintale, Ariete, Coez, Ernia, Gazzelle, Kina);
- musica classica (Mozart, Beethoven, Bach, Chopin, Vivaldi, Tchaikovsky, Rachmaninoff);
- k-pop (Blackpink, Enhyphen, BTS).

Altri generi citati sono le canzoni indiane, pakistane e inglesi, il jazz, la musica elettronica e metal e il cantautorato italiano. La musica è un interesse coltivato con l'ausilio di piattaforme di streaming, tra cui soprattutto Spotify, seguito con notevole distacco da YouTube, come si può osservare dal grafico di seguito (Grafico 36).



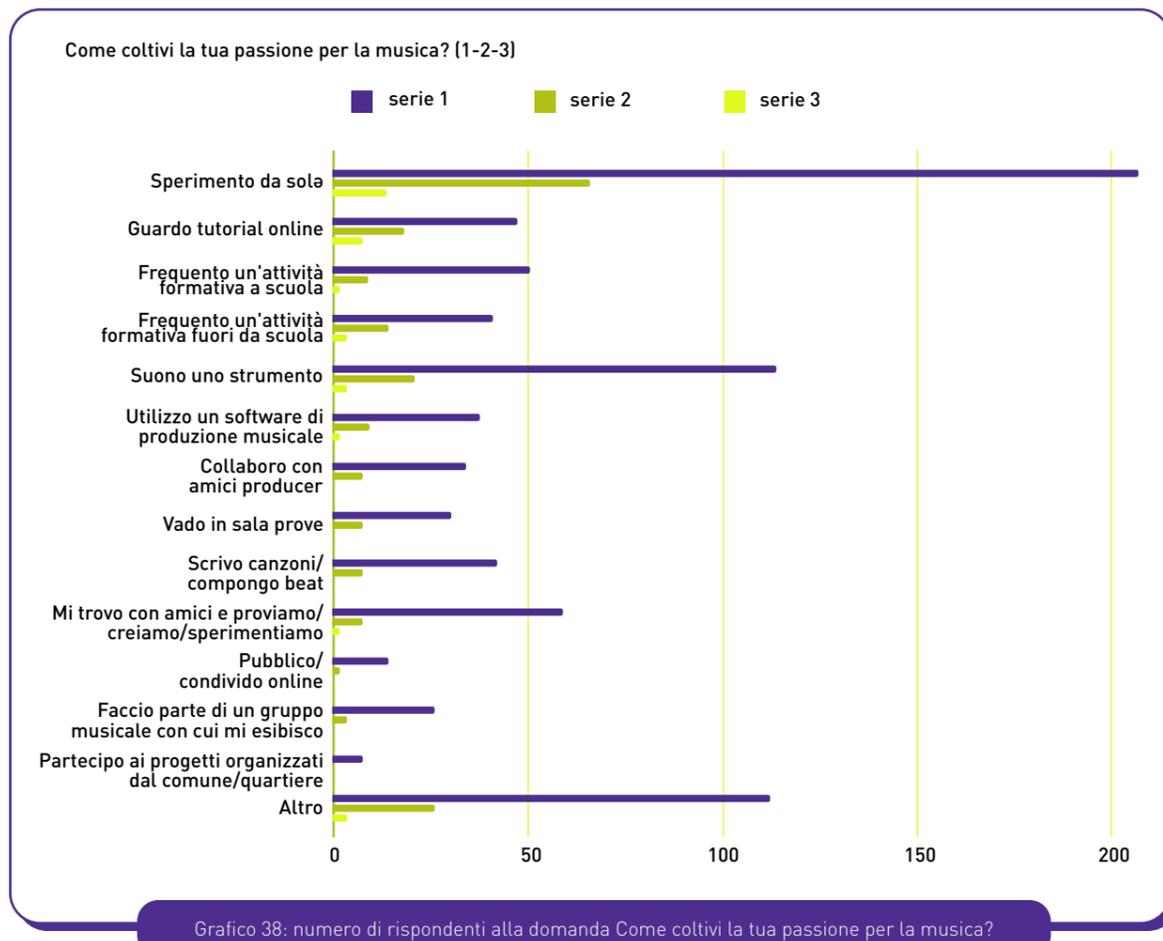
Il luogo più frequentato (sia nella domanda a risposta chiusa sia in quella a risposta aperta) per l'ascolto è la casa, seguita dai mezzi pubblici e dalla scuola, che viene menzionata per attività didattiche e per momenti liberi, oltre a spazi e giardini pubblici (tra cui i Margherita, in centro a Bologna, e il Parco delle Caserme Rosse). Tra gli altri luoghi, una menzione anche a palestre, bar, discoteche, sale da ballo e circoli associativi (Dumbo, Estragon, Sghetto, Sequoia Music Park, Spazio Zeta, La Scintilla a Modena, TPO, Camera Jazz), centri commerciali (Meraville, Gran Reno), biblioteche (Salaborsa), conservatori, auditorium e teatri (Teatro Manzoni, Duse, Oratorio di San Rocco, Oratorio di San Filippo Neri), stadi (Unipol Arena).

A questo proposito, la partecipazione a concerti si rivela una fonte di interesse nella stragrande maggioranza delle risposte. Considerando solo la prima tornata di risposte, se 125 rispondenti affermano di non andare mai, sono quasi due terzi coloro che partecipano a un concerto almeno una volta all'anno (che, considerata la frequenza con cui le artisti si esibiscono durante i tour in una città, può considerarsi un risultato significativo) (Grafico 37).



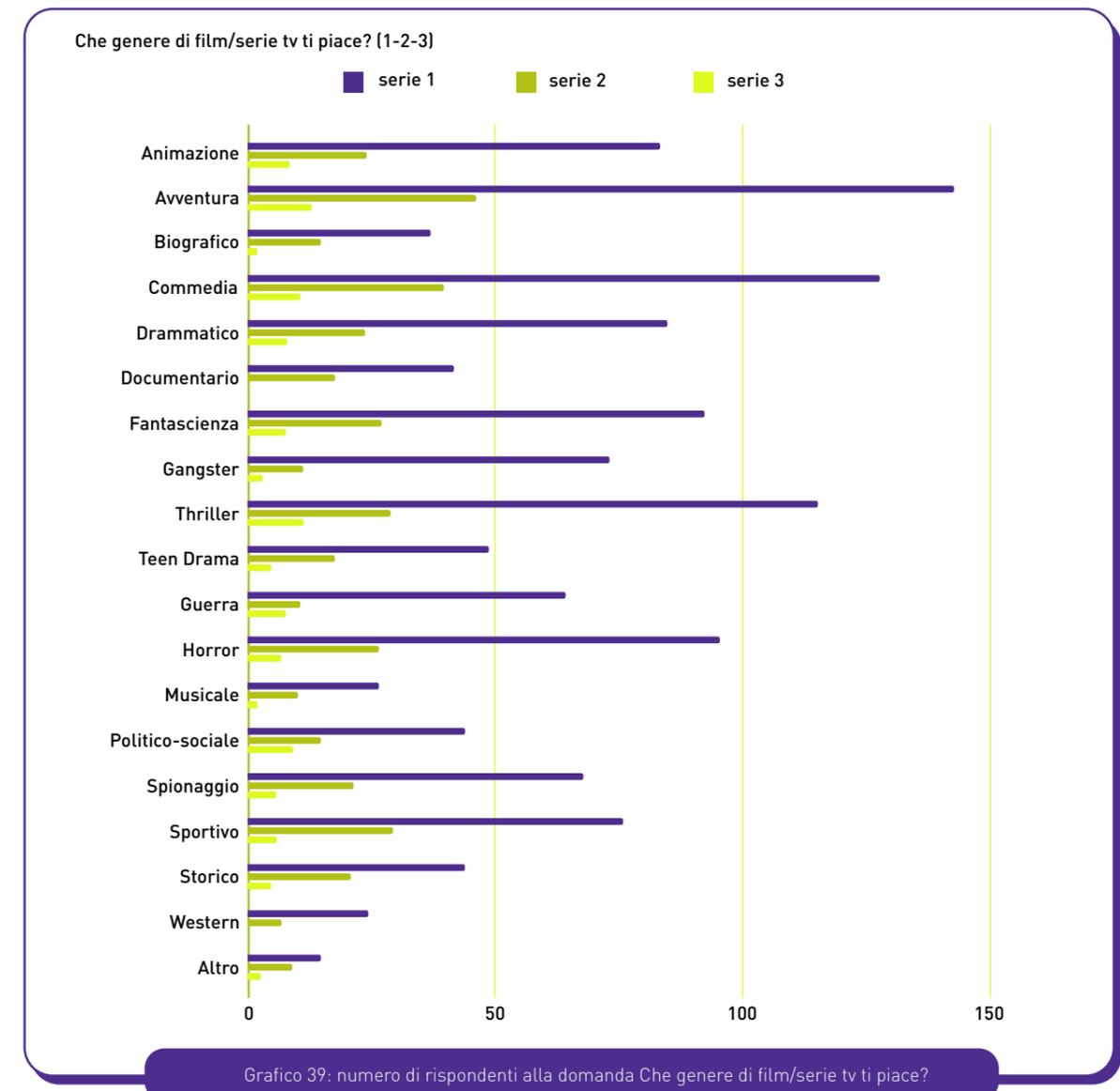
Chi ha la passione per la musica afferma di sperimentare da solo, di suonare uno strumento, di produrre beat e collaborare con amici producer, di far parte di un gruppo musicale o di trovarsi con la propria compagnia per provare insieme.

La pratica musicale, e non solo la fruizione, assume importanza in molte risposte. Si conferma così l'interesse per alcuni generi musicali, tra cui l'hip-hop, la musica trap, il rap, il pop e la musica jazz. Il grafico di seguito fornisce una rappresentazione chiara di come venga coltivato l'interesse da parte di chi risponde (Grafico 38).



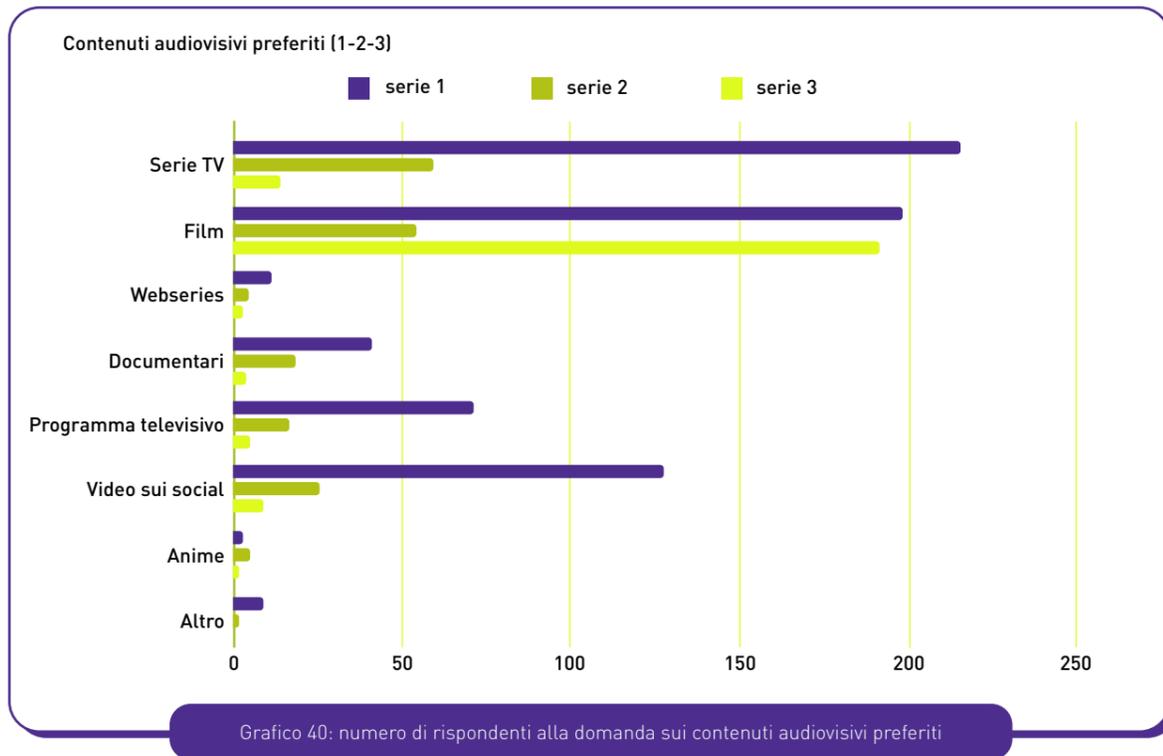
Contenuti audiovisivi, cinema e serie tv

Si tratta della terza area di interesse in totale per numero di risposte, con percentuali di rispondenti che si attestano al 19,9, 16,1 e 13,9% nelle tre tornate. L3 estimator3 dei contenuti audiovisivi apprezzano una vasta area di generi, come visibile dal grafico di seguito.



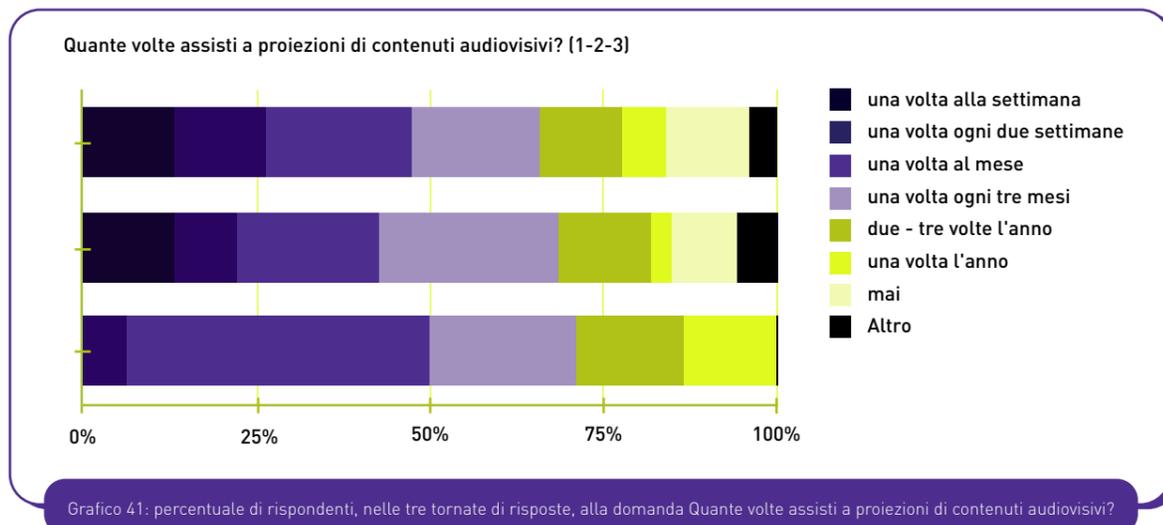
Tra le personalità più menzionate nelle oltre 325 risposte in quest'area di interesse, compaiono attori tra cui Leonardo di Caprio, Angelina Jolie, Brad Pitt, Emma Watson, Emma Stone, Adam Sandler, Checco Zalone, Jennifer Aniston, Vin Diesel, Zendaya e Megan Fox; registi come Quentin Tarantino, Christopher Nolan, David Lynch, Tim Burton e Stanley Kubrick; personalità come le sorelle Kardashian. Le serie tv più citate sono Euphoria, Elite, Riverdale, Breaking Bad (citato più volte è anche il protagonista Walter H. White), The Walking Dead, Shameless, Outer Banks, Grey's Anatomy, Una mamma per amica (Gilmore Girls), Dynasty, Vampire Diaries (con i tre personaggi di Elena Gilbert, Damon e Stefan Salvatore), How I Met Your Mother (apprezzato è il protagonista Barney), Iron Man (con il personaggio di Tony Stark), Friends (e il suo citato personaggio Ross), Un Posto al Sole.

Come è possibile osservare anche dalla lista di personalità, il tipo di contenuto audiovisivo più amato è la serie tv, seguita con un distacco ridotto dai film. Leggermente distanti, ma comunque con un discreto numero di rispondenti, sono video sui social, programmi televisivi e documentari (Grafico 40).

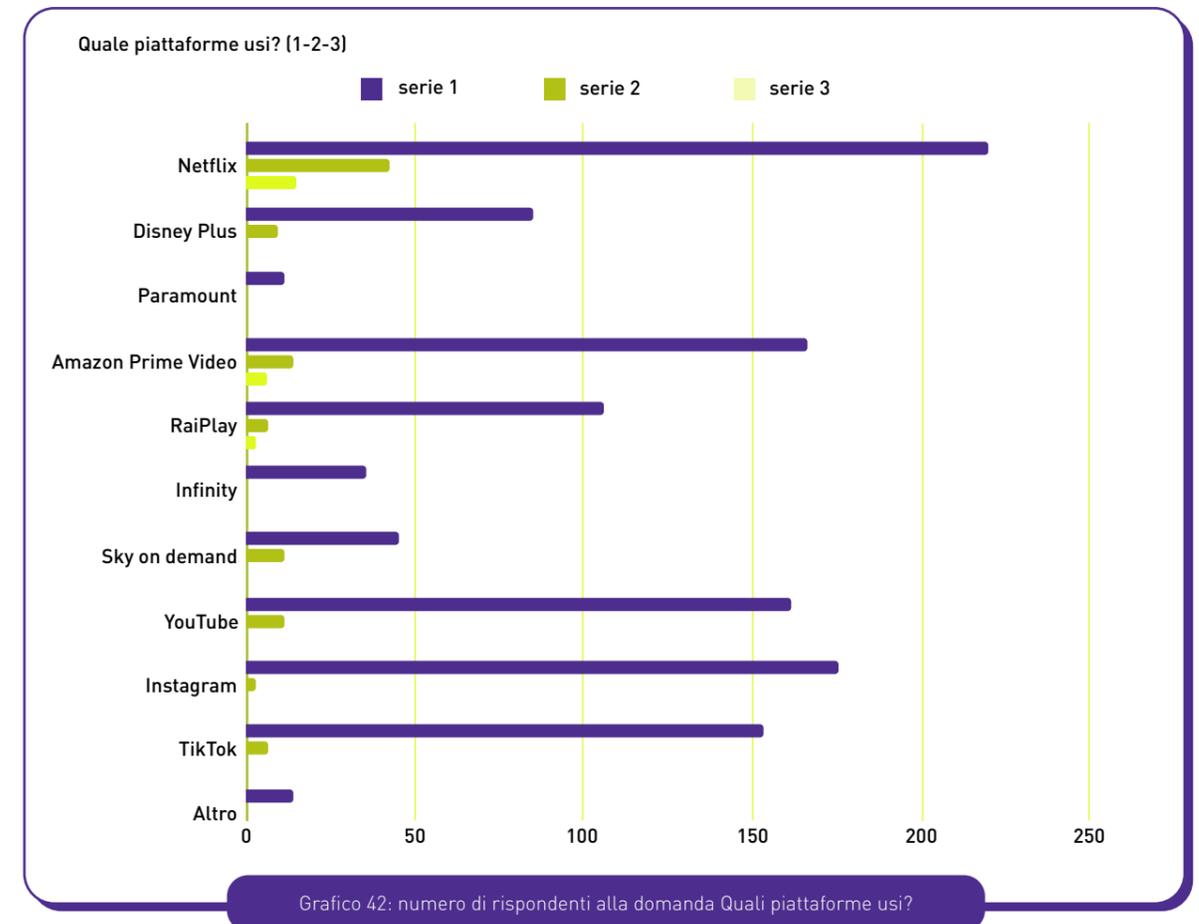


Quest'area di interesse viene coltivata prevalentemente nel contesto casalingo (la parola casa si attesta in 258 occorrenze della domanda aperta sui luoghi) e in momenti di solitudine, sui mezzi pubblici, ma anche in teatri e cinema. Molto menzionati sono l'UCI Cinema Meridiana a Casalecchio di Reno e il The Space a Bologna (che testimoniano un apprezzamento per le grandi catene di cinema, multisala con un'ampia offerta di film commerciali, spazi ampi e con una vasta scelta di cibi e bevande), ma trovano risalto anche sale di proiezione del centro città (come il Lumière, il Modernissimo, l'Odeon, il Rialto, il Cristallo), il Victoria a Modena e il Don Fiorentini a Imola.

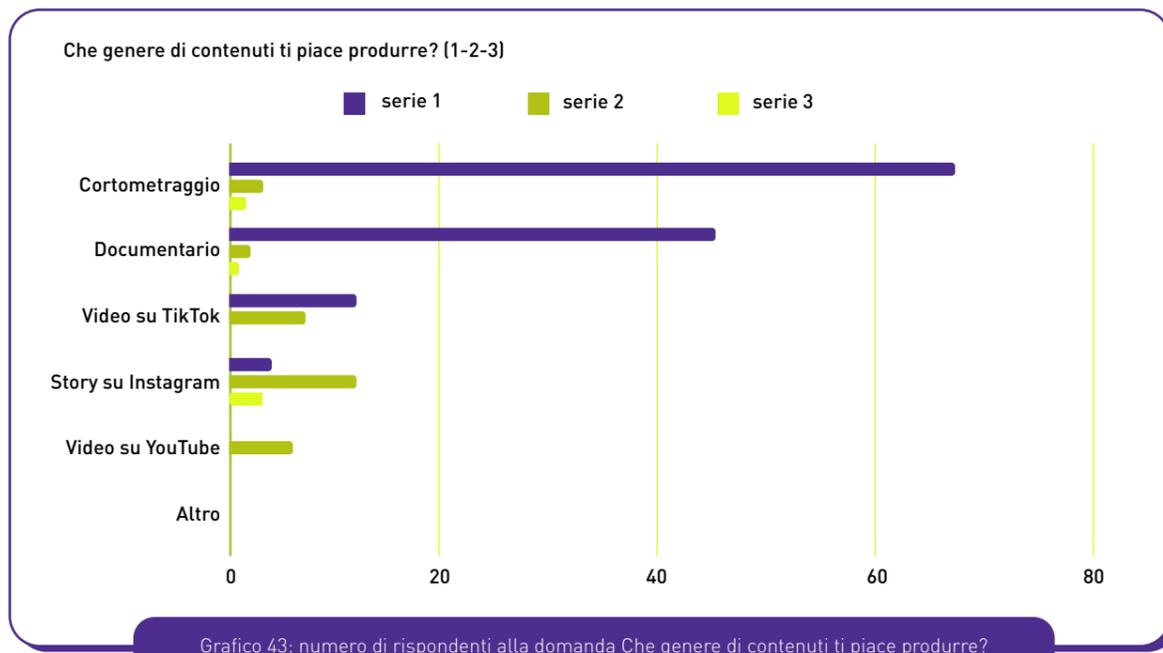
La proiezione di contenuti audiovisivi, attività in presenza nell'ultima domanda, viene selezionata con notevole frequenza. In media, nelle tre tornate di risposte, il 50% dell3 rispondenti afferma di andare a proiezioni almeno una volta al mese. La percentuale di coloro che non vanno mai o che rispondono "altro" si attesta intorno al 12% per le prime due tornate di risposte, per azzerarsi poi alla terza (Grafico 41).



Nel consumo privato e individuale, sono molto impiegate le piattaforme di streaming dei contenuti come Netflix, Amazon Prime Video, Infinity, Disney+, RaiPlay, ma anche social media tra cui TikTok, Instagram e Youtube. Un elemento interessante è il fatto che nella seconda e nella terza tornata, al ridursi delle risposte (66 e 19, rispettivamente), si riduce anche il numero di piattaforme di streaming individuate da chi risponde. Netflix si conferma qui il principale strumento per la visione di contenuti audiovisivi (Grafico 42).



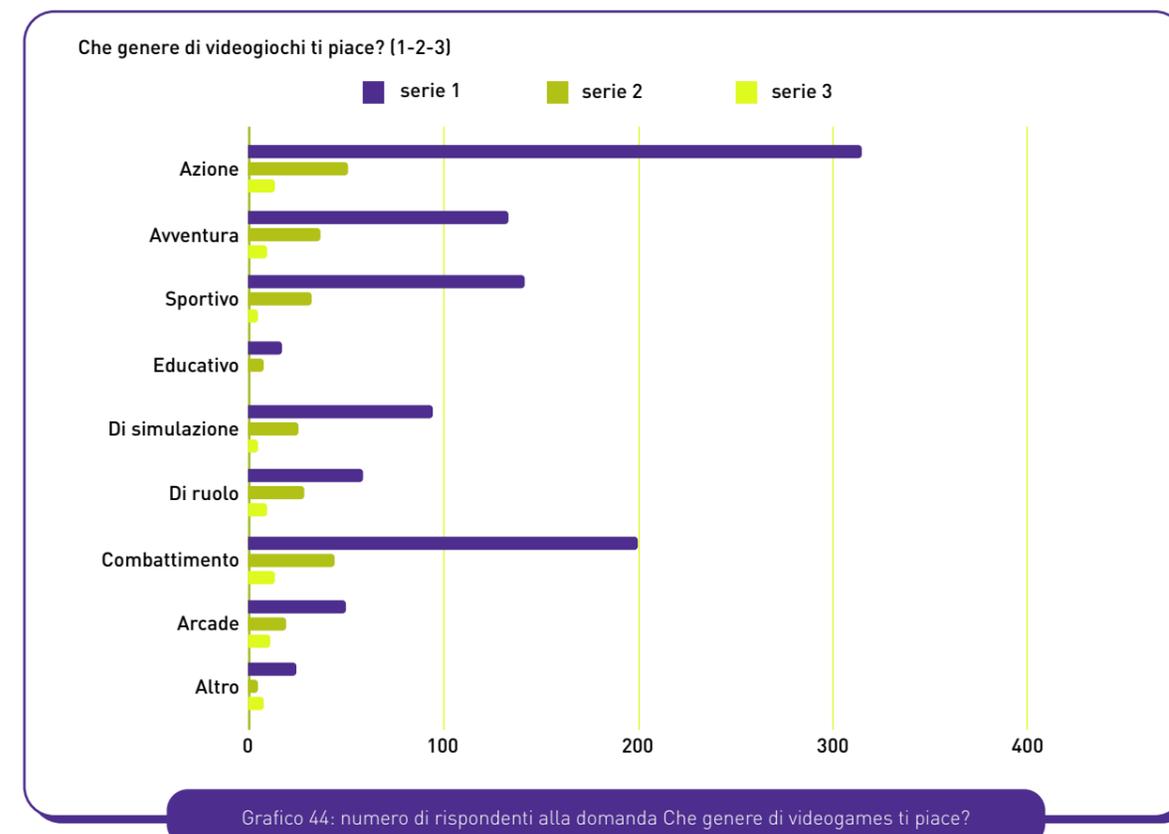
Sul lato della produzione, chi afferma di coltivare l'interesse anche a livello pratico nella creazione di materiale, si versa prevalentemente nella regia di cortometraggi e documentari, ma anche di video sui social media, che nella seconda e nella terza tornata di risposte sono maggiormente apprezzati (Grafico 43).



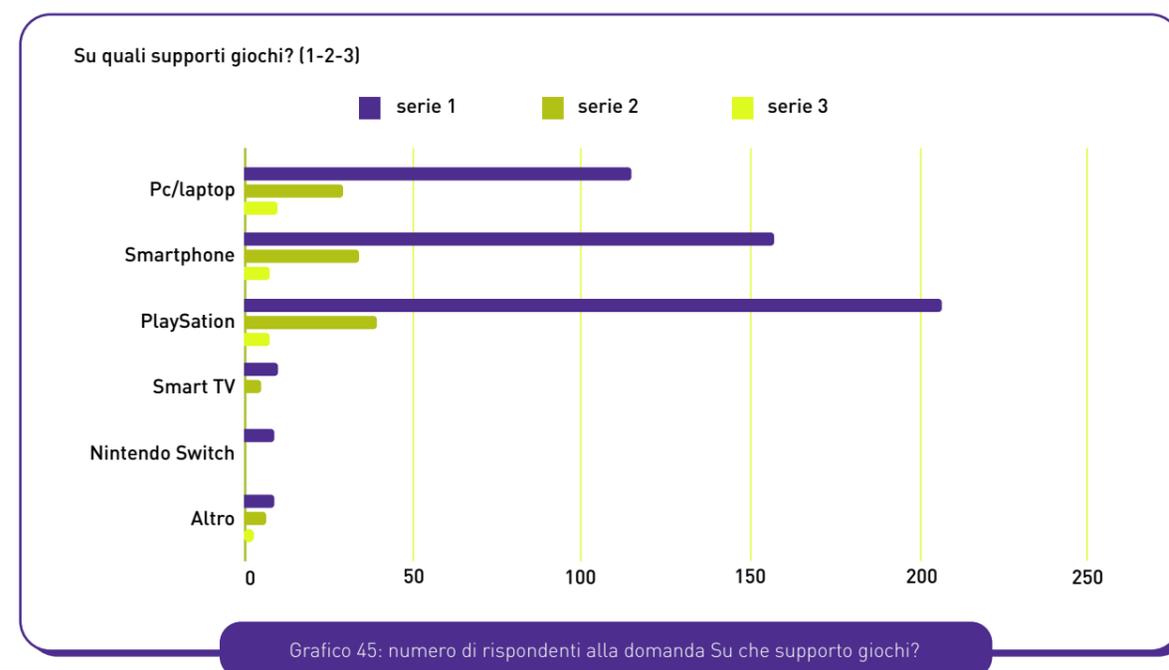
Videogaming

L'area di interesse del videogaming si attesta a livello globale al secondo posto per numero di rispondenti nella prima tornata, con il 24,5% di risposte. Il numero cresce in contesti specifici, come l'istituto professionale (36,5% di rispondenti) e tra gli uomini (dove il videogaming copre il 44,4% delle risposte tra tutte le aree di interesse nella prima tornata). La pratica si conferma dunque tra le preferite da parte di ragazze e ragazzi, tanto da poter essere denominata "attività generazionale, che spesso presenta profili di consumo collettivo" (AGCOM, 2020).

I generi proposti sono tutti molto apprezzati, seppur in percentuali diverse nelle tre tornate di risposte (Grafico 44). A questo proposito, tra i videogiochi più menzionati tra quelli di riferimento nella domanda a risposta aperta, troviamo Fortnite, Brawls Stars, il videogioco di calcio FIFA, la serie Call of Duty e GTA – Grand Theft Auto, Minecraft e Rocket League. Altri videogiochi menzionati sono Red Dead Redemption, Apex Legends, God of Wat, Forza Horizon, The Last of Us e Spiderman.

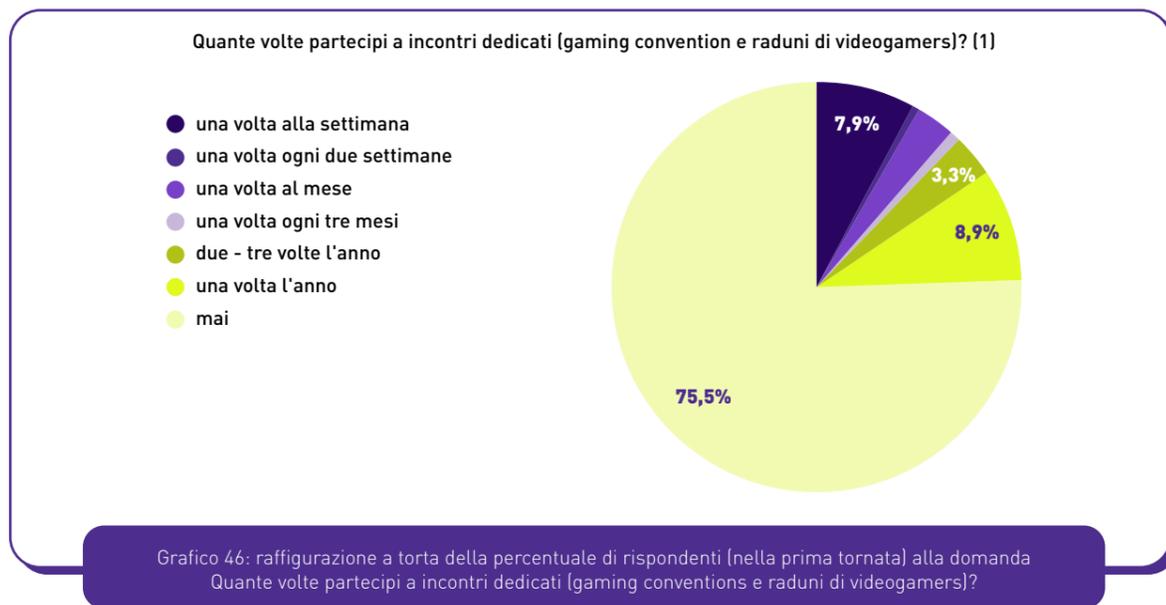


La dimensione del gioco avviene prevalentemente in italiano, ma è anche menzionato l'inglese, oltre al francese, all'arabo e allo spagnolo. Il supporto maggiormente usato è la PlayStation, ma viene impiegato anche lo Smartphone e il PC (Grafico 45)

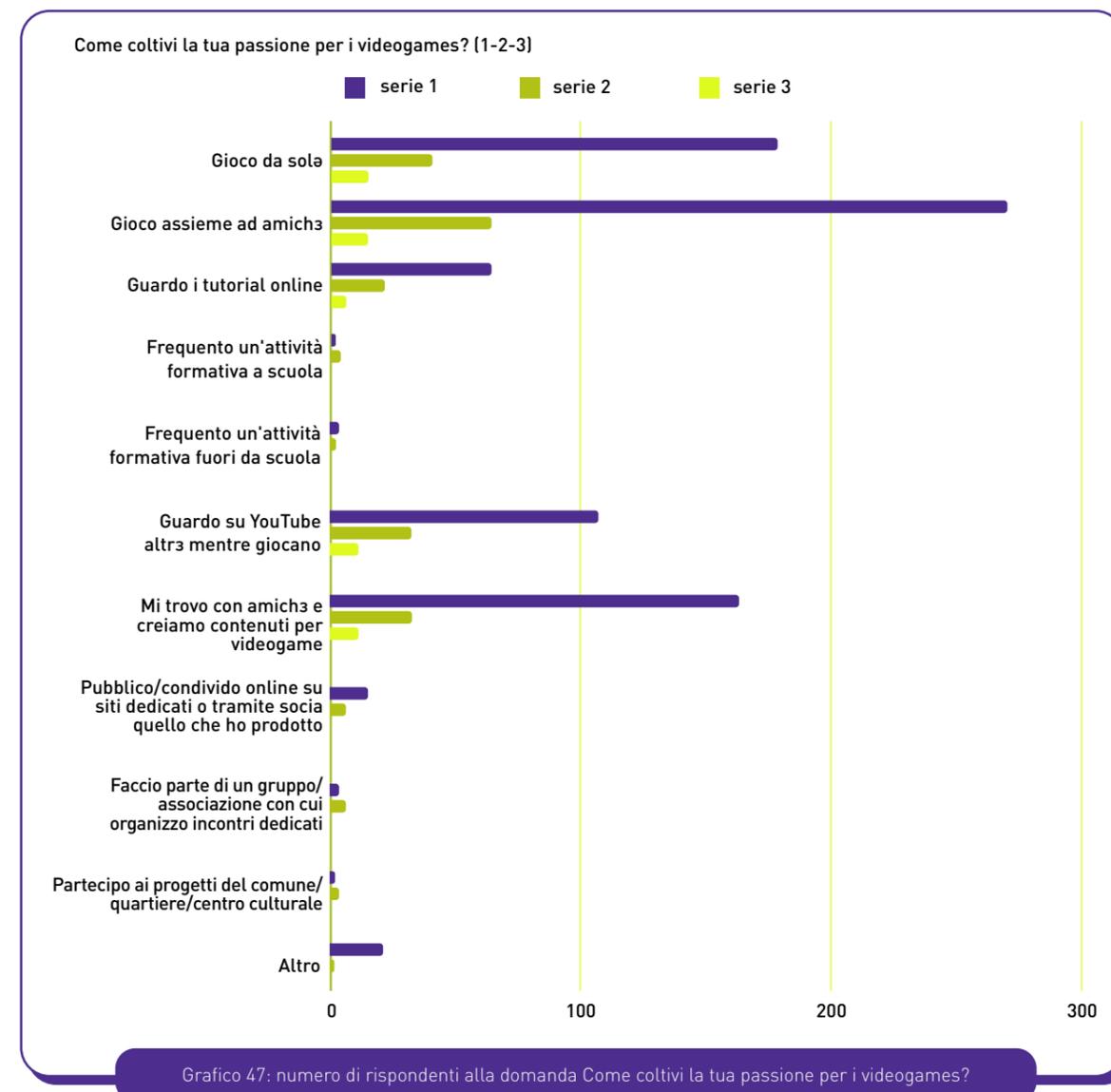


La casa (propria o di amich3) si conferma come luogo preferito per la coltivazione di questo interesse, attestandosi al 98% delle occorrenze delle risposte a domanda aperta sulla menzione di uno-tre luoghi di riferimento (di cui un quarto intende case di amich3). Altri luoghi menzionati sono palestre, bar, giardini e mezzi pubblici. Tra i motivi per cui vengono citati specifici videogiochi, hanno importanza sia la qualità del contenuto sia lo stile e la tecnica con cui sono stati prodotti, ma ha un ruolo importante anche l'aspetto del relax derivato dallo svolgimento dell'attività, come segnalato nelle specificazioni dell3 rispondenti all'opzione "altro".

Il contesto domestico e familiare²⁰ è molto apprezzato e questo si conferma anche dal fatto che la maggior dell3 rispondenti non ha mai partecipato a gaming conventions e raduni di gamers (Grafico 46).



La passione è coltivata sia in modo individuale che con amiche e amici, dal vivo o in via mediata, prendendo a modello le esperienze di altre giocatrici e giocatori, di cui si guardano su YouTube le sessioni di gioco (Grafico 47).



Letture e scrittura

L'area di interesse si colloca al quarto posto nelle tre tornate di risposte per percentuale di rispondenti, con rispettivamente il 7,4, il 13,9 e l'11,9% delle selezioni. L3 lettori sono spesso anche autori, e coltivano generi diversi sia dal lato della fruizione che di quello della produzione, come si può osservare dai due grafici di seguito. Il genere del romanzo e quello della poesia trovano generale apprezzamento da parte di chi risponde in entrambe le modalità, fruizione e produzione, ma anche alcuni sottogeneri come il fantasy, il genere horror, il romanzo rosa e il fumetto (Grafico 48, 49).

²⁰ Come rivelato dal Report Giovani di AGCOM (2020), che riserva al "gaming" una categoria a sé tra le attività svolte dalle persone sul web, il 31,2% dei giovani tra i 14 e i 17 anni impiega internet per questo. La categoria "gaming" è composta dalle variabili utilizzo internet per "scaricare videogiochi, giocare con i videogiochi".

Che generi letterari ti piacciono? (1-2-3)

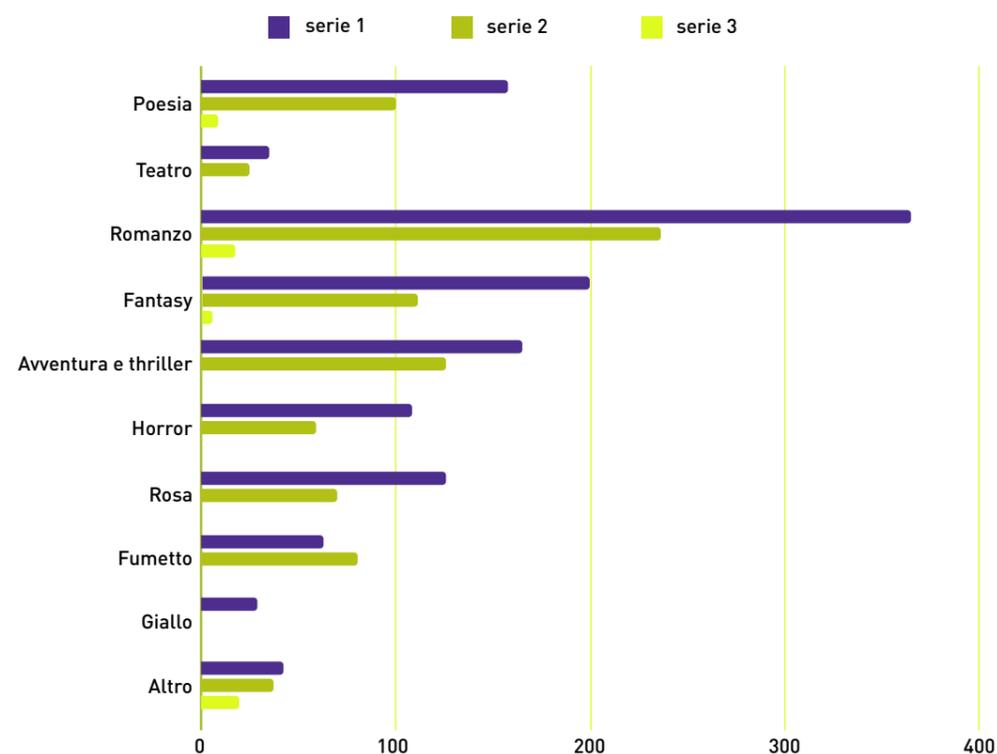


Grafico 48: numero di rispondenti alle domande Che genere letterario ti piace?

Se sì, che genere di contenuti ti piace scrivere? (1-2-3)

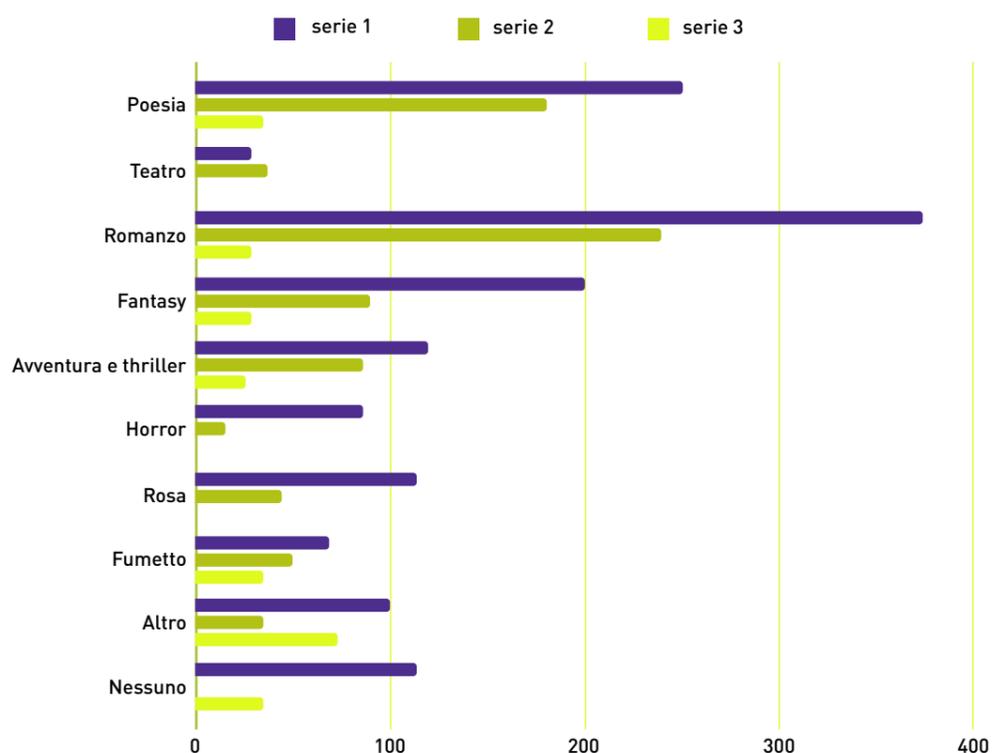


Grafico 49: numero di rispondenti alla domanda Che genere di contenuti ti piace scrivere?

Tra le personalità di riferimento in questo ambito, il 70% delle occorrenze riguarda autori classici italiani (Dante Alighieri, Giacomo Leopardi, Alessandro Manzoni, Giovanni Pascoli, Luigi Pirandello), stranieri (William Shakespeare, Jane Austen, Charles Dickens, Fyodor Dostoevskij, Lev Tolstoj, Franz Kafka, Virginia Woolf), contemporanei (Alessandro D'Avenia, Elena Ferrante, Maurizio De Giovanni, Stephen King, J.K. Rowling, Rick Riordan). Chi risponde menziona anche filosofi antichi (Platone, Aristotele), musicisti (Mozart, David Bowie, Beatles), architetti (Renzo Piano, Santiago Calatrava), influencer e youtuber letterari (Andrea Moccia, Labibliotecadidaphne, vale.ghetti, Le letture di Lev97). La lettura avviene per la maggior parte degli rispondenti solo in italiano, anche se, soprattutto nella prima tornata, viene menzionato molto l'inglese (circa 20 risposte) e altre lingue (francese, spagnolo, tedesco, arabo).

L'interesse è coltivato prevalentemente in contesto casalingo (oltre il 95% delle occorrenze tra le risposte aperte inerenti ai luoghi), ma trovano ampia menzione anche le biblioteche (biblioteca Salaborsa, Cesare Pavese, di Borgo Panigale e della Barca, per circa il 25% delle occorrenze), le librerie (Mondadori, Feltrinelli, Libraccio, Libreria Ulisse), la scuola, i mezzi e i giardini pubblici (i Giardini Margherita), i bar (specialmente quelli della zona universitaria, a Bologna). A proposito dei luoghi "di rifornimento" per le proprie letture, oltre a librerie e biblioteche ha notevole importanza anche l'acquisto/fruizione di contenuti letterari online, come è possibile osservare di seguito (Grafico 50).

Dove ti rifornisci per le tue letture? (1-2-3)

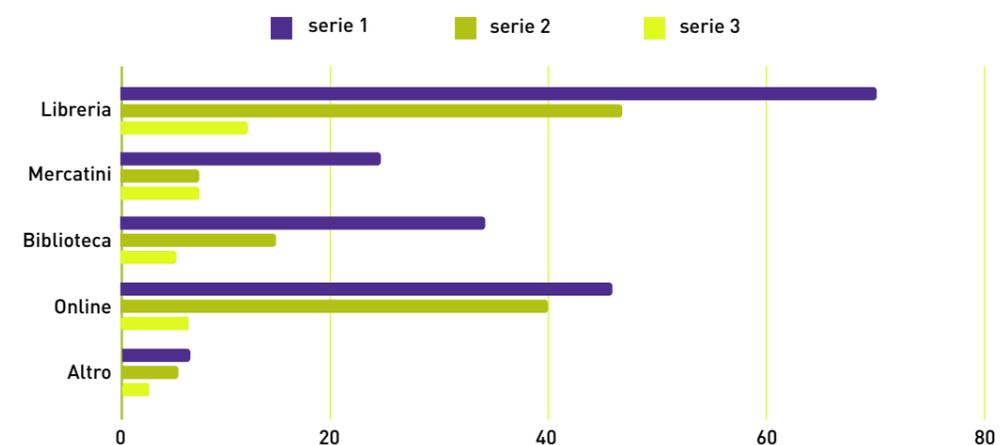


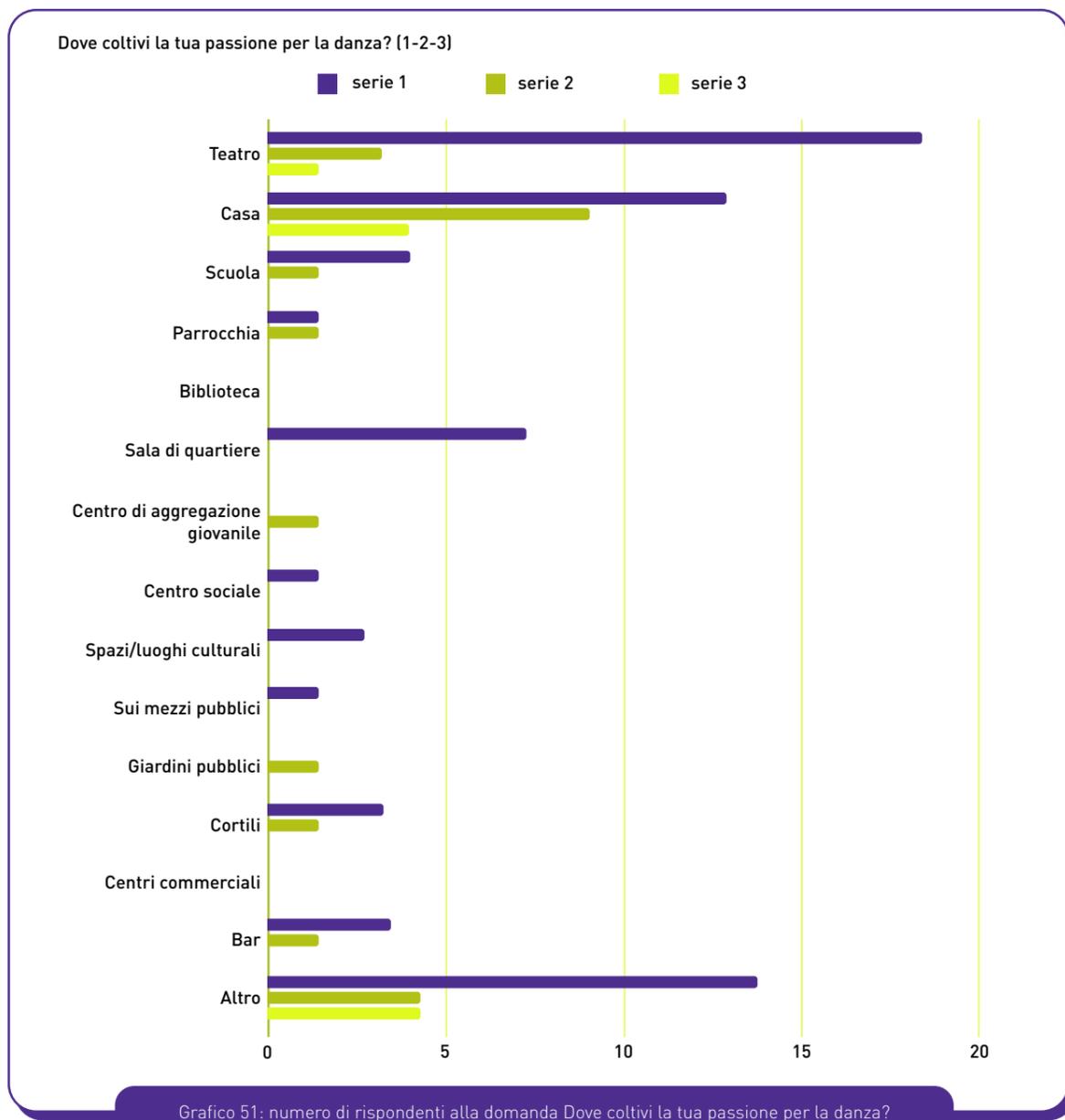
Grafico 50: raffigurazione del numero di rispondenti alla domanda Dove ti rifornisci per le tue letture?

Danza

Quest'area di interesse è stata selezionata da un numero basso di rispondenti, che tendono a crescere in percentuale nelle diverse tornate di risposte (passando dal 3,4 al 3,9 per arrivare al 6,9%). L'affezionato alla danza lo sono sia dal punto di vista della visione sia della pratica (non la praticano meno di dieci rispondenti su 65), e i generi più apprezzati sono il moderno, il classico e il contemporaneo, insieme a hip-hop e break dance.

Le personalità di riferimento nell'ambito, apprezzate per lo stile e tecnica e per l'impegno che dedicano alla propria attività, provengono dal contesto della danza classica (Roberto Bolle e Carla Fracci, Svetlana Zakarova, Natalia Osipova, Fumi Kaneko, Eleonora Abbagnato), di quella contemporanea (Giulia Stabile, Milena Baldassarri, Nicoletta Manni, Candida Sorrentino), da quello della musica (Enhyphen, gruppo musicale sud-coreano, Micheal Jackson). Importanti riferimenti per chi risponde sono anche gli istruttori di danza e genitori incoraggianti.

L'interesse è coltivato prevalentemente a teatro (tra cui Duse, Arena del Sole, Manzoni, Testoni) e a casa, come illustrato nel Grafico 51, ma anche in contesti diversi, poi emersi dalle risposte aperte, come le scuole di danza (Almadanza, Spazi danza MUVet, Fantateatro Academy, Studio Danza Ensemble).



Teatro

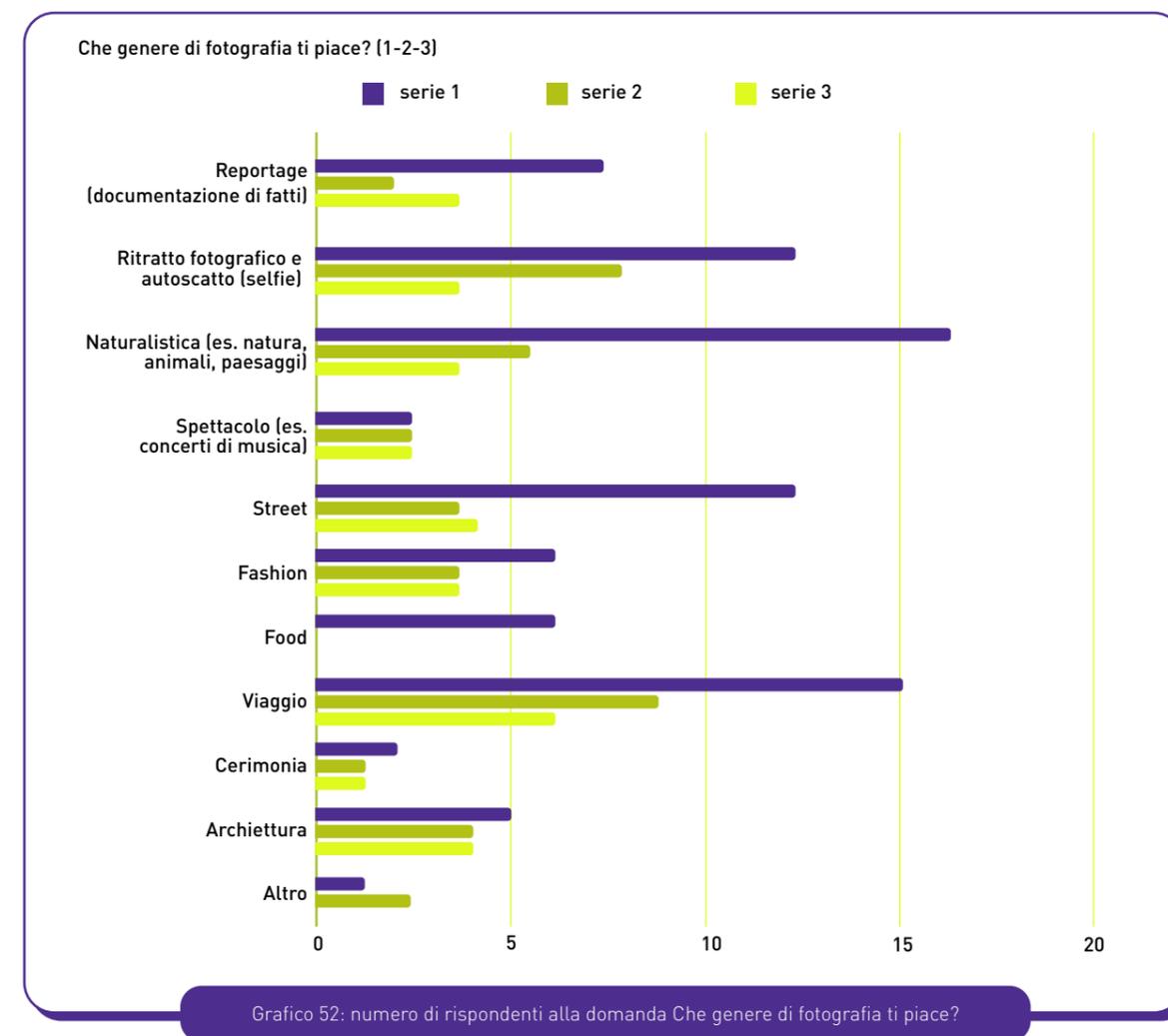
L'area di interesse vede il coinvolgimento di un numero esiguo di rispondenti, le cui percentuali crescono progressivamente nelle tre tornate di risposte (0,8, 2,2 e 4%). Coloro che apprezzano il teatro tendono anche a praticarlo, soprattutto nei generi della commedia e della tragedia.

Personalità di riferimento in questo ambito sono prevalentemente autori classici (Eschilo, Sofocle ed Euripide), ma anche registi, attori – che operano anche nel mondo del cinema e della televisione – italiani (Paola Cortellesi, Vittorio Gassman, Roberto Benigni, Antonio Rezza, Marco Paolini, Luca Ravenna e Max Angioni, stand-up comedian) e stranieri (Jennifer Tilly, Lin Manuel Miranda, Jason Momoa, Emma Watson, Meryl Streep, Timothée Chalamet, Lupita Nyong'o, Robert De Niro, Al Pacino, Tom Hiddleston e David Tennant).

I luoghi dove viene maggiormente coltivato l'interesse sono la casa (per assistere a registrazioni di spettacoli in streaming), il teatro, la scuola e le scuole di teatro. Tra le risposte aperte, troviamo menzionati i teatri bolognesi Dehon, Arena del Sole, Duse, Comunale, Europa Auditorium, Laura Betti, Testoni; le scuole di teatro ITC Teatro di San Lazzaro e quella di Crevalcore e l'associazione culturale Te per Tu di Bologna.

Fotografia

Quest'area di interesse si attesta rispettivamente nel 2,5, nel 3,4 e nel 7,9% delle percentuali di risposta. I generi sono apprezzati dal punto di vista sia della fruizione sia della produzione.

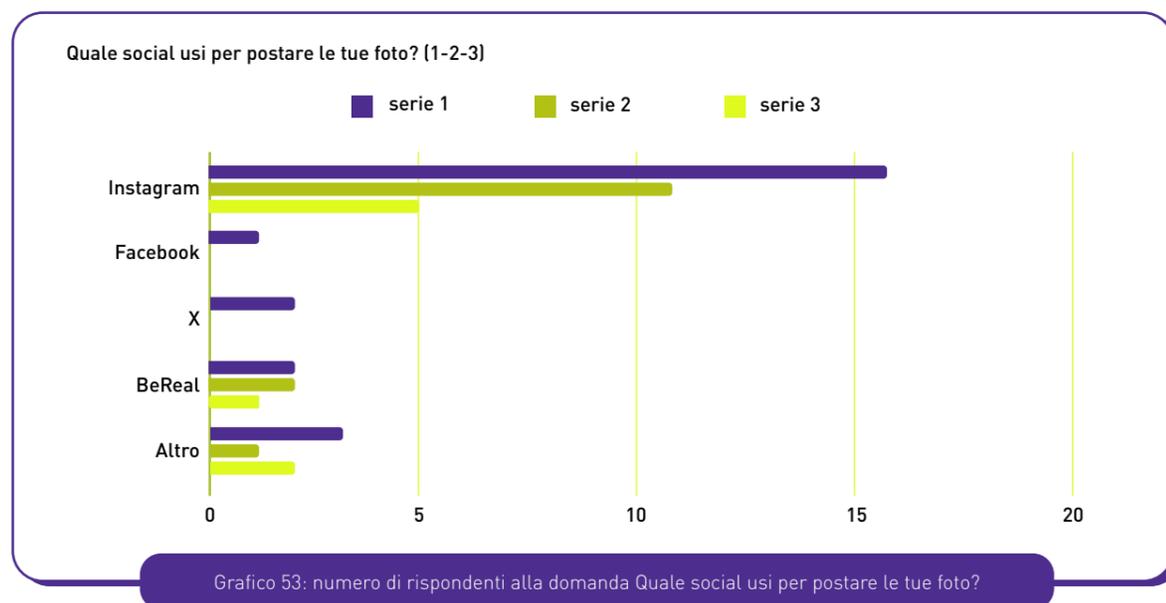


Le figure di riferimento in questo ambito sono fotografi di fama internazionale, tra cui Henri Cartier Bresson (il più menzionato), Robert Capa, Vivian Mayer, Dorothea Lange, Ansel Adams, ma anche contemporanei come Chris Bumsted, Jay Cuttler, Peter Funch e l'influencer Chiara Ferragni.

La produzione della fotografia avviene perlopiù con l'impiego di smartphone, mentre fotocamere professionali o strumenti analogici vengono usati da poche estimatori (meno di quindici su un totale di oltre sessanta risposte). Le foto sono postate sui social nella maggior parte delle risposte,

anche se nella prima tornata si verifica una condizione di sostanziale parità tra chi lo fa e chi meno (17 sì e 14 no, tendenza poi annullata nella seconda e nella terza tornata, dove il numero di persone che posta prevale).

Il principale canale social per postare le proprie fotografie è Instagram, che presenta un numero alto di occorrenze relative nelle tre tornate di risposte.



Moda

La percentuale di risposte in quest'area di interesse presenta un'evoluzione considerevole dalla prima alla terza tornata di risposte, con un passaggio dal 3,7 al 5,4 dell3 rispondenti, per arrivare al 9,9.

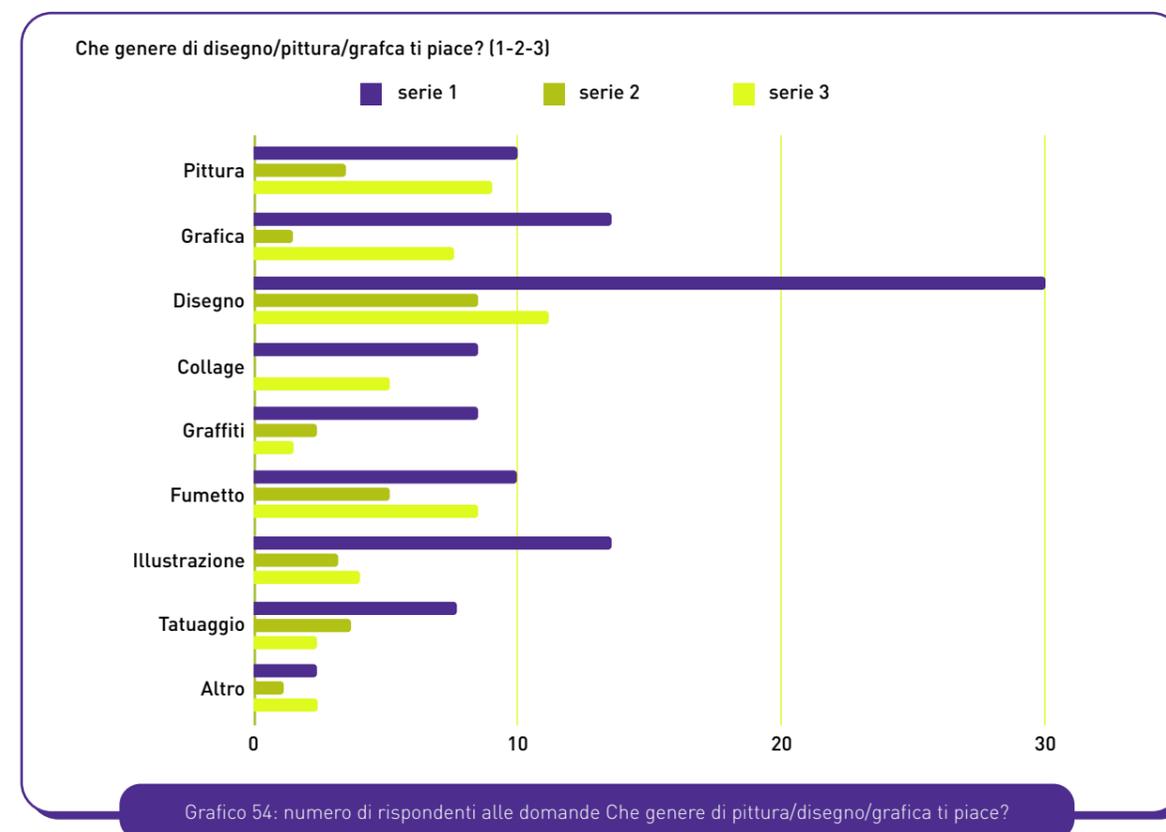
Elementi e personalità di riferimento in questo ambito provengono da diversi contesti, tutti associati al mondo del fashion. Tra gli altri abbiamo stilist3 come Donatella Versace e Coco Chanel (le più menzionate), Dolce e Gabbana, Giorgio Armani, Gucci, Prada, Manolo Blahnik, Valentino, Max Mara, Roberto Cavalli, Yves Saint Laurent, Dior, Louis Vuitton, Balenciaga, Rick Owens, Vivienne Westwood, Alexander McQueen, Givenchy, Christian Louboutin, Cartier (gioielli), Hermès (borse), Fendi, Balmain; brand e negozi come Off-White (Virgil Abloh), Nike, Shein, Carhartt, Zara, Stüssy, Supreme, Jordan, Lacoste, Stradivarius; modell3 come Kendall Jenner (la più menzionata) Bella Hadid, Gigi Hadid, Hailey Bieber, Cara Delevingne, Irina Shayk, Vittoria Ceretti, Naomi Campbell, Bianca Balti, Timothée Chalamet, Damiano David (Maneskin), Shai Gilgeous-Alexander; influencer come Chiara Ferragni (la più menzionata), Georgina Rodriguez, Pelayo Díaz Zapico, Maria Sole Polli, Angela Caloisi, Bao Tranchi; figure pubbliche come Belén Rodriguez, Ilary Blasi, Emma Watson, Zendaya, Kim Kardashian; Fonti di ispirazione tra cui Instagram, Pinterest, riviste di moda (Vogue, Vanity Fair)

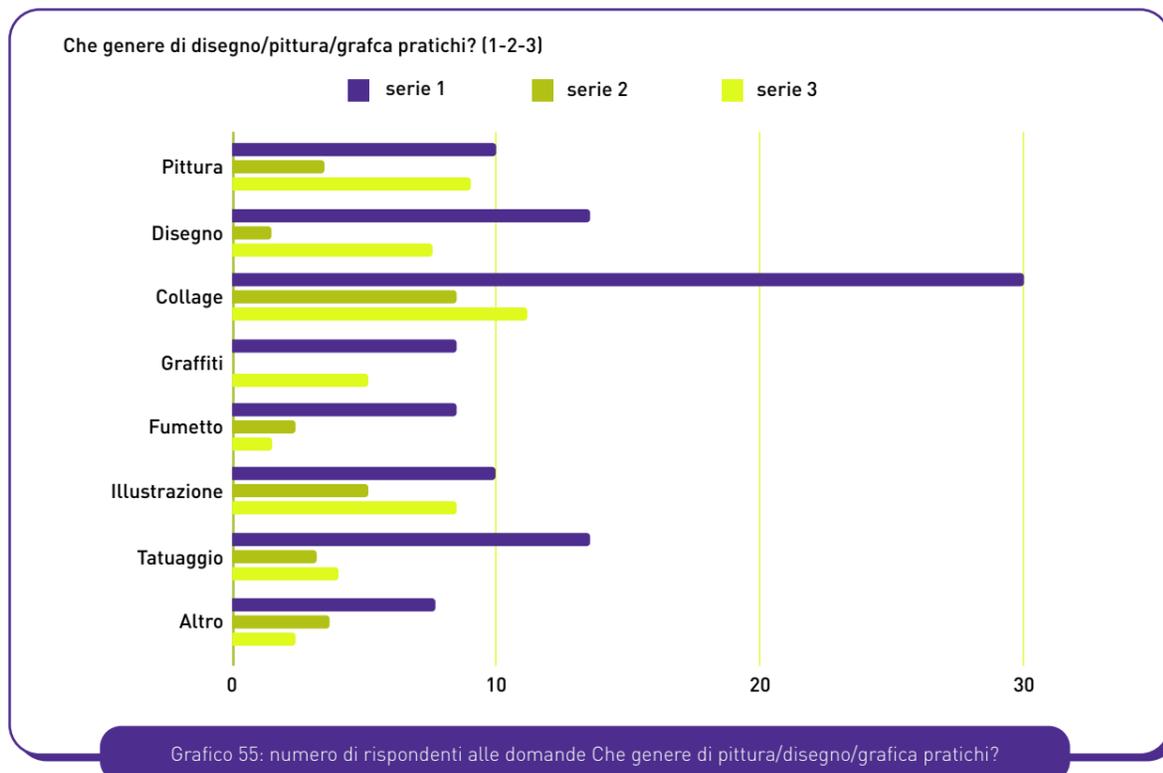
Si tratta di un passatempo coltivato perlopiù sperimentando da sol3, autoproducendo vestiti e accessori, guardando tutorial online e seguendo pagine instagram utili per trarre ispirazione. I luoghi in cui viene maggiormente praticato sono la casa (per sperimentare da sol3 e documentarsi grazie a internet e ai social), la scuola (per trarre ispirazione e confrontarsi), negozi (tra cui Terranova, Bershka, H&M, Supreme, La Ferramenta, One Block Down) e i centri commerciali (Gran Reno).

Disegno, pittura, grafica

Le percentuali di risposta a quest'area di interesse crescono progressivamente nelle tre tornate (3,2, 6,8 e 13,9). L'apprezzamento per diversi generi e forme di espressione artistica avviene sia dal lato della fruizione che da quello della produzione, come evidenziato nei Grafici 54, 55.

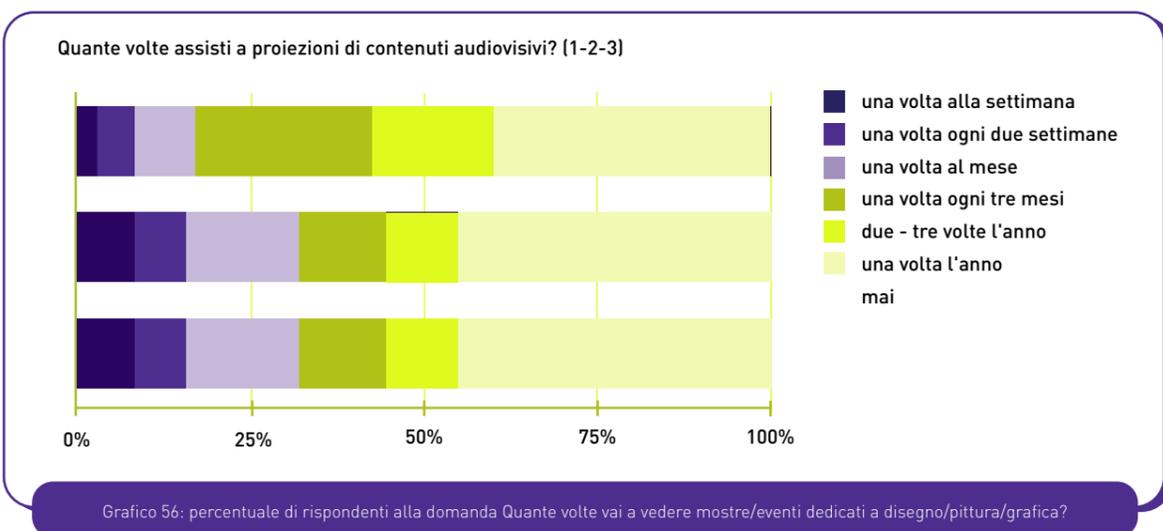
Le personalità di riferimento sono apprezzate prevalentemente per la capacità tecnica e per la capacità di trasmettere dei contenuti tramite la propria opera. Tra le figure, sono presenti pittor3, tra cui Vincent van Gogh (il più menzionato), Claude Monet, Gustav Klimt, Frida Kahlo, Pablo Picasso, Hieronymus Bosch, Michelangelo, Leonardo da Vinci, Sandro Botticelli, Raffaello Sanzio, Edgar Degas, Rembrandt, Caravaggio, Jan van Eyck, Canaletto, Edward Hopper, Artemisia Gentileschi; scultori, tra cui Michelangelo, Donatello, Gian Lorenzo Bernini, Auguste Rodin. Dell3 artist3 contemporane3, sono riferimenti l3 illustrat3 Richard HTT (youtuber), Zerocalcare, Laura Zuccheri, Sio, Shepard Fairley; l3 animat3 Yuuya Takahashi, Yoshitaka Amano Miyazaki; lo scultore Jago; l3 grafich3 Banksy, Keith Haring, Blu, Basquiat; l3 autor3 di manga Kentaro Miura, Jinji Ito.





L'interesse viene coltivato prevalentemente a casa, a scuola e ai giardini. Tra le specifiche sui luoghi citati dalle rispondenti, vengono menzionati: luoghi virtuali come Google e Pinterest e luoghi fisici come giardini, portici, viuzze della città, fonti per l'immaginazione nella pratica delle arti figurative; musei bolognesi (Pinacoteca, Palazzo Albergati), milanesi (MuDeC, Pinacoteca di Brera), gli Uffizi di Firenze e il Museo del Cinema di Torino; studi di tatuatori a Bologna (Black Virgin Tattoo Studio); il Luccacomix per il fumetto.

La partecipazione ad attività in presenza in questo ambito appare scelta da poco più del 50%, che almeno una volta all'anno si reca a mostre ed eventi dedicati.



3.3 IMMAGINARE UN PROGETTO CREATIVO

La terza e ultima sezione del questionario chiama in causa la disponibilità delle rispondenti a immaginare un progetto creativo, uno spazio in cui sia possibile per loro coltivare i propri interessi e passioni, tramite una serie di domande a risposta chiusa inerenti alle sue caratteristiche, strutturali, organizzative e qualitative. Questa parte di risposte fornisce tuttavia solo dei primi dati utili ad avviare una riflessione, approfondita tramite le interviste. Le aree di indagine in questa sezione sono diversificate, ma inerenti alla programmazione del centro culturale: vengono sondati aspetti relativi all'importanza di alcuni elementi e al tipo di contributo che si vorrebbe fornire.

La prima sezione, riguardante alcune caratteristiche definitorie del progetto creativo, ha indagato, tramite una scala di Likert (da 1 "del tutto indifferente" a 5 "molto importante"), il livello di importanza attribuito ai seguenti elementi:

- accessibilità, intesa come assenza di barriere e ostacoli fisici;
- sicurezza, intesa come protezione del luogo da rischi (di natura non definita);
- possibilità di libera espressione, non discriminatoria e senza giudizio;
- sostenibilità ambientale;
- tipologia della programmazione delle attività;
- distanza da casa;
- distanza da scuola;
- connessione con il centro della città;
- autogestione e autonomia dello spazio;
- presenza di tutor, esperti, formatori per lo svolgimento di attività;
- possibilità di fare nuove amicizie;
- presenza di strumenti/tecnologie per poter coltivare le proprie passioni;
- estetica del luogo.

I dati di questa prima domanda sono rappresentati nel Grafico 57. Elementi come la possibilità di libera espressione ottengono oltre il 40% di risposte "molto importante" da parte delle rispondenti, insieme al senso di sicurezza. L'importanza data alla sicurezza nella frequentazione di uno spazio può essere compresa alla luce dell'esperienza delle chiusure forzate. Durante la pandemia infatti – specialmente tra la primavera del 2020 e l'inverno del 2021 – si sono affermate definizioni securitarie di approccio agli spazi pubblici e sono stati spesso identificati in "gruppi pericolosi" le persone giovani, spesso immuni al virus ma responsabili della sua propagazione²¹.

La disponibilità di strumenti per la coltivazione del proprio interesse emerge come aspetto importante per molti rispondenti (più o meno la metà di loro attribuisce infatti punteggio 4 e 5 a questi parametri di valutazione). Questo elemento può essere messo in relazione con i dati molto alti sullo "sperimentare da soli" e sull'uso della casa come luogo di consumo e produzione nelle domande sulle aree di interesse e con quanto già evidenziato sulla possibile difficoltà ad accedere a luoghi dedicati alla coltivazione di un hobby, come una sala prove o un corso di musica, danza o altro.

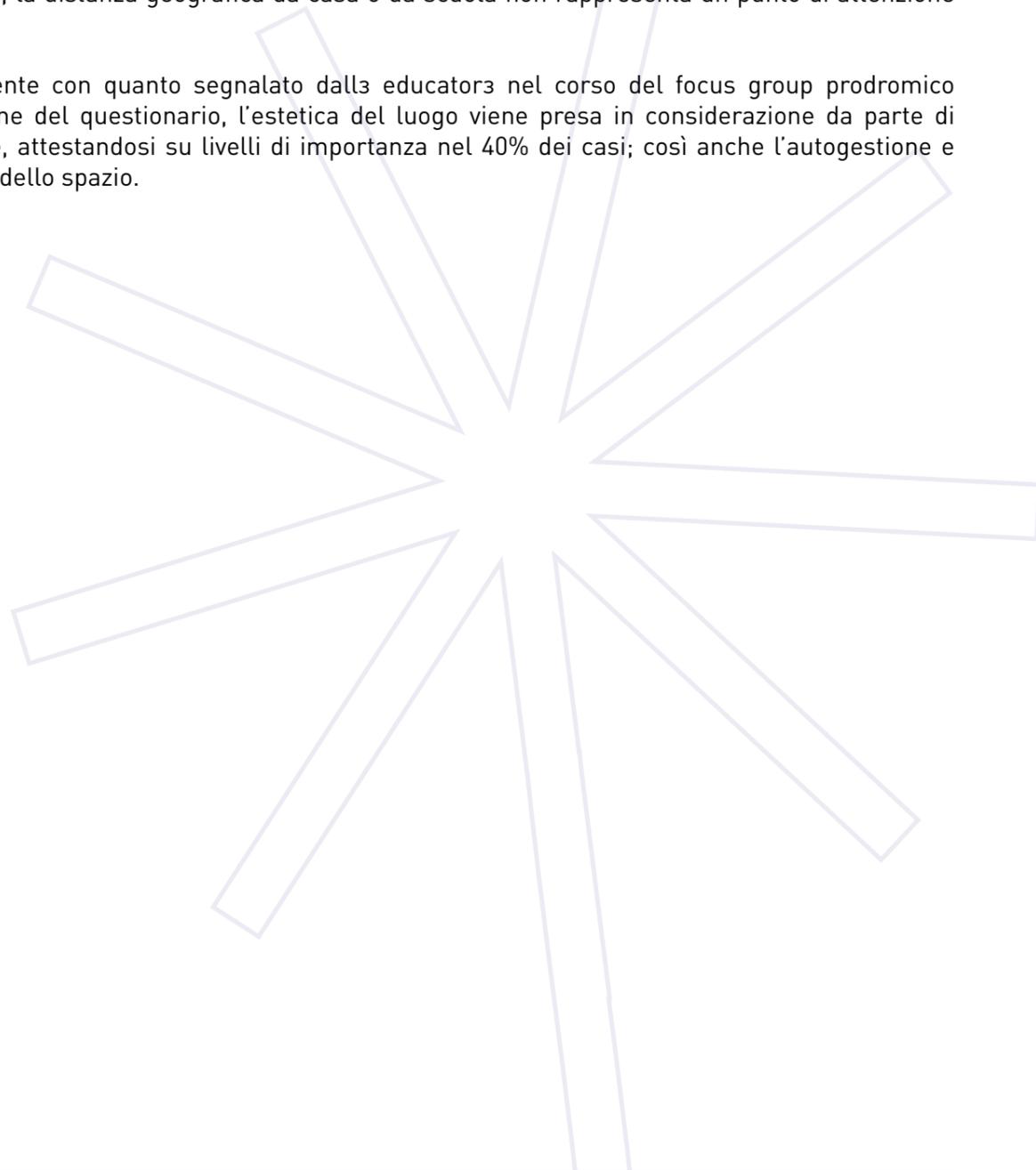
²¹ s.v. Cuzzocrea et al. (2023): «La crisi pandemica è stata una cartina di tornasole rispetto alla centralità delle rappresentazioni dei giovani. Le varie ondate della pandemia, ognuna con le proprie restrizioni, hanno determinato anche l'emergere e il rinsaldarsi di relativi "gruppi forti", o meno vulnerabili di fronte sia al virus sia alla situazione generale di crisi che la sua diffusione ha comportato, in opposizione a gruppi deboli. È interessante notare come in diversi momenti tra il 2020 e il 2021 i giovani sono stati definiti come la causa della trasmissione del virus, per esempio, nel momento in cui si era diffusa la notizia che non si sarebbe potuta lasciare la Lombardia e in molti – tra cui molti giovani – si sono riversati alla stazione centrale di Milano per prendere gli ultimi treni per il sud».

Elemento questo che è stato evidenziato anche da parte dell3 educator3 ARCI durante il focus group preparatorio al questionario.

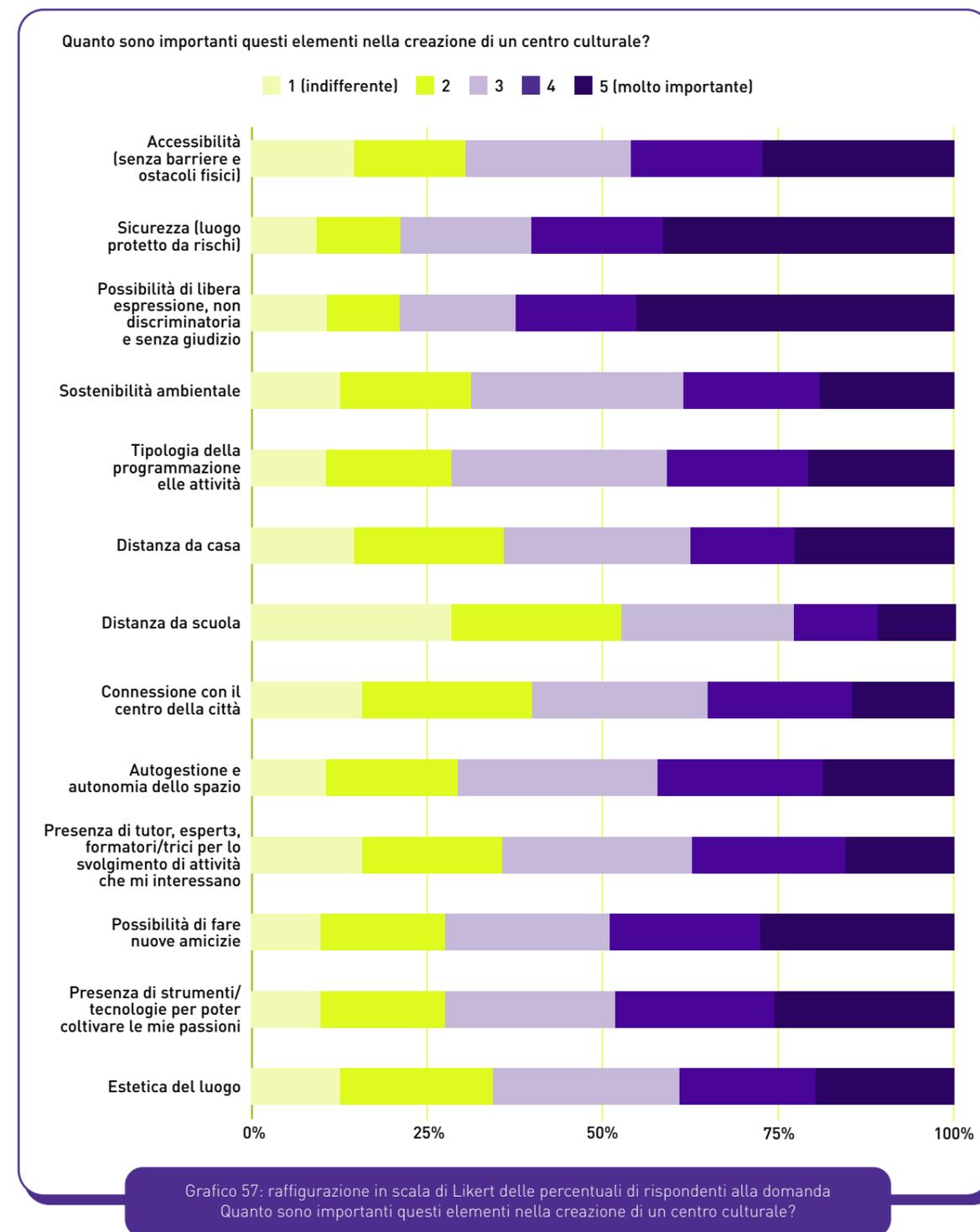
Nella stessa scala di punteggio di valutazione (4 e 5) si colloca la possibilità di fare nuove amicizie. La dimensione della condivisione e della socializzazione può completare una riflessione sulla necessità di luogo “sicuro”, ma fuori dallo spazio domestico, richiamando nuovamente l’importanza degli effetti del vissuto pandemico.

Minore importanza hanno la sostenibilità ambientale²² del luogo e la tipologia della programmazione delle attività; la distanza geografica da casa o da scuola non rappresenta un punto di attenzione rilevante.

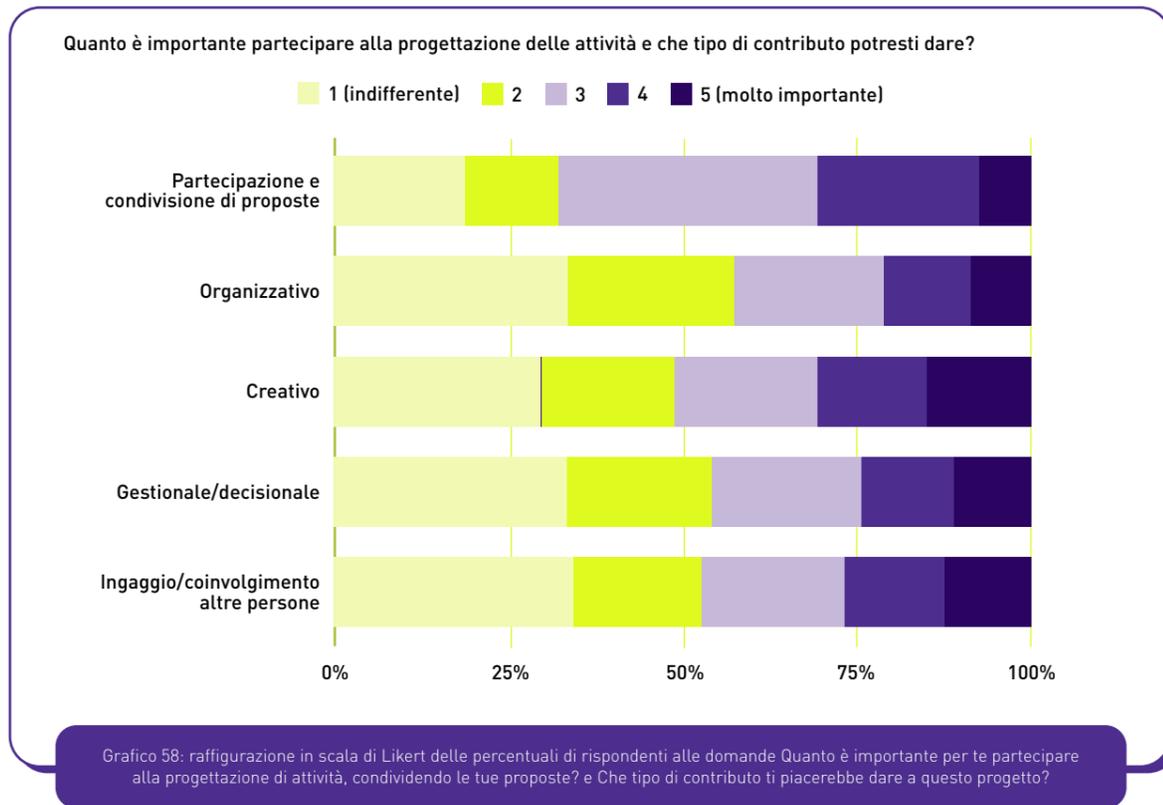
Concordemente con quanto segnalato dall3 educator3 nel corso del focus group prodromico alla redazione del questionario, l’estetica del luogo viene presa in considerazione da parte di chi risponde, attestandosi su livelli di importanza nel 40% dei casi; così anche l’autogestione e l’autonomia dello spazio.



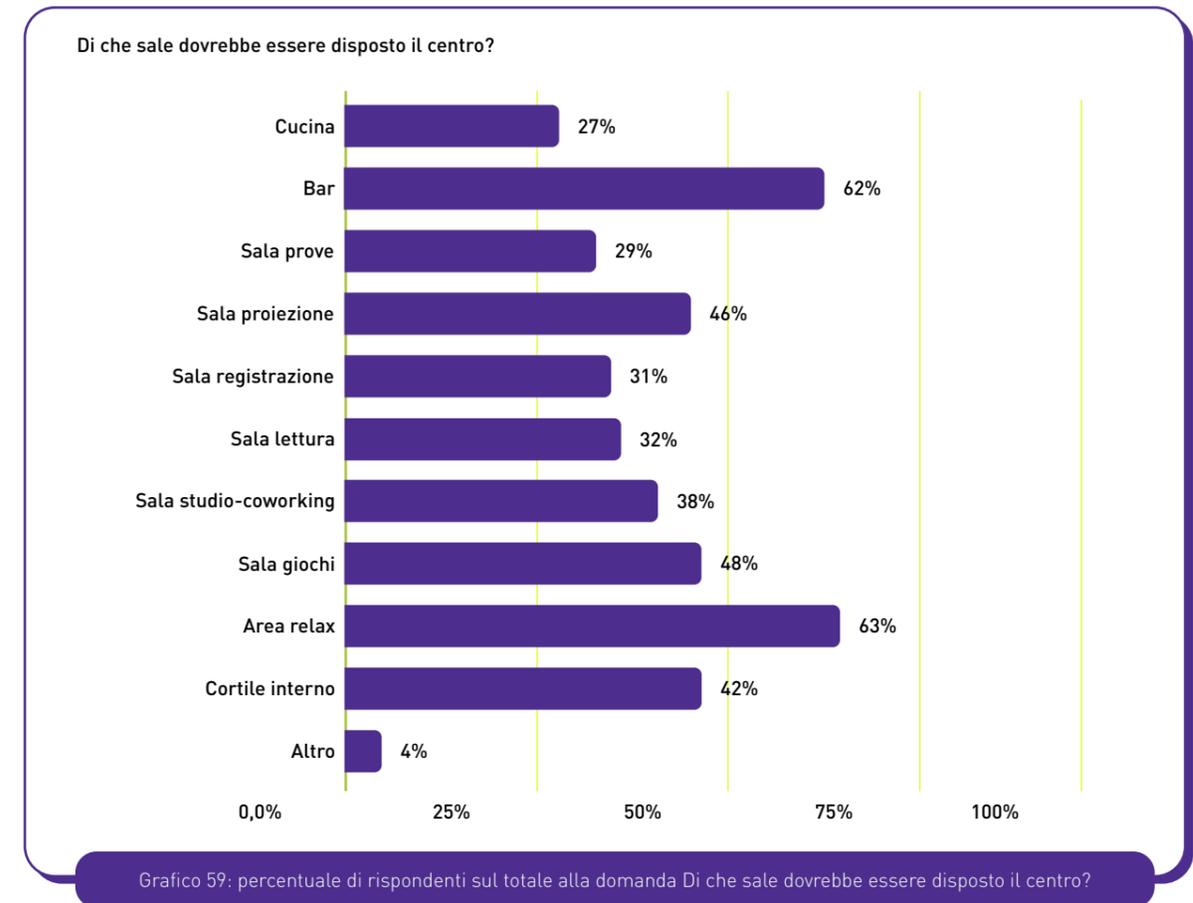
²² Come sottolineato sempre da Cuzzocrea et al. (2023), l’esperienza dei Fridays for future, legata alla tematica ambientale, viene infatti vista nel suo volume come esempio di “sconfessamento” dell’alienazione dalla politica tradizionale delle giovani generazioni. Non entrando nel merito del fenomeno, il cui momento di maggior visibilità a livello mediatico risale al biennio 2018-19, per cui non si presuppone una vocazione ambientalista da parte di tutt3 coloro che hanno risposto al questionario, stupisce quantomeno che a livello “tematico” non venga considerato elemento importante per la creazione del centro culturale, in quanto, in ogni caso, forma di autorappresentazione di sé e della propria generazione.



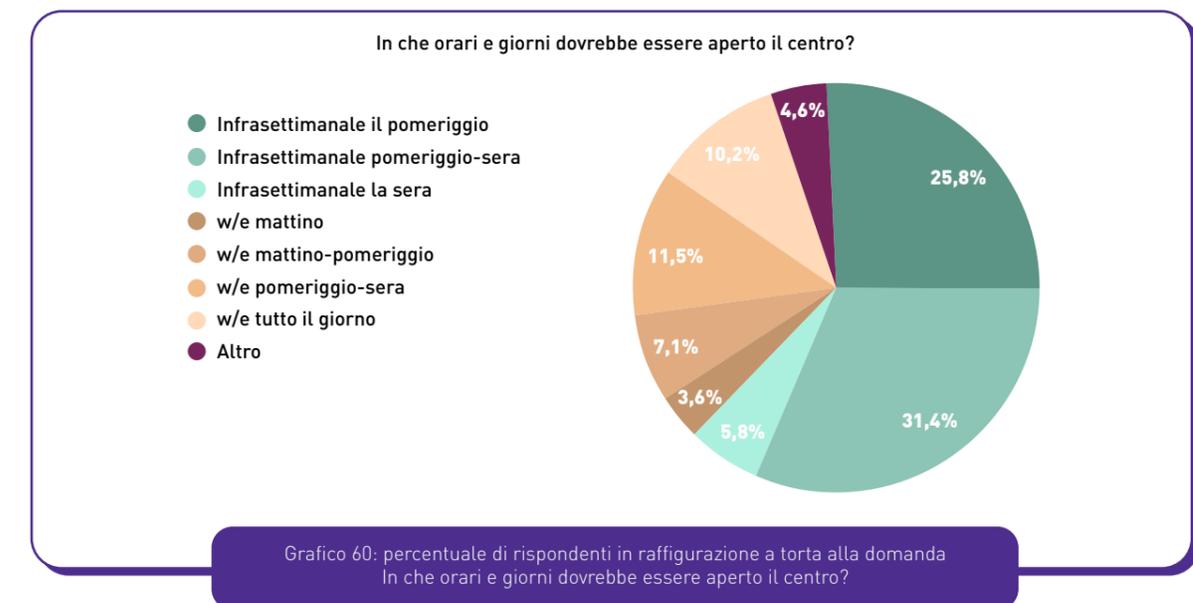
Un ulteriore elemento preso in considerazione è la disponibilità a dare un contributo nella gestione dello spazio. Sempre tramite scala di Likert, è stata indagata questa intenzione tramite la condivisione di proposte e “mettendosi in gioco” a livello organizzativo, creativo, gestionale e di ingaggio di altre persone. Come appare dal Grafico 58, tra gli aspetti ritenuti più importanti risulta significativo l’elemento della partecipazione e della condivisione di proposte (30% delle risposte). A livello creativo, circa il 30% di chi risponde ritiene di poter dare un contributo importante, seguito dal 25% di chi ritiene di poterlo fare a livello di ingaggio e coinvolgimento di altre persone.



Rispetto agli elementi organizzativi e strutturali, concordemente con l'attitudine, da parte di chi risponde, a identificare il centro con un luogo deputato allo svago, si ritiene che lo spazio dovrebbe essere dotato, rispettivamente nel 62 e nel 63% delle risposte, di un bar e di una sala relax; in linea con le percentuali più alte di risposte nelle aree di interesse (contenuti audiovisivi e videogaming), sarebbe apprezzata rispettivamente dal 46 e dal 48% di chi risponde la dotazione di una sala di proiezione e di una sala giochi, mentre un terzo vorrebbe una sala lettura, una sala prove e una sala di registrazione (Grafico 59).



Sul piano organizzativo-strutturale, nel Grafico 60 vengono illustrate le preferenze di aperture di giorni e orari da parte di chi risponde. Così come la distanza geografica da casa o scuola non appare importante per la creazione del centro, così non lo è il legame con orari e giorni di scuola. Oltre il 60% di chi risponde preferisce un'apertura infrasettimanale già a partire dal pomeriggio, per andare fino alla sera.



Da questa terza e ultima sezione emerge dunque che i3 adolescenti desiderano un centro creativo che sia, prima di tutto, accessibile, sicuro, inclusivo. C'è interesse da parte dell3 più motivat3 a partecipare nella co-costruzione del centro, soprattutto a livello di progettazione e di gestione. Il centro dovrebbe offrire una varietà di spazi e attività per soddisfare i diversi interessi e dovrebbe essere aperto durante orari pomeridiani e serali, anche durante la settimana.

3.4 ALCUNE RIFLESSIONI EMERSE DAI DATI DEL QUESTIONARIO

L'analisi sui dati derivati dal questionario ha permesso individuare alcuni spunti di riflessione utili nella definizione delle caratteristiche che possano orientare una proposta culturale e in generale per azioni di welfare culturale che veda come protagonisti giovani e adolescenti.

- Le relazioni amicali sono fondamentali nel percorso di costruzione della propria identità e in quello di condivisione degli interessi. Questo elemento, emerso a più riprese dai dati del questionario, sottolinea l'importanza di creare contesti che favoriscano interazione e socializzazione, permettendo di coltivare i propri interessi in modo collaborativo e condiviso.
- Gli interessi culturali sono coltivati perlopiù da sol3, a casa e utilizzando dispositivi elettronici (che sono imprescindibili). La fruizione di piattaforme alternative e digitali non deve essere letto in contrapposizione all'esperienza "in presenza" o "live" ma può diventare un'opportunità per la creazione dello spazio che sappia dare spazio a molteplici forme di partecipazione culturale. È da constatare infatti la presenza dell3 giovani su piattaforme de-materializzate per la condivisione dei propri interessi e la tendenza a riversare i consumi culturali dalla realtà materica a quella digitale (si pensi, ad esempio, alla condivisione dei propri interessi tramite stories su Instagram o video su TikTok). Individuare una strategia d'azione per la creazione del centro che sappia tener conto anche di questa modalità di aggregazione può essere fruttuoso, non solo per chi frequenterà, ma anche per chi finanzierà e gestirà lo spazio.
- L3 ragazz3 dichiarano di provare un forte desiderio di sperimentare nuovi interessi e di esprimersi liberamente. Nell'ottica di costruire spazi e proposte culturali a loro dedicate, sarà importante tenere in considerazione questo bisogno, permettendo loro di mettersi alla prova in attività in un contesto di assenza di giudizio, alla scoperta di nuove possibilità espressive e di produzione culturale.

4/ ANALISI DELLE INTERVISTE: TRAIETTORIE PROGETTUALI DI PROMOZIONE DELLA PARTECIPAZIONE CULTURALE DELL3 ADOLESCENTI

La seconda fase di ricerca, nel solco di un approccio qualitativo, si è concentrata su due categorie principali di intervistati che, a vario titolo, hanno un ruolo nella progettazione e realizzazione di proposte culturali ed educative rivolte a giovani e adolescenti. Il focus rimane legato alle progettualità realizzate nella città di Bologna, in continuità con la scelta metodologica effettuata per i questionari della prima fase.

La prima categoria di intervistati comprende un "universo operativo" costituito da soggetti, enti, istituzioni, cooperative e associazioni impegnati nella promozione di iniziative di partecipazione culturale rivolte all'adolescenza. La seconda è rappresentata da figure appartenenti a contesti istituzionali, che si occupano di politiche culturali e di azioni volte a incentivare la partecipazione culturale giovanile.

L'analisi delle interviste ha permesso di identificare alcuni ambiti tematici chiave che di seguito presentiamo, anche attraverso estratti significativi delle interviste, al fine di restituire la polifonia emergente per ciascuno ambito tematico.

4.1 AMBITI E CONTESTI DELLE ATTIVITÀ CULTURALI

Dalle interviste emergono alcune tipologie di proposte di partecipazione culturale realizzate nel contesto bolognese.

In merito, un primo elemento da evidenziare è che numerosi luoghi e iniziative culturali si inseriscono in un quadro più ampio di politiche volte a contrastare la povertà educativa, focalizzandosi in particolare sulla riduzione dei fenomeni di dispersione e abbandono scolastico. Allo stesso tempo, queste attività possono essere inquadrare come interventi mirati a rafforzare e consolidare percorsi di formazione alternativa, caratterizzati da una forte e dichiarata dimensione culturale. Tali interventi mirano a promuovere la partecipazione attiva degli giovani, in particolare di quelli maggiormente esposti al rischio di dispersione scolastica.

Insieme ad OfficinAdolescenti facciamo progetti di antidispersione scolastica, siamo all'interno dell'equipe territoriale. (SalaBorsaLab)

Le attività principali di cui ci occupiamo sono percorsi per il contrasto della dispersione scolastica e formativa, quindi, si tratta di iniziative laboratoriali che vengono fatte in collaborazione con i servizi educativi del Comune di Bologna e con le scuole, attraverso cui accogliamo in percorsi dedicati a ragazzi e ragazze che sono segnalati a rischio o già in evasione conclamata, quindi, fondamentalmente che non vanno a scuola. Questo pezzo di attività si ricollega a un più ampio ragionamento di contrasto alle cosiddette povertà educative e, quindi, progetti che operano direttamente con i ragazzi e le ragazze, oppure lavorano più sulle le famiglie, o sono rivolti invece ai soggetti che si occupano di ragazzi facendo un lavoro fondamentalmente di rafforzamento della comunità educante. (Baumhaus)

Abbiamo diversi progetti contro le povertà educative. Al momento ne abbiamo uno attivo, ma ne abbiamo concluso un altro un paio di anni fa, entrambi finanziati dal Fondo per il contrasto della povertà educativa minorile con i bambini. (Archilabò)

In alcuni casi, per quanto il tema dell'antidispersione rimanga uno dei focus principali, vengono portati avanti attività molteplici che mettono al centro diversi beneficiari, anche nella consapevolezza che il tema della dispersione scolastica e del rischio di povertà educativa nel suo complesso è un tema ampio e sfaccettato:

Tutti i progetti, quando definiamo la parte sociale, spero sempre che non siano mai solo sociali, ma che sfocino sempre tra il culturale e l'artistico visto che questa è la caratteristica del DAS [...] ci rivolgiamo a target differenti, possono essere percorsi di alta formazione sui linguaggi digitali, per esempio Impronte Digitali, che ormai ospitiamo per il quarto anno, dove abbiamo dei ragazzi molto motivati, che hanno passione e interesse, hanno voglia di imparare, si mettono in gioco e hanno voglia formarsi. Altri, invece, come Fuori Serie, un progetto dedicato alle diverse abilità, che possono essere abilità psichiche, fisiche,

sensoriali, con un gruppo molto eterogeneo, anche lì si lavora con i linguaggi artistici, molto sull'autonomia e sull'espressione personale. Altri, invece, come Collagene Young, che è una costola di Collagene Rassegna, nata principalmente con attenzione alle fragilità. Lavoriamo molto sull'antidispersione, nonostante sia un cappello molto ampio. Abbiamo collaborato con licei, istituti professionali, il SAS, l'aggancio scolastico del Comune, che è sempre nostro partner in questa parte di progetto. Anche lì poi parliamo di antidispersione, ma è un cappello infinito [...] nei nostri gruppi di antidispersione abbiamo avuto pure ragazzi appena arrivati in Italia, quindi studenti e studentesse di origine straniera. (DAS)

Come già accennato nella parte teorica di questo report, e come si evince anche da quanto appena citato, la tematica della dispersione scolastica e della povertà educativa rappresenta un ambito su cui il Comune di Bologna ha investito considerevoli risorse. Questi sforzi si sono tradotti nella creazione di spazi e servizi dedicati, che hanno portato a risultati significativi, contribuendo alla costruzione di una rete integrata di interventi. Questa rete opera in modo sinergico e coordinato, promuovendo una partecipazione giovanile non limitata agli ambiti sociale e sanitario, ma capace di stimolare una riflessione più ampia e una partecipazione attiva attraverso pratiche e dispositivi culturali.

Per quel che riguarda, invece, i nostri spazi sempre nel doposcuola ci sono anche tutte le convenzioni sugli spazi teatrali; quindi, abbiamo una serie di teatri, primi tra tutti l'Arena del Sole con il progetto Politico-Poetico e poi anche il Teatro Testoni, più tarato sull'infanzia e sull'adolescenza. I teatri sono luoghi aperti a tutti in cui, però, hanno deciso scientemente di organizzare degli spazi e anche dei momenti proprio per quella fascia d'età delle superiori e mi sento di dire che su questo è stato fatto un grande lavoro. (Responsabile dell'U.I. Rigenerazione urbana a base artistica, culturale e creativa del Settore Cultura e Creatività del Comune di Bologna)

Quindi ricominciare a ripopolare lo spazio [dei luoghi della biblioteca-nda] è stato un po' ripartire, secondo me, da zero. La rete creata c'era, però era una rete di ragazzi che nel mentre, in quei due anni, era cresciuta e la maggior parte di loro erano diventati maggiorenni o avevano fatto altro. E quindi abbiamo ricominciato con le [scuole, N.d.R.] Bombicci, che ci hanno proposto l'antidispersione, a piccoli passi, con la gestione della saletta, con il passaparola. Insomma, adesso siamo a pieno regime, ma è un lavoro complesso. (OfficinAdolescenti)

Quindi questa rete [...] è una sorta di collaborazione che abbiamo principalmente con i servizi educativi scolastici, territoriali, quindi con i colleghi del SEST che ci segnalano dei casi, ci propongono degli inserimenti mirati, con ragazzi accompagnati da un educatore [...] c'è un legame anche con la neuropsichiatria infantile, specialmente per quanto riguarda il passaggio, il fatto che alcuni gruppi pomeridiani di ragazzi e ragazze in carico alla neuropsichiatria. (OfficinAdolescenti)

Abbiamo iniziato a lavorare con tante scuole pubbliche. Per noi questo è molto importante perché comunque è un modo per portare un'alta qualità [all'interno dei progetti realizzati alla cooperativa]. (Archilabò)

Quella dell'istruzione ed educazione è la nostra area di riferimento, anche perché da lì poi vengono le politiche giovanili con l'Ufficio Giovani, che sicuramente è una parte importante. Poi ci sono anche altre referenti che piano piano entrano per altri progetti che possono essere sulla formazione docenti, sull'antidispersione scolastica, mantenendo un po' quella che è la nostra caratteristica, ovvero che si lavora con linguaggi artistici [...]. Abbiamo anche dei rapporti proprio in virtù dei vari bandi che abbiamo fatto con il settore, con la parte cultura del Comune di Bologna. [...] abbiamo un dialogo abbastanza forte con alcune figure [...] poi a parte quelli che sono gli eventi di alcune istituzioni che spesso transitano tramite il DAS, che sia ABABO, che sia Art City, Artefiera, eccetera. C'è tutta la parte culturale di Regione e Comune, che ormai da più di tre anni ci supervisiona, ci finanzia, porta avanti con noi determinati progetti. (DAS)

Esemplificativo di un lavoro trasversale in termini di target e di approcci è proprio quello svolto dal settore delle politiche giovanili che copre la fascia che va dai 15 ai 35 anni, attraverso una molteplicità di attività e progetti. In primis, attraverso l'Informa Giovani, uno spazio fisico con sede dentro il Comune a Palazzo d'Accursio:

[...] con uno sportello che apre tutti i giorni, da lunedì al venerdì, e che accoglie anche senza appuntamento giovani che hanno domande di qualsiasi genere". (Responsabile U.I. Servi per i giovani - Informagiovani, Comune di Bologna)

Anche attraverso l'organizzazione dei soggiorni di studio all'estero, e di scambi internazionali, con protagonisti giovani e adolescenti. Attività centrale è poi la redazione "Flash giovani", sia nell'ambito web e social, sia di video making:

I ragazzi che hanno due tipi di percorsi - post-lauream oppure sono del servizio civile universale - fanno un'esperienza di redazione - gli uni di sei mesi gli altri di un anno - e si mettono proprio a servizio degli altri giovani della città facendo approfondimenti, implementando il portale Flash Giovani, che appunto è il portale di riferimento per quanto riguarda il nostro servizio. (Operatrice, U.I. Servizi per i giovani- Informagiovani Multitasking)

Vi sono poi diverse progettualità, molto diverse l'una dall'altra, tra cui il sostegno all'imprenditorialità giovanile nell'ambito dell'artigianato o anche del turismo, in collaborazione con la Città metropolitana e con le Unioni dei Comuni, oppure progetti rivolti alla NEET, con attenzione quindi a una fascia fragile di giovani, e progetti come Impronte Digitali, accennato in precedenza dal DAS, che enfatizza la dimensione esperienziale, con laboratori per acquisire delle competenze in ambito digitale, video, audio, podcast, ma anche teatro.

La rete di servizi sviluppatasi intorno a queste politiche e al piano di contrasto alla povertà educativa coinvolge istituzioni di natura sanitaria, sociale e culturale. Tale modello, in linea con l'approccio del welfare culturale, non si limita alla dimensione salutogenica, ma abbraccia anche una prospettiva collettiva e relazionale. In questo approccio, la destinatari delle pratiche di welfare culturale non sono considerati come isolati, ma come parte integrante di una rete di relazioni comunitarie. Questo contesto relazionale è essenziale per amplificare gli effetti benefici degli interventi culturali e rafforzarne l'impatto sulla comunità.

4.2 DINAMICHE DI PARTECIPAZIONE E DI PRODUZIONE CULTURALE

L'aver intercettato nella ricerca diversi mondi operativi e istituzionali ha permesso di raccogliere una lettura, per quanto non esaustiva, ma significativa rispetto alle dinamiche di partecipazione in relazione alle barriere di accesso, alle proposte educative e culturali, alle fragilità, e altri aspetti che riguardano sia il genere sia il background migratorio.

Capitale culturale, simbolico, economico, sociale e la dimensione territoriale

La risposta alle proposte culturali, in sintesi, non è distribuita in modo uniforme. Tra le motivazioni che spiegano questa disuguaglianza emergono fattori particolarmente importanti e citati da alcune interviste: il capitale simbolico e culturale, quello economico, e quello sociale; quindi, la rete di relazioni e di rapporti significativi all'interno di cui giovani e adolescenti sono inseriti.

La famiglia, per esempio, è spesso indicata come elemento centrale: il capitale economico intrecciato al capitale culturale possono incentivare o, al contrario, ostacolare la partecipazione dei giovani a queste iniziative.

Penso che una delle barriere sia quella economica, nel senso che tante persone non fanno le attività, perché le famiglie hanno altre priorità. [...] Il fatto che al loro interno questa cosa non sia contemplata fa sì anche che nel momento in cui viene loro data la possibilità, c'è un limite culturale, cioè non viene riconosciuto come qualcosa su cui impegnarsi. Quindi, c'è la barriera economica, che penso sia correlata e non semplicemente in parallelo con una difficoltà culturale a riconoscere i valori di certe cose. (Casa Gialla)

Le famiglie sono un ambito ancora più complesso da riuscire ad agganciare, questo è un grande tema per la comunità educante: come raggiungere quei ragazzi per cui sto lavorando, per cui sto pensando questo laboratorio, penso un laboratorio per ragazzi di un certo tipo e magari sono proprio quelli che non vengono, perché? Perché non sentono... non c'è uno stesso ... [silenzio - nda] forse non hanno la percezione di avere bisogno di quella cosa...capisci? (Archilabò)

Va evidenziato che la dimensione familiare concerne più in generale la relazione tra mondo degli adolescenti e mondo adulto e la definizione di possibilità di sperimentarsi come giovani:

Proprio la dimensione familiare dove c'è una iper-adultizzazione dell'infanzia e poi un'iper-infantilizzazione dell'adolescenza. La connessione tra queste due cose è esplosiva chiaramente, su tutta una serie di fattori [...], nel senso che se poi tu non hai mai la possibilità di sperimentare perché non ti puoi assumere le responsabilità e gli adulti non se le prendono per te, in compenso hai uno spazio digitale dove teoricamente e apparentemente la sperimentazione è illimitata [...] e questa cosa rispetto alla non assunzione di responsabilità.. Chiaramente se tu hai una società che non ti dà responsabilità, allora ti sperimenti nei posti dove lo puoi fare, senza assumerti la responsabilità. Quindi lo spostamento sul digitale ha a che fare con il Covid sicuramente ma, in realtà, la pandemia ha fatto esplodere tutte le contraddizioni, parlarne vorrebbe dire ammettere le contraddizioni nel mondo adulto. (Responsabile Infanzia e adolescenza e politiche educative, Arci Nazionale)

Altrettanto rilevante è il territorio di provenienza, che può facilitare o limitare l'accesso e la partecipazione a seconda della sua posizione geografica e delle opportunità disponibili.

A me è capitato di lavorare in quartieri diversi ed effettivamente si vede la differenza, non è che voglio semplificare o essere un po' troppo determinista, però ci sono dei quartieri in cui effettivamente ci sono delle difficoltà economiche, delle peculiarità sociali differenti. Ti faccio un esempio, mi è capitato di fare un'educativa di strada in un quartiere diverso da questo qua (San Donato - nda), e i ragazzi erano molto più propensi ad attivarsi rispetto a determinate proposte, perché effettivamente c'erano delle proposte. [...] Questo quartiere [...] è più che altro un paese [...], questo significa effettivamente che da un certo punto di vista c'è anche più complessità e più problemi sociali, però allo stesso tempo passa più gente, ci sono più stimoli, vedi persone diverse. (Casa Gialla)

[...] Ogni quartiere ha delle problematiche, delle situazioni diverse, per questo si mettono in campo tantissime modalità [per coinvolgere ragazzi - nda]. Questo è un qualcosa che fa riflettere un po' tutte le famiglie [all'interno di un laboratorio organizzato dalla Cooperativa - nda.], perché non è facile [coinvolgerli - nda]. [...] faccio questo laboratorio per bambini stranieri, ma magari quei bambini stranieri non li raggiungerò mai, o comunque magari li raggiunge e non vorranno venire al mio laboratorio perché lo ritengono inutile, capisci? (Archilabò)

Le interviste sono state condotte in spazi distribuiti in diversi quartieri della città di Bologna, escludendo però il quartiere Savena. Sono stati analizzati sia spazi centrali, come Officina Adolescenti e SalaBorsaLab, sia quelli situati in aree più periferiche, come Spazio di Opportunità, Casa Gialla e Radio Cap. Tuttavia, sul tema della territorialità emergono due posizioni divergenti. Da un lato, alcuni intervistati sottolineano l'importanza della prossimità territoriale come elemento fondamentale per favorire la frequentazione degli spazi e la partecipazione alle attività. Dall'altro lato, soprattutto per la fascia di età compresa tra i 14 e i 16 anni, la vicinanza geografica non è considerata un requisito essenziale, poiché questa fascia d'età gode generalmente di una maggiore autonomia negli spostamenti all'interno della città e anche nella sua area metropolitana. Questa capacità di mobilità autonoma risulta strettamente legata alla frequentazione scolastica a Bologna da parte di molti ragazzi residenti nelle zone limitrofe. Tale dinamica facilita naturalmente il loro spostamento verso il centro città per partecipare ad attività culturali percepite come valide e stimolanti. In questo contesto, l'accessibilità dei mezzi di trasporto pubblico, come fermate di autobus o altri collegamenti, gioca un ruolo determinante, agevolando la mobilità degli giovani che non possono contare sull'uso di un'automobile.

I ragazzi delle superiori tendenzialmente sono abituati a muoversi su distanze molto maggiori, vengono, non vengono, dipende un po' da che cosa gli offri. Sicuramente sono più mobili dei ragazzi delle medie. (Spazio Di Opportunità)

La collocazione dello spazio dipende dal target a cui ti vuoi rivolgere, secondo me. È importante che sia ben collegato che ci siano collegamenti di mezzi pubblici, tra treni, autobus e quant'altro, comodi, perché comunque parliamo soprattutto di ragazzi di 16-18 anni che non hanno la macchina. (Baumhaus)

Inoltre, avevano anche una barriera geografica perché erano ragazzi che vivevano quasi tutti fuori Bologna e venivano a Bologna a studiare. C'era quindi questo tema complesso della mobilità e della gestione dei flussi e degli spostamenti, che è un tema centrale e che gli porta via tanto tempo, dovendo prendere il treno per tornare a casa eccetera. (Project manager, Fondazione IU)

Le barriere di accesso non riguardano soltanto quelle di tipo strutturale, economico o fisico, ma anche la riconoscibilità e la capacità di "decifrare" le proposte educative e culturali. Questo elemento non riguarda soltanto la famiglia, ma i stessi adolescenti.

Infatti, mentre per alcuni gruppi i contesti educativi, formativi, culturali attivati vengono vissuti come accoglienti e facilmente identificabili, per altri risulta più complesso riconoscerne il valore e il potenziale. Vi sono in gioco quelle capacità culturali richiamate nella prima parte del rapporto e che definiscono gli orizzonti di possibilità nell'essere cittadine e cittadini.

Perché si innesca anche una modalità di riconoscimento che i ragazzi ricercano, quando lavori con loro che vengono dal contesto di maggiore marginalità a cui molto spesso, non sempre, ma molto spesso viene offerta una serie di attività laboratoriali di bassa qualità almeno estetica. Dicono: "la mia rappresentazione è che sono uno sfigato, mi fate fare robe da sfigato", così si innesca anche un processo di autoidentificazione che non va sicuramente a scardinare le logiche che vorremmo scardinare; quindi, dove c'è maggiore complessità sociale deve esserci migliore qualità artistica. (Baumhaus)

Dei gruppi che hanno partecipato e dei rappresentanti (di Istituto), non tutti se la sentivano di fare rappresentanti [nel progetto Politico Poetico - nda]; quindi, già dobbiamo partire un po' da quello. Abbiamo all'interno di questa piccola rappresentanza anche dei ragazzi che arrivavano dagli istituti professionali che, però, nel corso questo percorso abbiamo perso per strada perché poi hanno dovuto iniziare a fare il tirocinio, quindi attività più legate anche all'aspetto lavorativo. Loro stessi ci hanno detto che era tutto bellissimo, però, intanto avevano un po' di difficoltà a inserirsi all'interno del dibattito, già in termini proprio di temi da far emergere [...] In più il tema della capacità di prendere sicuramente parola e poi anche di mantenerla all'interno di piccoli gruppi [...]. In generale, c'è stata molta consapevolezza da parte dei ragazzi con cui abbiamo lavorato sul tema delle barriere, dell'accesso, delle opportunità, portando alla luce allo stesso tempo anche la complessità del trovare uno spazio, una voce e di coinvolgere altre persone; ci dicevano: noi non siamo rappresentativi di nulla, in sostanza [...]. Ci dicevano: noi siamo già attivi, abbiamo questi canali, però, i nostri compagni di classe non hanno sostanzialmente modo e non sentono di poter intervenire realmente. (Project manager, Fondazione IU)

Non si può dare per scontato che il problema dell'avvicinarsi agli spazi culturali sia solo una questione economica e/o di disponibilità di tempo, non sia invece la sensazione forte che hanno molti ragazzi e anche molte famiglie di non essere cittadini di quel posto, cioè che quel posto non parla loro lingua e, quindi, non gli interessa, non li accoglie e non ci andranno mai, neanche se ci porti gli elefanti bardati. E quindi, in questa logica della facilitazione culturale proprio noi ci siamo mossi per tutti gli anni di progetto, cioè costruendo dei percorsi che avvicinassero questi spazi culturali ai ragazzi, cercando una struttura che creasse dialogo: non è lo spazio culturale che ti offre qualcosa, ma sei tu che dialoghi su una serie di elementi e, quindi, sei cittadino di quel posto. Ci siamo riusciti parzialmente, è un lavoro molto grande, ha avuto diverse declinazioni a seconda dei luoghi. Però, se mi chiedi se c'è un'interconnessione col welfare culturale, ti dico: enormemente. (Infanzia e adolescenza, Arci Nazionale)

Si deve inoltre aggiungere che, in linea con i dati riportati nella prima parte del report, viene osservato un generale aumento delle fragilità in modo trasversale in termini di classe e capitale sociale, in particolare a seguito della pandemia:

Ci sono molte fragilità anche da parte di "buona famiglia". Per esempio, ho notato che rispetto al progetto We need you sui NEET, rispetto al pre covid, le fragilità sono aumentate tantissimo, cioè mentre prima avevamo dei ragazzi che avevano bisogno di pochissimo per ripartire, ora non sono in grado neanche di fare un tirocinio formativo. Quindi la situazione è molto peggiorata. (Operatrice, U.I. Servizi per i Giovani- Informa Giovani, Comune di Bologna)

Dimensioni di genere e background migratorio

Un approfondimento mirato può essere fatto sulle differenze nell'ingaggio di ragazzi e ragazze che si avvicinano e si confrontano con questi spazi e con le relative proposte culturali. Tali differenze emergono sia nelle modalità di accesso sia nelle attività a cui preferiscono dedicarsi, rivelando dinamiche che variano in base a genere e contesto. Si è cercato di delineare le diverse tipologie di partecipazione, riflettendo su pratiche che possano favorire una rappresentazione e una presenza più equilibrata e inclusiva.

In generale, molti ragazzi tendono ad accedere a questi spazi in maniera autonoma, mentre le ragazze prediligono muoversi in gruppo, spesso seguendo amiche e partecipando insieme ad attività che privilegiano l'espressione artistica collettiva.

Questa distinzione si riflette anche nelle preferenze rispetto alle attività: i ragazzi appaiono maggiormente attratti dalle pratiche legate alla produzione e creazione musicale, come la scrittura di testi, la registrazione e le performance. Spazi come OfficinAdolescenti offrono un esempio chiaro di questa tendenza, dove la musica diventa un mezzo attraverso cui giovani di genere maschile possono esprimersi liberamente e trovare un canale per dar voce a bisogni e vissuti spesso difficili da comunicare in altri contesti. Attraverso la produzione e registrazione di brani che raccontano le loro esperienze personali, il contesto familiare e le relazioni amicali, i ragazzi partecipano in modo attivo e autentico alle proposte culturali, mettendosi in gioco con creatività e determinazione. Questa modalità di partecipazione non solo consente loro di sviluppare competenze tecniche e artistiche, ma rappresenta anche uno spazio di elaborazione personale e sociale, in cui la cultura diventa un veicolo di dialogo e riflessione.

La maggior parte degli accessi sono da parte di maschi. Però, la frequenza è variata nel tempo, infatti, ci sono stati momenti in cui erano in numero maggiore le femmine. Dipende dagli equilibri di gruppo, però sicuramente è più facile per un ragazzo accedere rispetto a una ragazza. (Casa Gialla)

In generale un ragazzino viene socializzato a essere un pochino più "va, mi butto, sì, tanto ci sono quegli altri", mentre quando una ragazzina viene qua deve venire con un'amica; se c'è un gruppo di ragazzi o di ragazze che già stanno qua, [...] mi sembra che sia più difficile per lei rimanere e essere determinata nel rimanere, poi accade [...] che in generale sia più facile per i ragazzi maschi stare qua. Una cosa che ho visto che funziona [...] rispetto a questo tema, [...] mi sembra che siano quei momenti, laboratori, attività separate, cioè di solo ragazze. (Casa Gialla)

Emerge come le ragazze siano invece particolarmente attratte da proposte culturali orientate alla danza. Il ballo, infatti, rappresenta un elemento centrale della loro partecipazione, e l'utilizzo dei social media, in particolare TikTok, si rivela uno strumento fondamentale per incentivare e facilitare questa pratica. Attraverso TikTok, le ragazze creano e condividono piccole coreografie, che non solo diventano un mezzo di espressione personale, ma favoriscono anche la costruzione di relazioni sociali e la partecipazione attiva alle iniziative promosse negli spazi culturali.

Ballare sì, quello lo fanno in maniera spontanea, però non abbiamo mai fatto un laboratorio di ballo, ci avevamo provato ma non ci siamo mai riusciti. Quello sì, è una cosa che soprattutto le ragazze fanno, ballare piace molto. (Casa Gialla)

Passando a forme di partecipazione culturale più tradizionali, risulta particolarmente diffusa la pratica dei giochi di ruolo, con il gioco da tavolo Dungeons & Dragons (D&D) menzionato frequentemente come un'attività che raccoglie grande interesse e coinvolgimento. Questa tipologia di gioco attiva in modo significativo sia ragazzi sia ragazze, senza particolari differenze di genere, rappresentando così un esempio di partecipazione trasversale.

Il gioco di ruolo è una proposta che attira moltissimo, D&D in particolar modo perché quello dei giochi di ruolo è un mondo grandissimo, ce ne sono tantissimi. Alcuni, però sono più indicati magari per gli adulti, altri però [...] insomma quando parli di giochi di ruolo con i adolescenti, quello che viene fuori più spesso è D&D. (SalaBorsaLab)

Quello che ha avuto più successo - ed è quello che tuttora sbanca e viene fatto ogni mese - è D&D. Ogni volta che lo facciamo ci sono 40 ragazzi che vengono a giocare. (Spazio di Opportunità)

Un ulteriore ambito che sta guadagnando sempre più successo è quello del making digitale, che include attività come la registrazione e produzione di basi musicali, la stampa 3D, i laboratori di robotica con i Lego Spike e, in generale, una serie di iniziative legate al mondo delle STEM (Scienze, Tecnologia, Ingegneria e Matematica). I soggetti intervistati riconoscono l'importanza di queste proposte, che riscuotono una significativa partecipazione maschile, ma stanno registrando una crescita costante dell'interesse femminile, soprattutto in attività legate all'autoproduzione.

Il martedì era dedicato agli adulti come giornata, erano due ore; il venerdì l'avevamo, invece, dedicato solo all'adolescenti e abbiamo visto che c'è stata un po' di fatica nel portare l'adolescenti, nel promuovere queste attività. Però, abbiamo anche visto che due o tre ragazzi venivano spesso a costruire in autonomia dei robot con i Lego Spikes, venivano da soli, prendevano i kit, programmavano, costruivano, facevano combattere questi robot. Allora ci siamo detti perché non farlo diventare proprio un laboratorio, e così è nato un laboratorio che ha richiamato un sacco di ragazzi sulla robotica. (SalaBorsaLab)

Un altro esempio significativo è rappresentato dal laboratorio di fanzine organizzato da SalaBorsaLab, uno spazio a composizione prevalentemente femminile che si distingue per la continuità e l'entusiasmo con cui le ragazze partecipano e quello di illustrazione digitale proposto da Spazio di Opportunità.

Relativamente alle caratteristiche di accesso, in alcuni contesti è stato richiesto alle persone intervistate se riscontravano una partecipazione divergente in termini di ragazzi cosiddetti di "seconda generazione", cioè se avessero notato delle differenze legate anche al background migratorio. È stata rappresentata una grande presenza di questi ragazzi all'interno dei laboratori e delle proposte culturali che hanno a che fare con la musica rap, con la cultura dell'hip hop e con la produzione di basi legati alla trap, oltre che nelle attività di videomaking sempre legate a questo mondo. Questa partecipazione fa il paio con una sempre crescente presenza di ragazzi con background migratori all'interno di una produzione musicale di Trap, hip hop e rap anche sulla scena musicale nazionale, portando avanti tematiche di contestazione dello status quo e, allo stesso tempo, un tentativo e una rivendicazione di emancipazione dalla propria situazione di marginalizzazione. In questo caso, gli spazi riescono a mettersi al servizio ed essere disponibili per un protagonismo forte, accogliendo il bisogno dell'adolescente di esprimersi, di raccontarsi attraverso delle pratiche musicali, contribuendo anche alla mitigazione dei fattori di esclusione legati al capitale simbolico e culturale di cui si parlava sopra.

4.3 FACILITARE LA PARTECIPAZIONE CULTURALE: APPROCCI E STRUMENTI

Dalle interviste emergono diversi elementi che tracciano linee di lavoro attuali e possibili sviluppi in relazione alla promozione della partecipazione culturale dell'adolescente, anche nella direzione di un superamento delle barriere prima richiamate.

Prima di andare nel dettaglio di quanto emerso, risulta importante evidenziare il senso entro cui i diversi approcci e strumenti si collocano, al fine di comprendere la loro rilevanza oggi e quanto ci viene restituito da diverse interviste.

È unanimemente riconosciuta la necessità di intercettare, coinvolgere e valorizzare l'adolescente di queste iniziative, promuovendo una riflessione più ampia che ripensi e ricostruisca una cultura dell'adolescenza. Quest'ultima viene, infatti, descritta dall'intervistato come una fase della vita particolarmente critica, spesso oggetto di narrazioni e immaginari fortemente stigmatizzanti: mentre abbondano le iniziative culturali rivolte a bambini, adulti e anziani, l'adolescenza continua a essere percepita come un periodo marginale e problematico, associato a stereotipi di indolenza,

disinteresse, mancanza di passioni e persino devianza.

Queste rappresentazioni, amplificate dai media attraverso logiche sensazionalistiche e allarmistiche, finiscono per condizionare negativamente l'autopercezione dell'adolescente, ostacolando la partecipazione attiva e il pieno esercizio della cittadinanza culturale e sociale, che invece dovrebbe avvenire all'interno di questi luoghi:

Noi viviamo in una società che esclude l'adolescente dallo spazio pubblico: perché l'adolescente notoriamente non sono il massimo della vita, né per gli adulti né per i bambini, e questo lo sapevamo già. Quello che potremmo cercare di comprendere nel discorso educativo è che servono tanti soggetti diversi che operano in tanti livelli del territorio. (Spazio di Opportunità)
Cioè oggi siamo di fronte a una generazione che qualsiasi cosa faccia la fa male, gli si punta il dito addosso. (Archilabò)

Sono adolescenti [...] che vengono raccontati ormai dappertutto come potenziali criminali, perché effettivamente c'è un problema, c'è una questione giovanile in questo momento, c'è una questione di violenza giovanile e di c'è una questione di rappresentazione mediatica estremamente stigmatizzante su un certo target di ragazzi che inevitabilmente incide anche su chi dà i soldi, figurati. Comunque [...] c'è un tema di criminalità giovanile o di criminalizzazione giovanile, un tema di disagio fisico e sociale forte, c'è un tema di criminalizzazione e di rappresentazione iperstigmatizzante di questi ragazzi e di queste ragazze che incide anche su come vengono destinate e gestite le risorse. (Baumhaus)

Per contrastare tali dinamiche, è fondamentale sviluppare spazi in cui l'adolescente possano essere protagonisti e sentirsi ascoltati. Creare modalità innovative di progettazione e programmazione che li vedano realmente coinvolti consentirebbe di ribaltare l'immagine collettiva dell'adolescenza, trasformandola in una fase ricca di potenzialità e partecipazione attiva. Interventi di questo tipo potrebbero stimolare passioni e interessi, scardinando la visione dell'adolescente come figura passiva o problematica.

Secondo me con i ragazzi bisogna, da una parte, mettere in campo tutta l'intelligenza che abbiamo, per aiutarli, perché ne hanno bisogno. Dall'altra, anche semplificare, loro non hanno bisogno di posti patinati, che piacciono a noi ma loro hanno bisogno di luoghi amichevoli, per loro, dove possano "essere" senza essere giudicati, dove possono anche essere sciocchi, a volte. (Archilabò)

Tenendo come sfondo questi orizzonti di senso della partecipazione culturale dell'adolescente, di seguito riportiamo approcci e modalità, che vanno dall'aggancio, alla cura dei contesti di partecipazione, alla gestione delle proposte e degli spazi in cui queste proposte prendono forma.

Modalità di ingaggio tra offline e online

Un aspetto fondamentale riguarda le modalità e le strategie utilizzate per intercettare e coinvolgere giovani e adolescenti all'interno delle proposte culturali e degli spazi dedicati. In questo ambito, emerge una duplice modalità di ingaggio. Da un lato, troviamo le strategie più tradizionali, come la distribuzione di volantini, flyer e il passaparola; dall'altro, si fa largo un approccio più digitale, che sfrutta i social media, le chat su piattaforme come WhatsApp e Telegram, e altri strumenti di comunicazione online per promuovere le attività e coinvolgere un pubblico sempre più ampio di adolescenti.

Non ci sono colloqui, non c'è qualcuno che decide chi fare entrare, ma in base ai contatti, l'amicizia, ti incontro al pub, ti racconto questa cosa, è interessante, quindi vengo. [...] Una cosa che ha funzionato tanto è appunto il parlare tra amici, quindi, ti ho incontrato, ti racconto cosa faccio, magari ti do anche un'idea di cosa potresti fare tu in base alla tua persona e poi magari tu ne resti affascinato e ti porto dentro. (RadioCap)

Faccio una call che si muoverà attraverso i social media, un canale di comunicazione classico nell'impatto di aggregazione, questa è una strategia di ingaggio che è credibile se l'offerta è interessante. Tu puoi mettere anche 6.000 euro di sponsorizzate su Facebook, ma se la tua proposta non è interessante, non avrai partecipazione. (Baumhaus)

Anche da parte di proposte che arrivano da servizi come l'Informagiovani viene confermata la rilevanza della dinamica del passaparola, di call pubbliche e la possibilità che la chiamata funzioni nel momento in cui vengono proposte "attività accattivanti" e "temi di loro interesse", che possono andare dall'ambiente, all'identità di genere.

Il ruolo del digitale ha acquisito una rilevanza cruciale, in particolare a seguito della pandemia di Covid-19, indicata da tutti gli intervistati come un momento di profonda discontinuità. Durante la pandemia, le relazioni con i giovani e i adolescenti sono state fortemente compromesse, così come le possibilità di organizzare iniziative culturali in presenza. Questo ha spinto molte realtà a ripensare tempi e modalità di partecipazione, sviluppando nuove proposte digitali. Sebbene queste non abbiano mai del tutto sostituito la dimensione della relazione in presenza – considerata da tutti come imprescindibile e fondativa – hanno dato vita a pratiche di partecipazione integrate tra fisico e virtuale.

Ci sono delle forme di interazione online che sfuggono un po' e sono più effettivamente femminili, però appunto mi è capitato anche di tante ragazze che mi hanno parlato di questa cosa. (Casa Gialla)

Abbiamo creato delle attività su Telegram (perché all'epoca Whatsapp ancora non aveva i gruppi broadcast), ci siamo inventati che ogni pomeriggio facevamo delle iniziative da casa trasmettendole in diretta per i ragazzi; corsi di cucina, di falegnameria, costruisci questo, costruisci quello per intrattenerli. E poi, capolavoro dei capolavori: abbiamo fatto una caccia al tesoro virtuale con Google maps, in cui praticamente tra maps e i quiz, i ragazzi dovevano rispondere a delle domande su cose che trovavano e enigmi che avevamo costruito. (Spazio di Opportunità)

Spazi digitali perché ci accedi quando vuoi, come vuoi, trovi tutorial online di qualsiasi tipo, ci sono content creator che ti spiegano ormai qualsiasi cosa, quindi, c'è uno spazio digitale importante. (Baumhaus)

Le iniziative digitali, in particolare, hanno aperto nuove possibilità per intercettare e coinvolgere giovani con minori opportunità di socializzazione, espressività o con maggiori vulnerabilità. Il digitale si è rivelato uno strumento efficace per raggiungere coloro che, altrimenti, avrebbero incontrato maggiori difficoltà a inserirsi in contesti di partecipazione in presenza. Questa estensione dell'ingaggio, resa possibile dal virtuale, ha rappresentato un'occasione significativa per ampliare il pubblico coinvolto.

Tuttavia, permane con forza la necessità di costruire spazi fisici dove i giovani possano incontrarsi, stabilire relazioni autentiche e partecipare attivamente a proposte educative e culturali. La dimensione fisica rimane insostituibile per lavorare sulla costruzione di legami e per rafforzare il senso di comunità, consolidando quel rapporto diretto che il digitale, pur essendo utile, non può replicare pienamente.

La combinazione di ruoli e pratiche nel campo educativo ed artistico

Un secondo aspetto diffusamente emerso nelle interviste concerne l'importanza di combinare ruoli, competenze e pratiche diverse, in particolare facendo incontrare la componente socioeducativa e quella culturale, creativa e artistica, un approccio integrato che favorisce le condizioni per una partecipazione piena e inclusiva. Un approccio che nel complesso possiamo ricondurre alla prospettiva del welfare culturale richiamata nella prima parte del report e che pone l'accento sulla necessità di integrare pratiche, linguaggi e dispositivi, ma anche sul combinare dimensione etica ed estetica nella partecipazione culturale:

Noi lavoriamo in equipe integrata con i bibliotecari: noi ovviamente abbiamo una specificità sulla parte educativa, però tutto viene poi fatto, creato e pensato con i bibliotecari che lavorano appunto con noi. (SalaBorsaLab)

Hanno cercato di creare un tavolo di lavoro dove hanno invitato i servizi, l'università, l'USL e così è nata l'idea e l'esigenza di avere personale specializzato nella costruzione di uno spazio e di una proposta. (OfficinAdolescenti)

Noi abbiamo sempre i formatori, che tendenzialmente sono sempre due perché più c'è copertura meglio è, c'è sempre un educatore e un coordinatore insieme, con una serie di volontari che poi magari per altri progetti transitano tramite DAS, per cui un gruppo dietro c'è. È un gruppo anche molto giovane tendenzialmente che sta con i ragazzi, quindi giovani che incontrano giovani. (Educatore, DAS)

Questa combinazione si riflette nelle tante e diverse attività che vengono proposte in spazi di libero accesso e gratuiti e che, anche se non in modo esaustivo, permette di cogliere la ricchezza del tessuto culturale e sociale della città.

La maggior parte degli intervistati ha descritto progetti e attività generalmente rivolti ad un target che oscilla da studenti delle scuole medie e superiori fino a giovani universitari, con attività specifiche pensate per la fascia d'età tra i 18 e i 21 anni.

Servizio strutturato come dopo scuola, c'è il lavoro di accoglienza dei ragazzi che frequentano lo spazio, [...] interessati ai laboratori legati alla produzione di stampa 3D, o al gaming, a gruppi di lettura, comunque tutta la proposta che facciamo all'esterno. (SalaBorsaLab)

Noi ci fondavamo sui podcast, quindi tutto ciò che ruotava attorno ai podcast, che fossero podcast registrati in radio, che poi sarebbero stati pubblicati, che fossero laboratori di podcast. (RadioCap)

Filiera della moda, facendo dei percorsi che permettono ai partecipanti di mettere al centro quello che è il loro pensiero e processo creativo, in un contesto in cui si parte da un'idea e si arriva fino alla realizzazione di un prodotto, in questo caso molto spesso una collezione di moda. (Baumhaus)

Ragazzi e ragazze, che vanno più o meno dai 13-14 ai 20-23 anni, 20-23 anni è l'unica eccezione che facciamo per la saletta di registrazione, che è effettivamente molto richiesta e quindi abbiamo voluto ampliare il target, sennò di base OfficinAdolescenti nasce per la fascia d'età delle scuole superiori. (OfficinAdolescenti)

Offrire una serie di percorsi laboratoriali in cui un gruppo partecipa a una serie di attività, anche numericamente tante e anche diverse l'una dall'altra. Abbiamo il laboratorio di pittura, di ceramica, di scultura, di arte performativa in cui si lavora molto sulla musicalità e sulla voce, il videomaking e tutta la parte audiovisuale insieme alla fotografia. (Artista e fondatrice, DAS)

Il più classico, il più frequentato di sempre in tutti questi quattro anni, è stato il laboratorio di fumetto, in cui un esperto veniva a raccontarsi, probabilmente anche lui era fumettista, quindi, aveva tanto a raccontare e invogliava i ragazzi a disegnare con dei progetti. Abbiamo fatto praticamente di tutto, fumetto, illustrazione teatro, ma anche cose più pratiche come sartoria o falegnameria. (Spazio di Opportunità)

La combinazione della dimensione relazionale con il processo e contenuto artistico

La combinazione di ruoli e pratiche in team integrati permette di porre l'attenzione sia sull'importante dimensione relazionale, sia su quella artistica, tanto a livello di processo attivato che di contenuto proposto, elementi che i stessi adolescenti vedono come importanti, da quanto emerge sia dalle interviste che dal questionario svolto nelle scuole. Questa integrazione di competenze educative con quelle di esperti del settore culturale garantisce, quindi, un livello elevato di qualità e la riuscita dei progetti e permette di promuovere attività culturali che vadano ben oltre lavori superficiali o prodotti di scarsa qualità culturale ed estetica. La componente artistica di qualità si rivela a sua volta un elemento cruciale per facilitare l'accesso e la partecipazione degli ragazzi, contribuendo a rafforzare il loro coinvolgimento attivo all'interno di questi contesti.

Chi conduce il laboratorio fa questo di mestiere, quindi non è un laboratorista, ma un artista di professione, che è sicuramente un valore aggiunto nel momento in cui mostri un interesse per qualcosa e vuoi concretizzarlo, soprattutto se sei in una fase in cui ormai la scuola pubblica sta finendo, il percorso di formazione scolastico sta finendo, e ti poni davanti alle prime scelte lavorative. (Educatore, DAS)

Hai bisogno di creare una contaminazione tra figure professionali diverse, perché se ne accorgono subito che lo stai a fare così in maniera arraffazzonata, il tema vero è essere credibili con loro [...] C'è bisogno di professionisti e di persone che siano competenti nel loro mestiere quando facciamo progetti culturali e creativi con i ragazzi, inoltre non tutti sanno insegnare questa cosa. C'è bisogno anche di chi faccia un lavoro di traduzione, lavorare in team di più persone con profili diversi, secondo me, è vincente. (Baumhaus)

La risposta breve è “basta lavoretti”, cioè basta fare progetti culturali artistici che creano un prodotto di bassa qualità anche perché i riferimenti in cui sono immersi i ragazzi sono di alto livello, soprattutto adesso che tu accedi attraverso social e altro, una serie di input in cui i tuoi coetanei stanno facendo delle cose incredibili, sia perché comunque le nuove tecnologie ti permettono di fare tante cose molto fighe, la qualità estetica di quello che è il progetto o il prodotto culturale che viene creato con i ragazzi è estremamente importante e questo lo fai soltanto se hai persone che sono del settore. (Baumhaus)

Dall'altra parte, la componente relazionale risulta fondamentale per instaurare relazioni significative e pratiche di accoglienza, che devono essere garantite ogniqualvolta si progetta uno spazio dedicato all3 giovani. Dalle interviste è emerso con chiarezza che la cura delle relazioni, la costruzione di un rapporto basato sulla fiducia, sul riconoscimento reciproco e sull'autorevolezza dell3 educator3 rappresentano sempre un valore aggiunto, considerato come fattore essenziale per il successo delle iniziative.

Una confidenza con la nostra figura, a me è capitato, io sono una persona che lavora qui da tanto tempo e c'è familiarità anche solo nel sapere che c'è solo un educatore che lavora qua. (Casa Gialla)

La parte relazionale era tenuta in conto, ma non era la cosa principale [di un altro progetto di cui hanno fatto menzione – nda]; invece, quasi noi la mettiamo al pari livello delle proposte, proprio perché diciamo che senza una non c'è l'altra. (SalaborsaLab)

Una delle parole chiave per loro è relazioni, perché ci hanno riportato che hanno molta difficoltà proprio a interagire tra di loro. Ad un certo punto ci hanno detto: a noi piacerebbe avere degli spazi dove tu sai che puoi andare e sai che anche le persone lì sono in cerca di amici e di amiche, e quindi, sei un po' più disinibito anche nell'approcciarli perché sai che tutti sono mossi dalla stessa esigenza, dallo stesso desiderio di socialità. (Project Manager, Fondazione IU)

In termini generali, si tratta di dare spazio a figure competenti, tanto dal lato educativo quanto da quello creativo e artistico. Questo aspetto si lega strettamente alla credibilità delle persone coinvolte nella gestione degli spazi e nella formulazione delle proposte culturali: l'autorevolezza e la competenza di chi anima questi luoghi sono percepite come cruciali.

Il discorso di proporre delle cose interessanti: devono essere interessanti e chi le propone deve essere competente. Se non c'è la competenza è difficile che passi il discorso dell'interesse. Noi vediamo, nel nostro piccolo, che quelle attività in cui siamo costretti a programmare e progettare noi [...] hanno determinato che i ragazzi non vengono. Bisogna beccare l'interesse. Se becchi l'interesse, i ragazzi arrivano, se lavori sulla relazione, se gli trasmetti un ampliamento dell'interesse attraverso delle competenze che hai tu o chiamando delle persone competenti in grado di fare una mediazione sulla relazione, riesci a trasmettere trasversalmente cultura. (OfficinAdolescenti)

Da queste considerazioni, emerge chiaramente che una partecipazione culturale appassionata e coinvolgente viene favorita da proposte di alta qualità, capaci non solo di generare prodotti culturali significativi, ma anche di motivare e stimolare l3 giovani a impegnarsi attivamente in spazi dove possano essere protagonisti.

Promuovere un approccio peer to peer

Un altro elemento emerso è l'importanza di favorire relazioni alla pari nel veicolare le proposte culturali stesse. Esempio di questo approccio è il lavoro svolto da Radio Cap, l'unico caso che si distingue per l'assenza di figure di operatori3 responsabili della gestione e della proposta culturale nella propria struttura organizzativa. Questa realtà, composta da giovani che si occupano di produrre podcast e programmi radiofonici, rappresenta un'eccezione rispetto agli altri soggetti, che va tuttavia letta nell'importanza appunto di favorire una dimensione “peer to peer”.

Questa dimensione è vista in ogni caso come importante anche in attività e spazi più strutturati, in termini di figure coinvolte e all'interno di servizi stessi del Comune:

[...] Una serie di volontari che poi magari per altri progetti transitano tramite DAS, per cui un gruppo dietro c'è. È un gruppo anche molto giovane tendenzialmente che sta con i ragazzi; quindi, giovani che incontrano giovani [...] è una fetta importante che entra dentro DAS e che si forma dentro DAS, mentre accadono altre cose in un intreccio infinito; possono essere ragazzi dell'università o altri liceali o studenti delle superiori come quelli che partecipano al laboratorio. (DAS)

Tutte le associazioni e tutte le collaborazioni noi cerchiamo di farle con i giovani (operatori, N.d.A.) [...] è importante soprattutto quando tratti con l3 adolescenti che non siano sideralmente lontani come età dai ragazzi con i quali hanno a che fare [...] è il rapporto fra questi due mondi che funziona e, quindi, anche il discorso dei contenuti di cui paravi tu prima se veicolato e se attenzionato da chi ha un'età così vicina è molto più stimolante (per l3 adolescenti, N.d.R.). Uno perché il linguaggio che viene utilizzato è più simile, ci sono le antenne che funzionano meglio, [...] far uscire fuori i contenuti è chiaramente veicolato molto bene da chi ha un'età vicina e quindi può tranquillamente interpretare anche le sfumature che sono importantissime per questi adolescenti, sono importantissime le modalità, hanno una fragilità emotiva per la quale il riuscire ad entrare in contatto con loro è fondamentale. (Operatrice, U.I. Servizi per i giovani- Informagiovani Multitasking)

Rendere attraversabili le proposte e gli spazi

L'insieme degli elementi fin qui ricordati fanno parte di un approccio fortemente teso a favorire dinamiche di ascolto e protagonismo. Alcuni aspetti ancora più specifici sono in merito emersi e che riteniamo importante riportare, in quanto vanno ad incidere sulla possibilità di rendere “attraversabili” le proposte e gli spazi a cui si ancorano.

In primo luogo, la capacità delle proposte culturali di adattarsi e trasformarsi in risposta alle esigenze e ai desideri dell3 partecipanti, intercettando gli interessi e le curiosità dell3 giovani, così da modellare e riadattare le attività culturali in funzione delle loro richieste, anche quando queste non siano espresse in maniera esplicita.

Molto spesso, le iniziative culturali rivolte all3 giovani sono ideate da adulti e inserite in una programmazione a lungo termine, che lascia all3 ragazzi un ruolo marginale.

Tuttavia, quasi tutti l3 intervistati hanno sottolineato l'importanza cruciale di mettersi in ascolto e di osservare attentamente le esigenze dell3 adolescenti.

Ha funzionato di sicuro il fargli capire che magari noi abbiamo delle idee iniziali, ma che siamo pronti a cambiarle sulla base delle loro sollecitazioni, in modo molto sincero, lasciando quanto più possibile la parola a loro. (Project Manager Fondazione IU)

Perché diventi un luogo continuativo di aggregazione giovanile, ci vuole tanto tempo e lavoro, bisogna che vengano fatte delle cose, ma anche che loro si sentano liberi. Perché, se io penso ad uno spazio aggregativo in cui tutti i giorni c'è qualcosa da fare, e lo riempio di contenuti, probabilmente loro non sceglieranno quello spazio, perché vogliono riempirlo dei loro contenuti, i ragazzi hanno delle cose da dire (Archilabò)

C'è anche Young World proprio per ragazzi delle scuole superiori, abbiamo coinvolto tre scuole della città metropolitana... Abbiamo 26 ragazzi che una volta alla settimana vengono da noi tutta la mattina dalle 9 alle 14 e fanno formazione per diventare ambasciatori a loro volta sui social con l'hashtag. Young World e, quindi, comunicare con i loro modi, avendo fatto però formazione con noi sui social, su video eccetera e soprattutto di contenuto con formatori dello spazio giovane di ASL e con altri formatori dell'ASL per comunicare e parlare di argomenti che hanno scelto loro, problemi di identità di genere. Sono temi che sentono loro e che vogliono approfondire con i formatori, poi ne diventano ambasciatori. (Responsabile, U.I. Servizi per i giovani- Informagiovani Multitasking)

È importante evidenziare che questo tipo di ascolto degli interessi deve essere nutrito da un reale disponibilità da parte “dell'istituzione culturale di farsi contaminare dai ragazzi”. (Responsabile Infanzia e Adolescenza, Arci Nazionale).

Un decentrarsi, quindi, rispetto alle proprie modalità radicate di funzionamento e progettazione. Risulta importante, inoltre, non solo cogliere i loro interessi, ma lasciare aperta anche la possibilità stessa della **scoperta**. In tale prospettiva viene ad esempio evidenziato dal DAS come sia importante l'approccio del "laboratorio" teso a creare uno spazio di espressione libera, in cui sperimentarsi con i linguaggi artistici, attraverso una serie di percorsi laboratoriali, che prevedono diverse attività, con l'idea di lasciare scoprire a chi partecipa possibili interessi.

L'idea è offrire la possibilità di cimentarsi in linguaggi diversi, di aprirsi al nuovo e alla scoperta. Può essere che uno abbia una propensione, un interesse, un talento per uno dei linguaggi che ci sono per via trasversa, per via diretta e lì la coltiva, ma magari può anche scoprire qualcosa di nuovo, o che aveva esperito in un determinato modo e per cui ci aveva messo una croce sopra. (DAS)

Una dimensione di scoperta senza giudizio che può essere favorita proprio grazie a un approccio integrato tra componente relazionale ed artistica di cui abbiamo dato conto e che permette di attivare nel complesso contesti significativi di esperienza:

Ti devo aiutare in un'ottica di scaffolding, ti devo mettere già in un contesto dove tu puoi decidere delle cose, ma ti aiuto un pochino perché non è facile. Comunque, nella metodologia è sempre così, anche nelle fanzine, loro decidono i temi, gli esperti portano delle tecniche da utilizzare, semplicemente perché loro non le conoscono, imparano, delle tecniche, adesso stanno facendo un quotidiano di fake news, ma le notizie le scrivono loro. (SalaBorsaLab)

Ci si può anche mettere via che ci sia quello a cui non frega un cxxxx, non succede nulla, l'importante è non farlo sentire escluso o non giudicarlo, perché non gli interessa quella roba lì, perché troppo spesso succede di mettere davanti la ricerca di un proprio riscontro personale su quello che noi stiamo trasmettendo e, invece, quella è la creazione dell'esperienza. (Baumhuas)

Il rendere le proposte culturali attraversabili passa anche per **un superamento della settorialità dei beneficiari**, andando anche a rispondere alla necessità di superar le barriere in termini di capitale culturale e simbolico:

Poi per quanto riguarda divario o non divario, ti faccio l'esempio per Impronte Digitali (progetto di formazione da loro curato per giovani in fascia 16-19, N.d.R.): noi cerchiamo sempre di accogliere ragazzi anche molto in gamba e ragazzi invece da cui mancano diversi strumenti e quindi a noi piace mescolare il gruppo [...] è proprio un principio, una caratteristica insomma che vogliamo mantenere, [...] quindi stiamo anche molto attenti a creare il gruppo che si forma all'interno dei nostri percorsi. (Operatrice, U.I. Servizi per i giovani- Informagiovani Multitasking)

Il primo punto è il tema anche del chi, a cui aggiungerei il tema del perché, quando si parla di uno spazio. È un tema su cui noi ci interroghiamo tanto anche adesso che stiamo lavorando per esempio sui nuovi servizi extrascolastici e sul percorso di rinnovamento di questi servizi. Il tema è rilanciarli, evitare che diventino i servizi ghetto dove ci finiscono solo le persone che sono segnalate o in forte difficoltà, che sono costrette a trascorrere lì i loro pomeriggi. Vorremmo creare degli ambienti un po' più eterogenei e il punto di partenza per noi è stato domandarci: perché dovrebbero venire lì a fare delle attività, perché dovrebbero trascorrerci un pomeriggio? E ovviamente la risposta che ci diamo, in modo molto banale, è perché scelgono loro cosa fare. (Project Manager Fondazione IU)

Il superamento possibile delle barriere si traduce anche nel favorire un ambiente accogliente negli spazi in cui le attività prendono forma, in cui ci si sente legittimati a entrare, a sperimentare e, nel tempo, ad appropriarsi dello spazio e delle sue attività. Si tratta di favorire **l'abitabilità dello spazio indipendentemente dagli strumenti e il capitale culturale in proprio possesso**, senza la necessità di vincoli o continuità e a partire dei propri immaginari:

Uno entra in uno spazio e vuole sentirsi sereno, non un pesce fuor d'acqua. Si deve sentire legittimato a entrare. A entrare perché si sente un fruitore alla pari di qualunque altro, indipendentemente dai propri strumenti di lettura. Avere anche solo la possibilità di vedere le cose con le proprie lenti è già un successo, va già bene così. (Artista, DAS)

È bene evidenziare che la dimensione della eterogeneità dell3 beneficiari3 presenta al contempo delle sfide, in termini di risposta a bisogni diversi tra loro:

Noi già al tempo parlavamo di questi spazi, che volevamo spazi eterogenei, evitando gli spazi ghetto, e lei (educatrice SEST - nda) mi ha detto: bellissimo quello che volete fare, ben venga, però vi sollevo solo un punto: ci sono alcuni ragazzi che riesci ad agganciarli solo attraverso la relazione e lì ci vuole un educatore capace di impostare un lavoro di quel tipo, con un tempo denso e dedicato eccetera; ci sono, invece, altri ragazzi che della relazione proprio non ne vogliono sapere, cioè li spaventi nella relazione con l'adulto perché probabilmente sono anche già soddisfatti da quando li hanno e l'unico modo per agganciarli, invece, è il contenuto e quindi gli devi fare un'offerta che per loro è interessante. Quindi lei ci chiedeva sostanzialmente: come facciamo a far stare insieme queste due necessità all'interno di uno spazio unico? (Project Manager Fondazione IU)

È molto difficile perché i bisogni sono molto diversi, cioè proprio nella polarizzazione, in questo momento, c'è una dimensione di classe molto forte tra i ragazzi, anche proprio nella capacità di costruire dei desideri. Di immaginarsi nel futuro. C'è uno schiacciamento di classe enorme proprio sulla dimensione del futuro, immaginare di poter fare qualcosa che vada fuori dai binari vuol dire poter pensare di correre dei rischi e chi può correre dei rischi in questo momento, soprattutto chi può farli correre ai propri genitori che non ce la fanno. (Responsabile Infanzia, adolescenza e politiche educative Arci Nazionale)

Al contempo, questa possibile criticità può trovare risposta proprio in quella combinazione di competenze, ruoli e pratiche che abbiamo ricordato in precedenza:

Da qui mi aggancio un po' al tema del ruolo degli adulti. Sicuramente, secondo me, ci dev'essere una diversificazione anche delle competenze delle persone coinvolte. Penso che gli educatori siano necessari per questi spazi se si vogliono creare spazi inclusivi e che sappiano appunto lavorare molto sulla relazione. Allo stesso tempo mi sembra importante per i ragazzi vedere che ci sono dei professionisti, cioè delle persone che hanno delle competenze specifiche, magari rispetto ai temi che a loro interessano, che siano a disposizione per loro, come se fossero un po' i loro mentori che li accompagnano anche eventualmente in un percorso appunto più formativo, quello che magari non trovano a scuola. Questo, unito a una figura più di cura che sappia lavorare molto sul gruppo e sulla relazione. È importante che queste figure appaiano un po' ibride ai ragazzi, cioè che non ci sia poi l'idea che qualcuno deve stare con l'educatore e qualcun altro invece no. (Project Manager Fondazione IU)

In merito alla dimensione dello spazio e alle sue caratteristiche, che lo possono rendere accessibile e attraversabile, sono emersi ulteriori importanti elementi.

In primo luogo, la necessità di ripensare i luoghi e gli spazi culturali in modo da favorire una presenza più informale e spontanea. Oltre al libero accesso, viene riconosciuta come molto rilevante per facilitare e agevolare la partecipazione, la possibilità di avere spazi aperti per "stare", ampliando gli orari, senza la necessità di essere registrati o di doversi iscrivere a qualche corso in particolare:

Permettere un'aggregazione libera e migliorare le relazioni che esistono con i ragazzi all'interno di un gruppo, che viene più frequentemente. Non avendo un gruppo fisso, perché c'è un'iscrizione, è tutto un pochino flessibile il nostro intervento. Facciamo tanto stare qui, socializzare, giocare con loro: ma giochi da tavolo oppure musica, qualche proiezione di film, qualche laboratorio se c'è l'occasione, qualche giro, cose così. (Casa Gialla)

Sala adolescenti, dove si sta in silenzio e che è proprio la tipica aula studio, qui invece è uno spazio dove poi i ragazzi volendo hanno possibilità di avere una scacchiera, di mettere la musica, di avere una cassa bluetooth, di avere dei computer su cui navigare, oppure anche all'occorrenza, su prenotazione, avere delle postazioni professionali per montare video, creare beat musicali. (OfficinAdolescenti)

Parlando di spazi, c'è appunto la sala studio, di fianco c'è la sala laboratori dove avvengono la maggior parte delle attività, di cui parleremo dopo, di fronte a queste due sale c'è la stanza dei giochi, banalmente definita così perché c'è un ping-pong, un tavolo con i giochi di società e un divano, che sono molto utili quando chi non fa nessuna attività o chi non ha da studiare ha bisogno di svagarsi un attimo. Una chill-out zone. (Spazio di Opportunità)

La capacità degli spazi di contenere molteplici forme di permanenza e di interazione li rende attraversabili, praticabili, inclusivi.

Questa conformazione “multiscopo” si articola intorno ad una riflessione circa la natura ondivaga e scostante legata all’adolescenza e al periodo della crescita e dell’affermazione del sé. L’esperienza dell’adolescenza è riconosciuta come un periodo di grandi trasformazioni e di cosiddette passioni scostanti. Quindi, se un giorno c’è una ragazza che vuole venire a fare un laboratorio e il giorno dopo non intende partecipare, può avere ugualmente accesso a quello spazio, senza necessariamente dover svolgere una attività prevista, ma frequentando lo spazio nei modi e secondo le attività che preferisce. Se da un lato, deve essere garantita una forma minima di gestione e conduzione delle proposte culturali, queste non devono avere un carattere di obbligatorietà e non devono sovra determinare la libera l’espressione dell3 ragazz3 di stare all’interno dello spazio.

A questo proposito, viene trasversalmente riconosciuta come molto rilevante la necessità di costruire degli spazi che non abbiano solo attività preimpostate, standardizzate, ma che siano degli spazi accoglienti e che possono lasciare una libertà all3 ragazz3 di esprimersi di autodeterminarsi al loro interno.

Il fatto che uno poteva venire lì per una cosa o per l’altra o assolutamente per niente, poteva solo stare lì e comunque sarebbe potuto stare, avremmo trovato spazio per lui; questo ha fatto sì che chi aveva voglia di mettersi in gioco, di partecipare a quello che succedeva, ovvero esserci, esistere in quello spazio, in quel momento – anche se non poteva dare come il migliore, come avrebbe voluto essere – però comunque qualcosa dava. (Spazio di Opportunità)

Importante è quindi che lo spazio possa agevolare un accesso attivo e incuriosito, diventando uno spazio “duttile” libero da sovrastrutture:

Abbiamo uno spazio che è molto duttile, ci piace che sia molto spoglio e ci sia un posto dove magari uno ci lascia un’impronta nello spazio, e lo riesce a fare proprio perché è anche vuoto. Ed è vuoto perché comunque deve servire a degli scopi, cioè prima di diventare un luogo, tu hai bisogno che sia una tela bianca, sostanzialmente, che può essere giocata, spostata, compatibilmente con le nostre capacità tecniche. (Artista, DAS)

La duttilità dello spazio permette di fare accadere più cose contemporaneamente, di fare incontrare tra loro attività diverse e persone, come i partecipanti ad un laboratorio e dell3 artist3 in residenza, e permettere di scoprire delle possibilità:

Ogni volta che ci sono stati dei laboratori, degli incontri con i ragazzi, venivano accolti in punti diversi dello spazio, una volta di qua, una volta di là, non c’era proprio la ritualità del vai ed entri nella stanza, nella sala del laboratorio. Magari ti metti a fare il laboratorio e nel frattempo succede qualcos’altro, nel frattempo c’è qualcun altro... e questa è una caratteristica di questo spazio che secondo me va valorizzata, è una cosa un po’ precaria, un po’ punk se vuoi, [...] lo dico sempre una delle mie più grandi palestre è spostare i tavoli a DAS, perché ogni giorno è praticamente un rimescolamento. Però questa cosa, vedendola nel lungo periodo, in realtà è un piccolo segno di quante cose siano possibili, di quanto puoi fare e immaginare. È più un sentirsi a casa in quello che stai facendo rispetto al dove sei, al contesto canonizzato e leggibile, e questa cosa, secondo me, è stata restituita tra i ragazzi. (Artista, DAS)

Tra gli orizzonti di sviluppo che in questo caso il DAS immagina, che non è nato come un centro per adolescenti, ma uno spazio culturale, di ricerca e produzione artistica, che prova a dare la possibilità a soggetti diversi di attraversarlo, vi è quello di fare diventare queste occasioni di incontro una quotidianità condivisa, dove lo spazio diventi un punto di riferimento stabile senza che la permanenza sia subordinata a un’attività specifica, a un obiettivo prestabilito, con la possibilità di avere momenti in cui le persone possano semplicemente stare, rilassarsi, chiacchierare, vivere il luogo in modo libero e informale.

Questa modalità multipla di accesso e utilizzo dello spazio contribuisce a rendere sostenibile e durevole la partecipazione e permette un aggancio costruito sulla relazione, permettendo all3 educator3 e all3 operator3 culturali di interpretare e di leggere e di conoscere al meglio quelli che sono gli interessi e le curiosità e le passioni dell3 adolescenti.

Penso sia una cosa che dipende dagli stimoli che hanno ricevuto, ma anche dal luogo in cui questi stimoli possono attecchire. Quello che noi facciamo per far funzionare, per dare carburante a questo processo, è la relazione educativa. (Spazio di Opportunità)

Caratteristica essenziale per me è l’accoglienza, cioè nel senso che sia lo spazio resti accogliente, ma anche che ci sia del personale che sappia accogliere chi arriva. (SalaBorsaLab)

Dai diversi elementi riportati emerge, quindi, che la partecipazione non è più solo adesione a un percorso predefinito, ma diventa un’occasione concreta per immaginare e costruire insieme pratiche e obiettivi, rafforzando protagonismo attivo del processo culturale, il senso di appartenenza e di responsabilità nei confronti delle attività proposte.

Pratiche di gestione degli spazi e delle attività

Ulteriore elemento, complementare tanto a quanto evidenziati rispetto ai ruoli, ma anche alla attraversabilità delle proposte e degli spazi, è la dimensione gestionale, di governance degli spazi stessi.

In merito emerge, da un lato, una riflessione sul ruolo dell3 educator3 nella gestione dello spazio, oltre che della proposta culturale, e sulla possibilità di sperimentare forme di autogestione del medesimo. L’autogestione risulta una modalità di gestione un po’ complessa nella sua realizzazione, in parte legata alle caratteristiche connaturate nell’adolescenza che, come riportato sopra, viene concepita come una fase di grande instabilità e incertezza e, quindi, deve essere accompagnata e sostenuta da un articolato processo di responsabilizzazione che abbisogna della guida o comunque di un’interazione con l3 educator3.

Un approccio pedagogico, secondo me, è estremamente importante quello senza dover farne l’apologia che, oddio se non c’è autogestione tutto il resto è male, però in un contesto educativo in cui vogliamo innanzitutto trasmettere di sapere delle competenze ai ragazzi, vogliamo dare espressione nelle loro voci vogliamo fare in modo che la loro capacità di incidere emerga, di incidere sulle cose, su come vengono pensate, su come vengono realizzate c’è un lavoro forte di responsabilizzazione, sicuramente dietro a questa cosa. (Baumhaus)

Quest’ultima non andrebbe a sostituirsi alla volontà e ai desideri dell3 ragazz3 ma prova a costruire delle condizioni di contesto dentro cui essi possano sperimentarsi nelle pratiche di autogestione in alcune fasi delle proposte culturali che vanno a sviluppare. Alcuni esempi che ci sono stati fatti sono legati all’organizzazione di piccoli Festival o di iniziative tipo le Escape room, che è una modalità di coinvolgimento e di gioco che è stata utilizzata moltissimo, in particolare durante la fase della pandemia, lavorando molto sulla creatività e sulla voglia dell3 ragazz3 di mettersi in gioco.

Quindi abbiamo dato una cornice, però l’idea su alcune cose c’era venuta, per esempio sull’escape room, ma anche sull’open mic, su queste due attività, escape room e open mic, il pensiero che abbiamo è che ci piacerebbe, non sappiamo ancora come, coinvolgere direttamente i ragazzi e le ragazze. (SalaBorsaLab)

All’interno di questa riflessione un fattore che viene riconosciuto come facilitante pratiche di autogestione (come emerge nelle interviste di realtà le cui genealogie si fondano su questa pratica come Baumhaus, citando l’esperienza di On the move o Radio C.A.P.) può essere rintracciato nella presenza di un gruppo già esistente di amich3, di persone che condividono un progetto e che costruisce delle relazioni di senso, che facilitano le pratiche di autogestione e di responsabilità sulle attività ma anche e soprattutto negli spazi.

Le due persone che in particolare avevano lanciato questo progetto (On the move) hanno creato uno spazio di prove con degli adulti competenti, in cui dialogare su un genere musicale che piace tuttora molto, nonostante ci siano state diverse evoluzioni sia a livello artistico che di gusti. Credo che sia stato il primo laboratorio di pop a Bologna, ora ce n'è uno in ogni centro giovanile, non abbiamo smesso di farlo, quello era uno spazio che aveva dei punti di forza che erano l'informalità, innanzitutto, il trovarsi in un contesto devastato e paradossalmente estremamente affascinante come l'XM24. (Baumhaus)

Negli altri casi, le pratiche di gestione dello spazio avvengono sempre mediate dalla presenza dell'educator, che, in qualche modo garantiscono un supporto e uno spazio di agibilità in cui sperimentarsi nella gestione delle proposte progettuali, contemplando anche l'errore o l'insuccesso, nella prospettiva di comprendere le proprie passioni e quali sono le modalità e le forme con cui si vuole partecipare a questa proposta culturale. Al contempo, risulta anche importante che le figure coinvolte si sentano a loro volta partecipi:

Qualunque educatore o coordinatore che è lì insieme partecipa alle attività, è importante che non si crei quell'immaginario da laboratorio scientifico dove i ragazzi fanno l'attività e altre sette persone sono lì a guardarle, ecco. Ci deve essere compartecipazione da tutti i punti di vista. (Educatore, DAS)

Un passo ancora oltre, che sempre in DAS prefigura come importante evoluzione della partecipazione culturale dell'adolescente, è che l'attraversabilità delle pratiche si possa tradurre in un affidamento nel tempo delle attività ai giovani.

Ulteriore aspetto che è stato sondato con le interviste riguarda la co-progettazione con l'adolescente. Se in termini generali, in modo trasversale, in tutte le interviste emerge un'attenzione, di cui abbiamo già dato conto, rispetto al favorire un senso di protagonismo, e in alcuni casi come si è visto anche di possibile autonomia; al contempo, si evidenzia una mancanza di metodologie consolidate e pratiche strutturate di co-progettazione che coinvolgano in maniera organica l' destinatario degli interventi. Vi sono alcune attività puntuali, spesso richieste direttamente dall'adolescente, che sono perlopiù il prodotto di relazioni consolidate con le figure di riferimento presenti nei vari spazi, e non tanto l'esito di un processo sistematico di partecipazione culturale previsto per e con l' destinatario delle proposte culturali

Cioè, formalmente no. Poi è chiaro che noi tutto quello che ci inventiamo lo facciamo pensando a quello che riteniamo sia la cosa migliore e che più intercetti i ragazzi. (OfficinaAdolescenti)

Se per co-progettazione intendiamo la programmazione delle attività, cioè che cosa proponiamo quest'anno ai ragazzi e alle ragazze, per ora la risposta è no. Però per quanto riguarda, quello che noi facciamo, la risposta è un po' forse una via di mezzo, nel senso che non creiamo delle proposte rigidamente strutturate. Per esempio, domandiamo se ti interessa Minecraft. Ok, vieni qui per metterti in gioco e sperimentarti in Minecraft [...] Proponiamo le cose sull'onda di quello che ci arriva, quindi, sulla base delle osservazioni che facciamo, su quanto cogliamo, parlando o anche solo osservando i ragazzi e le ragazze. (SalaBorsaLab)

Un modello di coprogettazione collaborativa si manifesta, quindi, in alcuni laboratori o attività specifiche, ma è ancora incardinato in una programmazione generale in cui l'adolescente fatica a inserirsi pienamente.

Sedimentata sicuramente no, diffusa no nel senso che ci si sta interrogando molto secondo me su questo. C'è sempre più consapevolezza della necessità di farlo e probabilmente alcuni educatori che lavorano in specifici spazi, penso agli spazi extrascolastici, l'hanno sempre fatto e lo fanno già proprio in un'ottica di programmazione condivisa. Penso alla progettazione di Casa Gialla, dove c'è stato un intervento anche fisico proprio sul luogo [...] ci si sta interrogando molto anche rispetto a quali competenze mettere in gioco, come lavorare con i ragazzi. Ci sono alcune realtà del territorio che lo fanno molto bene, come Bauhaus o un'esperienza delle Scuole di quartiere che ha funzionato molto bene è stata MIA Musei Inclusivi e Aperti. In generale, però, le realtà si devono ancora allineare un po' a questa idea della coprogettazione. (Project Manager, Fondazione IU)

Una sperimentazione interessante che partirà e che viene segnalata è quella prevista nell'ambito di Politico-Poetico, con un Fondo di comunità per adolescenti:

Abbiamo questo fondo di comunità per adolescenti di 30.000 euro, che saranno suddivisi in modo equo tra i sei quartieri della città. Noi come fondazione seguiremo questo processo, l'idea è quella di fare uscire una call for ideas in cui gruppi di ragazzi potranno presentare delle idee; quindi, piccole progettualità che vogliono sviluppare all'interno della città [...] un'idea con un budget di circa 2.000 euro [...] poi servirà un percorso di strutturazione dall'idea progetto, quindi, faremo un lavoro di accompagnamento e coprogettazione con loro. Una sorta di bilancio partecipativo, insomma. Però, l'idea è quella di lavorare più che sulla competizione sulla collaborazione [...] L'idea è selezionare più idee all'interno di ogni quartiere provando poi a metterle insieme in un unico progetto, quindi convocare i vari gruppi proponenti e poi farli lavorare insieme nella fase di progettazione e realizzazione. (Project manager Fondazione IU)

L'idea di veicolare la call nell'ambito di Politico-poetico è data dall'aggancio con le scuole superiori che già ha chi ha promosso le precedenti edizioni di Politico Poetico. La call si rivolge all'adolescente che hanno un'età compresa tra i 13 e i 20 anni, l'intento è quello di:

[...] lavorare molto con le varie realtà del territorio con cui abbiamo collaborato o comunque discusso in questi anni per far sì che anche gli spazi extrascolastici e gli educatori possano utilizzare questo strumento con i loro ragazzi per proporre delle idee per i loro quartieri" (Project manager Fondazione IU).

4.4 ORGANIZZAZIONE DEGLI SPAZI DELL'ADOLESCENTE E PER L'ADOLESCENTE

Per quanto riguarda le caratteristiche che uno spazio deve avere per favorire e incentivare la partecipazione, l'intervistato ha evidenziato diversi elementi fondamentali.

Il primo aspetto citato da tutti ed emerso come cruciale è la presenza del Wi-Fi, considerato non solo come un servizio essenziale, ma anche come un elemento chiave per valorizzare il digitale come strumento di coinvolgimento. Il digitale, infatti, non è visto solo come un mezzo per accedere a contenuti, ma come una modalità per favorire la partecipazione attiva e per costruire relazioni significative all'interno dello spazio.

È veramente paradossale che esistano dei posti in cui i ragazzini passano il loro pomeriggio nel 2024, non solo a fare attività, giochi ma anche a fare i compiti in cui non ci sia il Wi-Fi, per me inconcepibile. Non perché io sia fissato con la tecnologia, ma perché è il loro mondo. (Spazio di Opportunità)

Il tema è anche che a volte gli spazi che attirano maggiormente l'attenzione di alcuni ragazzi e alcune ragazze sono spazi [...] dove loro hanno una maggiore possibilità di farsi anche una manica di cazzi propri. È un grande desiderio di tutti noi in generale ma anche di ragazzi. Soprattutto magari spazi in cui ci metto un Wi-Fi gratuito, quindi non devono usare i loro giga, prima cosa. È un elemento che va considerato se uno vuole fare uno spazio per i ragazzi: prima cosa è metterci il Wi-Fi gratuito; case di quartiere che (mettendo il Wi-Fi - nda) ad un certo punto sono diventate dei centri di gravità per ragazzi... penso soprattutto a questo quartiere, alla Bolognina Navile, perché erano spazi in cui non c'era qualcuno che ogni mezz'ora andava lì a dire "cosa facciamo?" (Baumhaus)

Un altro elemento di grande importanza è rappresentato dalla presenza di spazi informali e accoglienti, come divani, cuscini e zone rilassanti. Questi spazi "morbidi" non sono soltanto luoghi fisici, ma veicolano un messaggio di apertura e accessibilità, creando un ambiente che invita a vivere lo spazio in modo libero e personalizzato, permettendo all'adolescente di attraversarlo e utilizzarlo secondo le proprie esigenze e il proprio stato d'animo in quel momento, quindi, costruire degli spazi in cui questa presenza informale, questo "stare", è favorito e incoraggiato. Questo approccio non impone un'immediata adesione a una proposta culturale specifica, ma lascia spazio a un coinvolgimento spontaneo e naturale: tali spazi favoriscono, infatti, una partecipazione più autentica e meno strutturata, incoraggiando una permanenza che non deve necessariamente essere legata a un'attività predefinita.

Qualche tempo fa abbiamo fatto delle osservazioni rispetto al setting, mancano divani, cose morbide, c'è lo scivolo ma lo si può utilizzare, non è a disposizione [...] c'è una seduta però ho davanti dei cuscini. Quindi, c'erano dei limiti, secondo noi, perché poi avevamo deciso insieme, dei limiti proprio dell'arredamento [...] Ancora lo vedi così ma tra qualche settimana abbiamo acquistato delle poltrone morbide con un asset un po' più ribassato, quindi un po' più chill, meno scomodo di queste sedie. (SalaborsaLab)

Lasciarli liberi. Tavolino, bar, che costi poco, sedie... Per me è semplificare [...] ora un campetto dove si poteva giocare a qualcosa, il baretto che costava poco, con prezzi democratici, super democratici, il biliardino al massimo, qualche tavolino, qualche sedia, top! E questo non sembra ma è proprio qualcosa che abilita, abilita le relazioni, perché i ragazzi a quell'età lì non hanno bisogno di qualcuno che gli dica cosa fare, hanno bisogno di scoprirsi, hanno bisogno di crescere, di sbagliare, di dire le cose sbagliate, di sedersi e perdere tempo, hanno bisogno di annoiarsi. (Archilabò)

Hai la possibilità di avere delle zone più chill-out, più informali, spazi in cui ci si può muovere, ci si può spostare, non tutti gli spazi lo permettono però, anche nel piccolo, ogni singolo laboratorio può essere progettato anche spazialmente, il setting è importante. Dalla disposizione dei tavoli e delle sedie agli allestimenti complessivi, il fatto che ci sia un divanetto, una zona morbida in cui appoggiarsi, una luce di un certo tipo e un'acustica di un certo tipo. (Baumhaus)

Inoltre, è emerso che l'accessibilità dello spazio è più rilevante rispetto alla sua collocazione geografica specifica. Non è tanto importante che lo spazio si trovi in una determinata area della città, quanto che sia facilmente raggiungibile con i mezzi pubblici, soprattutto durante orari estesi. Garantire una buona connessione con le fermate degli autobus e prevedere orari di accesso che vadano oltre le consuete 18:00, per esempio, permette all3 ragazz3 di percepire quello spazio come un luogo realmente aperto e accogliente, un luogo che possono considerare proprio.

Se vogliamo ricreare degli spazi di tempo che siano attrattivi e, soprattutto, se queste sono cose che si svolgono in quello che potenzialmente potrebbe essere il tempo libero, non dobbiamo riprodurre un paradigma scolastico, ma pensare a nuovi paradigmi anche nella gestione del tempo. (Baumhaus)

Questo insieme di caratteristiche – connessione digitale, spazi informali e accessibili, e una logistica che favorisca il movimento all'interno della città – sono state individuate come caratteristiche importanti per costruire e dar vita ad un ambiente inclusivo, in cui l3 giovani possono sentirsi a proprio agio e motivat3 a partecipare attivamente.

4.5 PARTECIPAZIONE CULTURALE, VALUTAZIONE E IMPATTI

Dalle interviste emerge una riflessione circa gli esiti che gli approcci e gli strumenti fin qui descritti possono generare, ma anche in merito agli strumenti e alle pratiche di valutazione. Rispetto a quest'ultimo aspetto, non emergono modalità o processi formalizzati e tradizionalmente riconosciuti per misurare l'impatto delle proposte culturali. Tuttavia, un'eccezione è rappresentata dal caso dello Spazio di Opportunità, dove si evidenzia un meccanismo di valutazione intrinseco alla progettualità che si sviluppa intorno a tale spazio.

Tutto il progetto è stato supervisionato dall'università di Bologna, dalla professoressa [...] e dai suoi colleghi. Ci siamo trovati ad avere letteralmente una scheda di valutazione del progetto educativo di ogni singola attività e questo ci ha permesso di scrivere gli obiettivi educativi generali dell'attività. (Spazio di Opportunità)

Emergono anche alcune riflessioni sulla natura della valutazione, la quale rimane un campo ancora dibattuto. Da un lato, infatti, viene evidenziato come sia spesso una sfida di "mediazione" tra indicatori qualitativi che rischiano di essere "inverificabili" e quelli quantitativi, che rischiano di "irrigidire la valutazione" (Spazio di Opportunità). Dall'altro, tuttavia, si evidenzia che la valutazione non dovrebbe limitarsi all'analisi quantitativa, basata su meri numeri, ma affidarsi a indicatori qualitativi in grado di cogliere percorsi che non sempre si rivelano lineari o immediati.

Spesso, infatti, questi percorsi si caratterizzano per dinamiche cicliche, come nel caso dei ritorni ripetuti di adolescenti. Per comprenderne appieno il significato, è necessario adottare una prospettiva temporale più ampia e strumenti capaci di esplorare in profondità le molteplici complessità che contraddistinguono il processo partecipativo.

Nonostante l'assenza di strumenti strutturati, grazie a forme di monitoraggio basate principalmente sulla relazione diretta, sulla presenza condivisa e sul continuo scambio che si instaura tra educator3 e adolescenti, emerge come sia possibile rilevare proprio quegli elementi qualitativi.

Sebbene in modo informale, si verificano momenti utili per riflettere sulla qualità e sull'efficacia delle proposte culturali. Questa forma di **valutazione esperienziale** si esprime, ad esempio, nella capacità dell3 ragazz3 di **mantenere un legame con lo spazio, partecipando anche ad altre iniziative e attività correlate**. È interessante notare come questa variabile possa assumere connotazioni sia positive sia negative. Da un lato, il forte attaccamento e la frequente dipendenza da uno spazio, da una proposta culturale o dalla figura dell'educator3, possono essere percepiti come segnali di una riuscita parziale dell'intervento. In questi casi, infatti, viene meno l'obiettivo di costruire luoghi di emancipazione e responsabilizzazione, che dovrebbero fornire all3 giovani strumenti e modalità per **individuare autonomamente nuovi spazi in cui esercitare la propria partecipazione culturale**, accompagnandol3 nel processo di crescita e nella transizione verso la vita adulta.

Stiamo sui numeri, e poi intanto ci raccontiamo il come mai c'è chi torna e sta agganciato al polpaccio per un certo periodo, magari ci sono i pro e i contro, e stessa cosa con chi viene, mangia e sparisce. E magari lo ritrovi in televisione qualche anno dopo. [...] Perché a noi piace più questa seconda versione, cioè chi arriva, mangia e va. Io ho sempre sposato questa cosa qui, la funzione di Officina è un po' questa. Tu arrivi, fai una esperienza, ne fai anche due, insomma, tre, ma non ti agganci, se ti agganci c'è qualcosa che non va. Tu vieni qui, capisci che c'è una cosa che ti infoia, sai che qui c'è un limite, oltre il quale sai che noi non possiamo andare, e poi vai avanti per conto tuo. (OfficinAdolescenti)

Cioè io mi sento soddisfatto se da un anno all'altro un ragazzo o una ragazza vedo che sta meglio proprio anche all'interno del gruppo e per i fatti suoi. (Casa Gialla)

Soprattutto sulla partecipazione, se vediamo che hanno pochi partecipanti e tanti iscritti, poi guardiamo anche la continuità, magari hai tante iscrizioni la prima volta e poi magari non tornano. Le valutazioni sono fatte sulle osservazioni e l'esatto quantitativo sulle iscrizioni e sulla frequentazione nel tempo. (SalaBorsaLab)

Se, da una parte, la durata e la costanza del legame con lo spazio possono rivelarsi ambivalenti; dall'altra un aspetto sempre positivo è rappresentato dall'emergere di un **protagonismo crescente tra l3 ragazz3 coinvolt3 nelle attività proposte**. Quando si osservano **forme significative di responsabilità e partecipazione attiva, sia nella dimensione educativa sia in quella culturale**, queste vengono riconosciute come esiti particolarmente rilevanti e positivi. Tale protagonismo, infatti, testimonia la capacità dell3 giovani di contribuire alla costruzione delle proposte culturali, delineando un intervento culturale di successo. Quando questo protagonismo e questa **capacità di determinare sempre di più anche la costruzione della proposta culturale** sono riscontrate all'interno degli spazi, la valutazione dell'intervento culturale può dirsi positiva.

Secondo me se ragioniamo sul tema dell'impatto e, quindi anche su una prospettiva a medio periodo rispetto al progetto così, l'indicatore principale è quando un ragazzo che ha fatto un percorso con te, torna a te dopo un po' di tempo chiedendomi ne facciamo un altro. (Baumhaus)

A volte, come già evidenziato in precedenza, nel caso del DAS è il volere rimanere agganciato3 allo spazio mettendosi a disposizione come volontari3 o come evidenziato anche dal servizio Informagiovani del Comune:

Ho fatto questo percorso ma io stesso posso essere poi protagonista e tirare su altri ragazzi, capito? Questo passaggio sia con i prodotti digitali sia con il laboratorio audiovisivo che con la redazione, il fatto di mettere le mani in pasta e di coinvolgere i giovani permette questo scambio intergenerazionale importantissimo. (Educatore, DAS)

L'esito a volte non è solo il voler nuovamente partecipare, ma l'aver anche formato giovani e l'aver promosso una **valorizzazione delle loro competenze**:

Diciamo che il nostro è un laboratorio permanente, quindi, la nostra gioia maggiore, soddisfazione maggiore quando ci vengono a richiedere delle figure già formate e quindi noi siamo in grado di fornirle. (Responsabile, U.I. Servizi per i giovani- Informagiovani Multitasking)

Interessati da questo punto di vista sono alcuni strumenti messi in campo dal servizio del Comune di Bologna, che potrebbero essere adottati in altri contesti, contribuendo ad abbattere le barriere di accesso e al contempo valorizzare le nuove competenze acquisite dalli giovani tramite la partecipazione ai progetti. In tal modo anche favorendo un possibile lettura degli impatti generati nel tempo.

In collaborazione, infatti, con la Regione e VOLABO, è stato creato un open badge teso a riconoscere a chi partecipa ad attività extra-scolastiche di apprendimento non formale il percorso svolto e le competenze acquisite. L'open badge è collegato alla YoungERcard, che permette a livello regionale di avere agevolazioni e sconti per la fruizione di servizi culturali e sportivi e presso numerosi esercizi commerciali, ma è anche una carta di cittadinanza attiva che promuove la partecipazione a progetti di volontariato e premia l'impegno nei confronti della comunità. C'è, infatti, una piattaforma dedicata dove ogni Comune inserisce i progetti di volontariato, e li ragazz3 che partecipano ai progetti – da un minimo di 20 ore a un massimo di 80 ore – ricevono la YoungER card.

Nella generazione di questi impatti, la figura dell'educator3 assume un ruolo centrale, sia come punto di riferimento relazionale, sia come facilitator3 nell'attivazione dell3 ragazz3. L'educator3 si distingue soprattutto per la capacità di guidare gradualmente verso una piena autonomia, favorendo nell3 giovane lo sviluppo della capacità di intraprendere in maniera indipendente un percorso di coinvolgimento attivo nelle pratiche culturali e artistiche.

Perché poi ci sono casi, all'opposto, di spazi super fighi, con tutte le attrezzature, che però sono vuoti. Ma non vuoti nel senso che sono chiusi, vuoti perché non c'è la gente che ci va. C'è dentro la figura, però è una figura che non interagisce, o interagisce in un modo che non valorizza quello che c'è. (OfficinAdolescenti).

4.6 POLITICHE CULTURALI E DI FINANZIAMENTO

Un'altra questione cruciale riguarda la gestione economica e il finanziamento delle proposte culturali. Spesso considerato un tema secondario, il problema dei fondi e delle difficoltà burocratiche legate alla natura pubblica di molti spazi rappresenta invece uno dei maggiori ostacoli emersi durante le interviste.

La rigidità amministrativa e le complesse procedure gestionali inibiscono fortemente la possibilità di sperimentare nuove forme ibride e innovative di proposte culturali, oltre che della pianificazione e della costruzione degli spazi culturali in accordo con le necessità e con i desideri dell3 ragazz3, che li renderebbe particolarmente attrattivi, ospitali e accoglienti.

Superare queste barriere economiche e burocratiche permetterebbe di realizzare progetti più inclusivi e dinamici, favorendo forme di partecipazione culturale più solide e significative per li adolescenti e contribuendo a costruire percorsi di crescita e autonomia, valorizzandoli come cittadini3 attivi nel contesto sociale e culturale.

Questo per dire che se vuoi implementare questo tipo di progetto devi assolutamente stanziare delle risorse che abbiano come fine quello di avere degli esperti, non troppo tecnici che possono essere pagati un po' di più di quello che vengono pagati gli educatori a paga oraria, perché altrimenti una persona con partita IVA non lo fa. (Spazio di Opportunità)

Ritagliare una parte del budget per comprare una serie di cose, dato che noi non avevamo all'inizio l'amplificazione necessaria, ci ha garantito di fare una sala di incisione e registrazione, un mix tra sala prove e sala di registrazione perché è tutto in cuffia; quindi, i ragazzi si inseriscono dentro una scheda audio. (RadioCap)

Noi abbiamo questa particolarità: tutti i cambiamenti strutturali di arredamento vanno decisi tra le due aree - educazione e biblioteca. Quindi, devi mettere d'accordo due grandi teste composte da tante altre teste, quindi non è così scontato dire compriamo dei nuovi arredi anche se parte dalla questione economica, ma lasciando da parte quella diventa tutto uno studio dove metti questo, dove non metti quello. Quindi sembra anche una cavolata come delle poltrone e dei divanetti c'è stato tutto un lavoro di ragionamento e di negoziazione (SalaBorsaLab)

Accanto a questo insieme di problematiche di ordine amministrativo-gestionale, sono emerse alcune riflessioni circa la necessità di lavorare ancora di più nella direzione di logiche realmente integrative, tra ambiti di politiche e di beneficiari, elemento che si riflette anche nello strumento dei bandi:

Sì, se ne parla molto ma c'è ancora una certa difficoltà, secondo me, a fare un lavoro intersettoriale e quindi di conseguenza a instaurare un dialogo tra politiche educative e politiche di welfare. Si lavora ancora all'interno dei confini delle singole aree, quindi, area educazione, area cultura. Per quanto provino a dialogare ed entrare in sinergia rispetto ad alcune tematiche e progettualità, mi pare di vedere soprattutto per quello che riguarda i bandi, sia pubblici che privati, che vadano ancora un po' ognuno per la propria strada. Si sta cercando, anche rispetto ai fondi privati, di creare una sorta di coordinamento tra diversi settori, quindi tra diverse politiche, cioè provare a ragionare insieme su come intercettarli e poi evitare di creare sovrapposizioni rispetto ad alcuni aspetti. Però è ancora un tentativo. (Project manager Fondazione IU)

Interessante da questo punto di vista come orizzonte di possibile ulteriore sviluppo e approfondimento, è quanto raccontato dall3 responsabile dell'U.I. Rigenerazione urbana a base artistica, culturale e creativa del Comune di Bologna in merito all'incrocio dello strumento di affidamento con il tipo di spazio, strumento che può variare dal bando pubblico, alla manifestazione di interesse a co-progettare. Questa attenzione su come sia il "tipo di immobile che ti determina il tipo di strumento", ha permesso di promuovere processi di rigenerazione urbana a base culturale andando ad attivare interessanti combinazioni tra diverse realtà culturali e favorendo pratiche attente alla dimensione sociale, in cui le proposte culturali con una missione di lavoro con li giovani si innestano.

Pur tuttavia, in merito allo strumento del bando, viene evidenziato che pratiche ibride, operanti in modo trasversale sul piano dell3 beneficiari3 e in modo integrato intrecciando dimensione pedagogia e artistica, faticano a trovare casa in bandi che invece enfatizzano la settorialità:

Non possono essere incanalate in un bisogno, in un obiettivo da bando: da bando di dispersione, da bando disabilità, da bando residenze artistiche. C'è davvero un grande bisogno di ripensare i bandi con dei criteri diversi. (Artista, DAS)

Ulteriore criticità legata al finanziamento in campo culturale è il rischio che si chieda ad operator3 culturali di sopperire ad altri servizi.

Sono bandi che sono fatti per sopperire altri settori [...], non si può chiedere alla cultura o all'arte di sopperire i servizi sociali perché non siamo i servizi sociali [...]. (Artista, DAS)

Inoltre, viene anche evidenziato, soprattutto da chi viene dal campo artistico:

Le cose non sempre, non per forza devono avere una ricaduta sul territorio, una ricaduta sui partecipanti. Questo non solo perché spesso le risorse sono poche, ma anche perché l'arte è fatta anche di ricerca [...] sono attività che non sono immediatamente a guadagno, che sono un po' a perdere, hanno dei tempi che sono diversi da quelli standard, dove non c'è un risultato che avviene dopo un inizio e una fine. (Artista, DAS)

NOTE DI SINTESI CONCLUSIVE

La ricerca ha cercato di attivare e di contribuire ad una riflessione su come progettare spazi culturali che siano aperti, partecipativi e capaci di rispondere ai bisogni dell'3 adolescenti.

Ripercorriamo nei prossimi paragrafi alcuni spunti emersi dalle diverse sezioni del presente report (quadro di contesto, indagine quantitativa, ricerca qualitativa).

Come enucleato nel quadro di contesto (Sezione 1), la ricerca prende il via da due dimensioni, elementi cardine per la creazione di uno spazio culturale rivolto all'3 ragazzi:

- il valore sociale della cultura e del welfare culturale;
- la partecipazione culturale e il rischio della povertà educativa.

Promozione del benessere psico-fisico, contrasto alle disuguaglianze di natura socioeconomica, culturale e di formazione in entrata, rafforzamento dell'autonomia dell'3 adolescenti costituiscono punti fondamentali per azioni di welfare culturale, volte anche alla creazione di spazi culturali. Oltre a ciò, è importante una riflessione sul rapporto che la comunità può instaurare con gli spazi in un'ottica di partecipazione culturale: co-progettare spazi culturali può infatti favorire lo sviluppo di legami sociali, valorizzare le differenze, le identità e le culture di ciascuna, spingere gli individui a partecipare alla vita culturale e sociale, generando un senso di **cittadinanza culturale**.

Le riflessioni nel campo della pedagogia, della sociologia, della psicologia dell'età educativa debbono intrecciarsi nella costruzione di uno spazio, in cui siano valorizzate diverse pratiche e linguaggi espressivi (arti performative, visive, musicali e digitali).

Proprio le considerazioni sul ruolo centrale che gli spazi ricoprono nell'ottica del welfare culturale e sull'importanza di pensare questi spazi a partire dal punto di vista dei soggetti potenzialmente protagonisti di questi spazi, per costruire uno spazio attento alle loro esigenze, hanno portato allo svolgimento di un'indagine quantitativa che sondasse quante più voci possibile dalla fascia d'età 14-18 anni nella città di Bologna (Sezione 3).

Mettendo in dialogo quanto emerso dall'ascolto dell'3 adolescenti (questionario, Sezione 3) e dall'3 educator'3, progettist'3 nell'ambito dell'educazione, del sociale e della cultura, rappresentanti delle istituzioni impegnate nell'ascolto dei loro bisogni (interviste, Sezione 4) emergono alcuni elementi utili a fini di una progettazione, che in sintesi e in conclusione vogliamo evidenziare.

1. PROCESSI SOCIOCULTURALI E DINAMICHE DI PARTECIPAZIONE

La dimensione relazionale e di socialità

È necessario e inevitabile porre un focus sulla promozione delle relazioni personali. Le amicizie, la relazione con la comunità dei pari costituiscono per l'3 ragazzi uno strumento fondamentale per la costruzione e l'affermazione della propria identità sul mondo, oltre che per stabilire un contatto significativo con gli spazi in cui svolgono le attività. I dati, confermati anche dalle interviste con l'3 educator'3 della seconda parte dell'intervista (ma anche nel corso del focus group iniziale rivolto a operator'3 ARCI), confermano il bisogno dell'3 ragazzi coltivare le loro aree di interesse in relazione alla loro comunità di riferimento, costituita da amich'3, compagni di scuola (il 56,2% delle e dei rispondenti seleziona questa opzione nella domanda "Con chi condividi maggiormente la tua passione?"; il 50% delle e dei rispondenti seleziona questa opzione nella domanda "Cosa/chi ti consiglia maggiormente nei tuoi gusti?").

L'importanza dei pari nel contesto mediale

È necessario e inevitabile porre un focus sulla promozione delle relazioni personali. Le amicizie, la relazione con la comunità dei pari costituiscono per la ragazza uno strumento fondamentale per la costruzione e l'affermazione della propria identità sul mondo, oltre che per stabilire un contatto significativo con gli spazi in cui svolgono le attività. I dati, confermati anche dalle interviste con la educatrice della seconda parte dell'intervista (ma anche nel corso del focus group iniziale rivolto a operatori ARCI), confermano il bisogno della ragazza coltivare le loro aree di interesse in relazione alla loro comunità di riferimento, costituita da amici, compagni di scuola (il 56,2% delle e dei rispondenti seleziona questa opzione nella domanda "Con chi condividi maggiormente la tua passione?"; il 50% delle e dei rispondenti seleziona questa opzione nella domanda "Cosa/chi ti consiglia maggiormente nei tuoi gusti?").

La relazione con le figure adulte di riferimento: partecipazione, incertezze e aspettative

Dal quadro di contesto evidenziato nella parte iniziale del report, dal questionario e dalle interviste emergono alcuni importanti elementi che incidono sulla partecipazione culturale dell'adolescente e che riguardano in termini complessivi la relazione con l'adulto.

In primo luogo, la dimensione delle aspettative da parte del mondo dell'adulto di riferimento – si pensi alla nozione di società post-narcisistica individuata da Lancini (2023) – che si innestano al contempo in un quadro di incertezze proprie dell'età contemporanea e acuite dalla pandemia, tanto da generare forme diverse di disagio giovanile. La ragazza sono sottoposta a notevoli pressioni e aspettative, come confermato non solo dai dati quantitativi, in cui il loro bisogno di potersi esprimere in un contesto privo di giudizio e libero è chiaramente manifestato, bensì anche dalle interviste, dove educatrice, progettista e operatore legati alle istituzioni evidenziano il bisogno dell'adolescente di potersi esprimere liberamente, in contesti non sovradeterminati.

Un secondo elemento riguarda il modo in cui l'adolescenza viene stigmatizzata in quanto momento problematico di passaggio all'età adulta. Questa percezione, spesso esacerbata anche dai media, incide sul senso di fiducia tra adolescenti e mondo adulto, e sul modo in cui l'adolescente vivono gli spazi di partecipazione creati dal mondo adulto e dalla più ampia comunità educante.

Alla luce di questi elementi, risulta quindi importante e quasi urgente creare spazi in cui l'adolescente si sentano in un ruolo di protagonismo, in cui vi sia comprensione dei loro bisogni, dando fiducia al loro punto di vista: ciò è possibile attraverso modalità di ingaggio e di gestione che prevedano anche elementi di coprogettazione, così come evidenziato anche più avanti.

Le barriere

Le dinamiche di partecipazione e di produzione culturale rivelano disuguaglianze in entrata per la ragazza, legate al capitale simbolico/culturale, economico e sociale. Nella sezione quantitativa, il 90% dell'adolescente afferma di coltivare la propria passione in contesto casalingo, il 61,2% lo fa da sola, e il 40% non frequenta mai attività in presenza legate alla propria area di interesse. Questi dati inducono a riflettere sull'incidenza della struttura delle possibilità di partecipazione, in termini anche di varietà nelle modalità di fruizione. In merito alle barriere le interviste evidenziano che elementi come la famiglia, il territorio di appartenenza (con variazioni per fascia d'età), il genere e il background migratorio incidono sulla decodifica e sul riconoscimento delle proposte culturali.

2. INGAGGIO, ACCESSIBILITÀ E ATTRAVERSABILITÀ DELLE PROPOSTE E DEGLI SPAZI

Modalità di ingaggio che combini online e offline, anche nella creazione di uno spazio fisico.

L'importanza dell'ibridare gli strumenti di ingaggio, può rispondere da un lato alla necessità di superare le barriere menzionate in precedenza ma anche alla necessità di porre l'attenzione a nuovi contesti di fruizione culturale, come ad esempio l'online, nella pianificazione di uno spazio per la ragazza. Può essere quindi di giovamento sia per questi ultimi sia per chi veicola e per chi gestisce i finanziamenti, soprattutto nella dimensione dell'ingaggio, includere in modo strutturato una modalità ibrida.

L'importanza della scoperta

Nuovamente nell'ottica del welfare culturale, l'accessibilità diventa cruciale e si dovrebbe tradurre nella **possibilità di abitare gli spazi culturali** sentendo di poter "lasciare un'impronta", di poter **scoprire e sperimentare delle possibilità**. Questa dimensione di scoperta e di possibilità può essere nutrita da un approccio **peer to peer**, in quanto facilitante per l'accesso e la partecipazione alle attività culturali formali e informali/autogestite, ma anche e soprattutto dalla **creazione di spazi e proposte adatte alla ragazza, e non ai bisogni dell'adulto**. È fondamentale ascoltare le esigenze e i bisogni dell'adolescente, offrire loro opportunità di esprimersi, di scoprire, garantendo un luogo privo di giudizio. Il desiderio di frequentare uno spazio libero da giudizi, non discriminatorio, in contesti di libera espressione risulta fondamentale per la ragazza (quasi il 70% dell'adolescente risponde alla domanda sulla valutazione di elementi nella creazione di un centro culturale ritiene questo punto importante o molto importante), che qui manifestano anche il desiderio di fare nuove amicizie (quasi il 75% dell'adolescente risponde nella domanda di cui sopra), o di avere un luogo di strumenti e tecnologie per poter coltivare le proprie passioni (quasi il 75% dell'adolescente risponde nella domanda di cui sopra). Il desiderio è quello appunto di svolgere attività arricchenti, impattanti e significative sull'esperienza personale, e ciò si ricollega all'elemento della credibilità dello spazio frequentato e di chi condivide nuove conoscenze.

Spazi "attraversabili" e volti a favorire "esperienze" e partecipazione

Ad integrazione di quanto appena evidenziato, va sottolineata l'importanza di un approccio che supera il mero consumo culturale e favorisce invece la creazione di **contesti significativi di esperienza**.

La dimensione esperienziale dovrebbe essere facilitata da spazi **organizzati sul piano fisico-materiale in modo da non essere sempre strutturati**, in attività e tempi di fruizione.

In merito vale la pena ricordare che dai questionari emerge come lo spazio immaginato dalla ragazza deve essere non solo accessibile in termini di collocazione geografica, connessione con i mezzi pubblici, negli orari e con Wi-Fi gratuito, sicuro e inclusivo, ma anche senza particolari regole rispetto a orari o alla struttura del luogo. Molto importante, come emerso nella domanda sugli spazi di cui dovrebbe essere provvisto lo spazio, è la presenza di un'area relax (63% dell'adolescente ha selezionato questa opzione) e di un bar (62% dell'adolescente). Tali elementi sono emersi a più riprese anche nella sezione relativa alle interviste, in cui la educatrice manifestano l'esigenza di creare spazi informali, accoglienti, non connotati rispetto alle attività specifiche, con zone di decompressione, chill, arredate con cuscini per rilassarsi.

Spazi "attraversabili" e volti a favorire "esperienze" e partecipazione

I diversi elementi fin qui richiamati dovrebbero tradursi in una **governance in grado di combinare spazi di autonomia e di supporto e accompagnamento "discreto"**. I dati emersi dal questionario evidenziano in merito come i ragazzi dimostrino volontà di partecipazione. Tra le domande relative alla possibilità di partecipare al progetto per la creazione di un centro culturale, con scala di Likert si scopre che tra il 25% e il 30% degli rispondenti si "metterebbe in gioco" nella creazione di un centro culturale, dando supporto organizzativo, gestionale o facendo proposte. Nella città di Bologna la sperimentazione di progettualità co-costruite insieme ai ragazzi ancora non è codificata, ma già alcune voci, nel corso delle interviste, segnalano occorrenze episodiche interessate da questo punto di vista, e confermano il desiderio degli adolescenti di mettersi in gioco, di guadagnarsi la fiducia nella co-gestione delle attività dedicate a loro. La creazione e la gestione dello spazio possono essere co-progettate e autogestite dai ragazzi, così da accompagnarli, grazie alla presenza degli educatori, in un percorso di sperimentazione e responsabilizzazione. In questo, pur non essendo presenti a livello locale metodologie consolidate, potrebbe invece essere sviluppato un modello comune.

3. AZIONI INTEGRATE

Tenendo come sfondo gli elementi appena richiamati, nella prospettiva del welfare culturale emerge dalla ricerca come sia centrale e vada prevista un'integrazione di elementi in più direzioni.

La necessità di combinare ruoli e figure

È importante un'azione integrata tra educatori, in grado di curare la dimensione relazionale e creare rapporti significativi, e figure esperte del proprio campo culturale e artistico, in grado di curare la dimensione di processo e di contenuto culturale e artistico di qualità. Questo aspetto emerge a più riprese nella dimensione delle interviste, e ha a che fare con il fattore del coinvolgimento dei giovani, sia in termini relazionali sia in termini di credibilità di ciò che viene trasmesso. Il tema della povertà educativa gioca qui un ruolo molto importante, nella condivisione di contenuti di qualità alta, che favoriscono la partecipazione culturale dei ragazzi e accrescono il loro senso di responsabilità nei confronti della comunità di cui fanno parte e del luogo in cui si trovano. Questo aspetto emerge anche nelle risposte al questionario, in particolare nelle tendenze aggregate rispetto alle aree di interesse, rispetto al richiamo a figure di riferimento: i ragazzi apprezzano chi è in grado di produrre contenuti appassionanti (51,9% delle e dei rispondenti ha evidenziato questa opzione), chi ha padronanza della pratica artistica o culturale a livello di stile o tecnica (51,6% degli rispondenti ha evidenziato questa opzione), chi si dedica con impegno all'attività (30% degli rispondenti ha evidenziato questa opzione), apprezzano quindi chi con credibilità approfondisce l'area di interesse a cui sono appassionati.

Azioni ibride e integrate sul piano dei bisogni e beneficiari

La combinazione di ruoli e figure permette di superare **barriere** in termini di capitale simbolico, culturale e di poter anche prefigurare una **eterogeneità di beneficiari**, superando la riproduzione di "servizi e spazi ghetto", pur nelle **criticità** richiamate in questo report che la **risposta a bisogni diversi** comporta e che vanno quindi considerate.

Il livello delle politiche

L'integrazione da un lato risulta già essere praticata da molti soggetti all'interno dei diversi spazi raccontati nelle interviste, diverse iniziative culturali infatti sono messe in campo nella città di Bologna, e nell'ambito delle politiche giovanili con lo scopo di prevenire la dispersione scolastica, la povertà educativa, impiegando la cultura come strumento di inclusione sociale. Dall'altro, tuttavia, sembra emergere un gap tra queste pratiche e le politiche, sul piano del superamento pieno della settorialità.

Le politiche culturali e di finanziamento presentano inoltre a oggi ancora alcuni limiti, caratterizzati da ostacoli di tipo burocratico e amministrativo. Punti nodali in questo sono:

- finanziamenti scarsi e una forte burocratizzazione nell'accesso ad essi;
- una rigidità amministrativa che impedisce la sperimentazione nei contesti già esistenti;
- la necessità di incrociare maggiormente lo strumento di affidamento (bando, manifestazione di interesse, coprogettazione) con il tipo di spazio, per promuovere la rigenerazione urbana a base culturale;
- le pratiche ibride che incrociano pedagogia e arti faticano ancora a trovare spazio nei bandi settoriali;
- vi è un rischio che i operatori culturali, nei bandi settoriali, sopperiscano ad altri servizi, come quelli sociali. I bandi, dunque, devono tenere conto anche delle specificità del settore culturale.

Infine, va evidenziato come la progettazione di spazi e le politiche a loro sostegno dovrebbero prendere in considerazione diverse traiettorie di possibile integrazione progettuale e ibridazione creativa: spazi culturali con una vocazione di ricerca e produzione artistica che si rendono, grazie alle modalità menzionate nella ricerca, attraversabili, e spazi che nascono come servizi ed attività per i ragazzi.

La pianificazione di finanziamenti space-based potrebbe giovare alla creazione di spazi ibridi e insieme attenti alle esigenze non solo dei ragazzi, ma anche di operatori della cultura, delle arti e dell'educazione.

I diversi elementi e temi emersi dalla ricerca, e quelli in sintesi appena richiamati, definiscono delle pratiche che possono contribuire a sviluppare possibili future progettualità. Certa è la necessità di attribuire centralità al tema della co-progettazione, che renda protagonisti i beneficiari delle azioni: i giovani.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

- AGCOM (2020). *L'informazione alla prova dei giovani, Report Giovani*. Servizio Economico e Statistico. <https://www.agcom.it/sites/default/files/migration/rapporto/Studio-Ricerca%2005-03-2020.pdf> (ultima consultazione: 19/1/2025).
- Allegrini, G. (2021). Prospettive di analisi della dimensione culturale del welfare di comunità. In Manzoli, G. e Paltrinieri, R., *Welfare culturale. La dimensione della cultura nei processi di welfare di comunità* (pp. 91-113). FrancoAngeli.
- Allegrini, G. (2022). Partecipazione e innovazione culturale a impatto sociale. In Paltrinieri, R. (a cura di), *Il valore sociale della cultura* (pp. 57-89). FrancoAngeli, Milano.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Appadurai, A. (2004). The Capacity to Aspire: Culture and the Terms of Recognition. In Rao, V. e Walton, M. (Eds.), *Culture and Public Action* (pp.59-84). Stanford University Press.
- Area Educazione, Istruzione e Nuove Generazioni del Comune di Bologna (2023). *Piano adolescenza del Comune di Bologna*. https://www.comune.bologna.it/myportal/C_A944/api/content/download?id=64803ba09f78130099a1b5a4 (ultima consultazione: 24/1/2025)
- Area Educazione, Istruzione e Nuove Generazioni del Comune di Bologna in collaborazione con Fondazione Innovazione Urbana (2024). *Radicalmente Adolescenti: Dossier di fruizione*. <https://assets.culturabologna.it/07a0198b-30b0-457d-9ba1-a7e2433ea1fb-2024-radicalmente-adolescenti-dossier-fruizione-web.pdf> (ultima consultazione: 24/1/2025).
- Augé, M. (2018). *Nonluoghi. Elèuthera*, Milano.
- Bauman, Z. (1991). *Modernity and Ambivalence*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. (2003). *Società del rischio. Verso una seconda modernità*. Carocci, Roma.
- Belfiore, E., & Bennett, O. (2006). Rethinking the social impact of the arts: a critical-historical review. Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick.
- Berkup, S. B. (2014). Working with generations X and Y in generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean journal of social Sciences*, 5(19), 218-229.
- Cicerchia, A. (2021). *Che cosa muove la cultura. Impatti, misure e racconti tra economia e immaginario*. Editrice Bibliografica, Milano.
- Con i Bambini e Openpolis (2024). *Non sono emergenza: Numeri e analisi sul disagio giovanile. Fondo per il contrasto della povertà educativa minorile*. <https://nonsonoemergenza.it> (ultima consultazione 19/1/2025).
- Craig, C. M., Brooks, M. E., e Bichard, S. (2023). Podcasting on purpose: Exploring motivations for podcast use among young adults. *International Journal of Listening*, 37(1), 39-48.
- Cuzzocrea, V., e Benasso, S. (2020). «Fatti strada e fatti furbo»: generazione Z, musica trap e influencer. *Studi culturali*, 17(3), 335-356.
- Cuzzocrea, V., Ilardi, E. e Lovari, A. (2023). *Giovani e immaginari*. Mimesis, Milano.
- Eurostat (2022). *Culture statistics - cultural participation*. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_participation (ultima consultazione 19/1/2025)
- Fancourt, D., e Finn, S. (2019). What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review. World Health Organization. OMS. Copenhagen: WHO regional office for Europe.
- Fulco, E. (2022). Il campo semantico del welfare culturale: tra partecipazione, autorialità e visione sistemica. In Paltrinieri, R. (a cura di), *Il valore sociale della cultura* (pp. 117-128). FrancoAngeli, Milano.

- Giupponi, T.F. e Arcuri, A. (2022). *Sicurezza integrata e welfare di comunità*. Bologna University Press.
- Hammonds, W. (2023), *Culture and Democracy: the evidence. How citizens' participation in cultural activities enhances civic engagement, democracy and social cohesion. Lessons from international research*. Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- ISTAT (2022). *Tempo libero e partecipazione culturale: tra vecchie e nuove pratiche*. https://www.istat.it/it/files/2022/09/Tempo-libero-e-partecipazione-culturale_Ebook.pdf (ultima consultazione 19/1/2025).
- ISTAT (2023). *Benessere Equo e Sostenibile (BES)*. <https://www.istat.it/produzione-editoriale/rapporto-bes-2023-il-benessere-equo-e-sostenibile-in-italia/> (ultima consultazione 19/1/2025).
- Lancini, M. (2023). *Sii te stesso a modo mio: essere adolescenti nell'epoca della fragilità adulta*. Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Manzini, E. (2004). Il design in un mondo fluido. In Bertola, P. e Manzini, E., *Design Multiverso – Appunti di fenomenologia del design* (pp. 15-21). Edizioni Poli.Design, Milano.
- Manzoli, G. e Paltrinieri, R. (2021). Welfare Culturale, una riflessione sul ruolo centrale della cultura nei percorsi di Welfare. In Manzoli, G. e Paltrinieri, R. (a cura di), *Welfare Culturale. La dimensione della cultura nei processi di Welfare di Comunità* (pp. 13-24). FrancoAngeli, Milano.
- Matarasso, F. (1997). *Use or ornament? The Social impact of participation in the Arts*. Comedia, Strout.
- Ministero della Cultura - Direzione generale Educazione, ricerca e istituti culturali con Fondazione Scuola dei beni e delle attività culturali (2023). *Minicifre della cultura 2023*. <https://www.fondazione scuolapatrimonio.it/minicifre-della-cultura-edizione-2023/> (ultima consultazione: 19/1/2025).
- Moliterni, A. (2022). Il disagio giovanile nel prisma delle politiche e dei servizi socio-assistenziali. In Consiglio Nazionale dei Giovani (Ed.), *Il disagio giovanile oggi* (pp. 73-90). Sapienza Università Editrice, Roma.
- Neresini, F. e Ranci, C. (1992). *Disagio giovanile e politiche sociali*. La Nuova Italia Scientifica, Roma.
- Paltrinieri, R. (2012). *Felicità responsabile*. FrancoAngeli, Milano.
- Paltrinieri, R. (a cura di), (2022), *Il valore sociale della cultura*, FrancoAngeli, Milano.
- Paltrinieri, R., Spampinato F. (2024), *Arti come Agency. Il valore sociale e politico delle arti nelle comunità*, FrancoAngeli, Milano.
- Pirni, A. (2010). Giovani e sfera pubblica: due ipotesi di ricerca. *Reti della comunicazione politica: tra televisioni e social network*. [Strumenti per la didattica e la ricerca; 104], 1000-1012.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster, New York.
- Quaglia, M. (2021). I rischi delle semantiche del fare sociale e culturale. In Manzoli, G. e Paltrinieri, R. (a cura di) *Welfare Culturale. La dimensione della cultura nei processi di Welfare di Comunità* (pp. 51-64). FrancoAngeli, Milano.
- Regoliosi, L. (1994). *La prevenzione del disagio giovanile*. La Nuova Italia Scientifica, Roma.
- Ufficio Statistiche Territoriali di Bologna, Studentesse e studenti iscritti alle scuole superiori della città di Bologna (a.s. 2023-24) https://public.tableau.com/app/profile/ufficio.statistiche.territoriali.bologna/viz/Iscritti_Scuole_Superiori_Comune_Origine_Scuola_Dest_MIUR_2023-24_Genere_ScuolesuperioriCMBolognaOrigine-Destinazione (ultima consultazione 19/1/2025).
- Villa, M. (2011). Il disagio giovanile nella cultura ipermoderna. *Minori giustizia: Rivista interdisciplinare di studi giuridici, psicologici, pedagogici e sociali sulla relazione fra minorenni e giustizia*, 4, pp. 28-37.

ELENCO DELLE TABELLE E DEI GRAFICI

- Figura 1: Percentuale di giovani tra 18 e 24 anni che hanno al massimo la licenza media (2023)
- Figura 2: Indicatori culturali nel BES dal 2018 al 2022. Fonte: Minicifre della Cultura (2023)
- Tabella 1: elenco delle scuole che hanno partecipato al progetto, numero di rispondenti e numero complessivo di frequentanti.
- Grafico 1: percentuale di rispondenti al questionario per fascia d'età
- Grafico 2: percentuale di rispondenti al questionario per identità di genere.
- Grafico 3: percentuale di rispondenti al questionario per indirizzo scolastico.
- Grafico 4: percentuale di rispondenti al questionario per luogo di nascita
- Grafico 5: percentuale di rispondenti al questionario per famiglia con esperienza migratoria.
- Grafico 6: sotto-percentuale di rispondenti nati all'estero per tempo di permanenza in Italia.
- Grafico 7: percentuale di rispondenti donne nei diversi indirizzi scolastici
- Grafico 8: percentuale di rispondenti uomini nei diversi indirizzi scolastici.
- Grafico 9: percentuale di rispondenti nati all'estero per indirizzo scolastico
- Grafico 10: percentuale di rispondenti in famiglia con origine migratoria per indirizzo scolastico
- Grafico 11: percentuale di rispondenti per uso di dispositivi elettronici.
- Tabella 2: percentuali di rispondenti per singole aree di interesse nelle tre tornate di risposte.
- Grafico 12: percentuale di rispondenti in istituto professionale nelle diverse aree di interesse (prima tornata)
- Grafico 13: percentuale di rispondenti in istituto tecnico nelle diverse aree di interesse (prima tornata)
- Grafico 14: percentuale di rispondenti al liceo nelle diverse aree di interesse (prima tornata)
- Grafico 15: percentuale di rispondenti in istituto professionale nelle diverse aree di interesse (seconda tornata)
- Grafico 16: percentuale di rispondenti in istituto tecnico nelle diverse aree di interesse (seconda tornata)
- Grafico 17: percentuale di rispondenti al liceo nelle diverse aree di interesse (seconda tornata)
- Grafico 18: percentuale di rispondenti donne nelle diverse aree di interesse (prima tornata)
- Grafico 19: percentuale di rispondenti uomini nelle diverse aree di interesse (prima tornata)
- Grafico 20: percentuale di rispondenti nate o nati all'estero nelle diverse aree di interesse (seconda tornata)
- Grafico 21: percentuale di rispondenti nate o nati in famiglia con origine migratoria nelle diverse aree di interesse (seconda tornata)
- Grafico 22: percentuale di rispondenti nella terza tornata delle aree di interesse.
- Grafico 23: percentuale di rispondenti in famiglia con origine migratoria nella terza tornata delle aree di interesse.
- Grafico 24: percentuale di rispondenti sul totale rispetto alla domanda *Cosa/chi ti consiglia maggiormente nei tuoi gusti?*
- Grafico 25: percentuale di rispondenti sul totale rispetto alla domanda *Con chi condividi maggiormente la tua area di interesse?*
- Grafico 26: percentuale di rispondenti sul totale rispetto alla domanda *Per quali motivi ti piacciono le personalità che hai indicato?*
- Grafico 27: percentuale di rispondenti sul totale alla domanda *Come coltivi la tua passione?*
- Grafico 28: percentuale di rispondenti rispetto alla domanda *Dove coltivi la tua passione?*
- Grafico 29: raffigurazione a torta di percentuali di rispondenti sulla frequenza di partecipazione ad attività in presenza legate al proprio hobby.
- Grafico 30: numero di rispondenti alla domanda *In quale ambito sei maggiormente attiva?*
- Grafico 31: numero di rispondenti alla domanda *Di che tipo di organizzazione fai parte o segui maggiormente?*
- Grafico 32: numero di rispondenti alla domanda *Come coltivi questo impegno?*
- Grafico 33: numero di rispondenti alla domanda *Che genere di podcast/programma radio ti piace?*
- Grafico 34: numero di rispondenti alla domanda *Come ascolti i tuoi podcast/programmi radio preferiti?*
- Grafico 35: numero di rispondenti alla domanda *Qual è il tuo genere musicale preferito?*
- Grafico 36: numero di rispondenti alla domanda *Come ascolti la musica?*
- Grafico 37: raffigurazione a torta dei rispondenti della prima tornata alla domanda *Quante volte vai a concerti?*
- Grafico 38: numero di rispondenti alla domanda *Come coltivi la tua passione per la musica?*
- Grafico 39: numero di rispondenti alla domanda *Che genere di film/serie tv ti piace?*
- Grafico 40: numero di rispondenti alla domanda sui contenuti audiovisivi preferiti
- Grafico 41: percentuale di rispondenti, nelle tre tornate di risposte, alla domanda *Quante volte assisti a proiezioni di contenuti audiovisivi?*
- Grafico 42: numero di rispondenti alla domanda *Quali piattaforme usi?*
- Grafico 43: numero di rispondenti alla domanda *Che genere di contenuti ti piace produrre?*
- Grafico 44: numero di rispondenti alla domanda *Che genere di videogames ti piace?*
- Grafico 45: numero di rispondenti alla domanda *Su che supporto giochi?*
- Grafico 46: raffigurazione a torta della percentuale di rispondenti (nella prima tornata) alla domanda *Quante volte partecipi a incontri dedicati (gaming conventions e raduni di videogamers)?*
- Grafico 47: numero di rispondenti alla domanda *Come coltivi la tua passione per i videogame?*
- Grafico 48: numero di rispondenti alle domande *Che genere letterario ti piace?*
- Grafico 49: numero di rispondenti alla domanda *Che genere di contenuti ti piace scrivere?*
- Grafico 50: raffigurazione del numero di rispondenti alla domanda *Dove ti rifornisci per le tue letture?*
- Grafico 51: numero di rispondenti alla domanda *Dove coltivi la tua passione per la danza?*
- Grafico 52: numero di rispondenti alla domanda *Che genere di fotografia ti piace?*
- Grafico 53: numero di rispondenti alla domanda *Quale social usi per postare le tue foto?*

- Grafico 54: numero di rispondenti alle domande *Che genere di pittura/disegno/grafica ti piace?*
- Grafico 55: numero di rispondenti alle domande *Che genere di pittura/disegno/grafica pratici?*
- Grafico 56: percentuale di rispondenti alla domanda *Quante volte vai a vedere mostre/eventi dedicati a disegno/pittura/grafica?*
- Grafico 57: raffigurazione in scala di Likert delle percentuali di rispondenti alla domanda *Quanto sono importanti questi elementi nella creazione di un centro culturale.*
- Grafico 58: raffigurazione in scala di Likert delle percentuali di rispondenti alle domande *Quanto è importante per te partecipare alla progettazione di attività, condividendo le tue proposte?* e *Che tipo di contributo ti piacerebbe dare a questo progetto?*
- Grafico 59: percentuale di rispondenti sul totale alla domanda *Di che sale dovrebbe essere disposto il centro?*
- Grafico 60: percentuale di rispondenti in raffigurazione a torta alla domanda *In che orari e giorni dovrebbe essere aperto il centro?*

