

Fuori Luogo

Rivista di Sociologia del Territorio,
Turismo, Tecnologia



Numero 5 - Giugno 2019
FedOA - Federico II University Press
ISSN (on line) 2723-9608 - ISSN (print) 2532-750X

SOMMARIO

Turismi e consumi culturali LGBT, dati, flussi e resilienza
Fabio Corbisiero

Perché devo dire qual è il mio orientamento sessuale se voglio farmi semplicemente una vacanza.
L'esperienza dei giovani turisti non eterosessuali italiani
Roberta Bartoletti e Lorenzo Giannini

I giovani LGBT+ nell'Italia contemporanea tra consumi culturali e tecnologie relazionali
Fabio Corbisiero e Carmine Urciuoli

Una questione di matrici: dal questionario cartaceo alle web-survey
Cleto Corposanto e Beba Molinari

Reti resilienti e qualità della vita: formale e informale nelle pratiche di comunità
Luigi delle Cave

Campania university students' motivations to migrate
Francesco Santelli

Rubriche

Interstizi. Letture a 3 T

Incontro Fuori Luogo. Intervista a Salvatore Monaco
Carmine Urciuoli

FUORI LUOGO

Numero 5
Giugno 2019

Sommario

6. Turismi e consumi culturali LGBT, dati, flussi e resilienza

Fabio Corbisiero

8. Perché devo dire qual è il mio orientamento sessuale se voglio farmi semplicemente una vacanza.

L'esperienza dei giovani turisti non eterosessuali italiani

Roberta Bartoletti e Lorenzo Giannini

22. I giovani LGBT+ nell'Italia contemporanea tra consumi culturali e tecnologie relazionali

Fabio Corbisiero e Carmine Urciuoli

41. Una questione di matrici: dal questionario cartaceo alle web-survey

Cleto Corposanto e Beba Molinari

54. Reti resilienti e qualità della vita: formale e informale nelle pratiche di comunità

Luigi delle Cave

71. Campania university students' motivations to migrate

Francesco Santelli

Rubriche

86. Interstizi. Letture a 3 T

94. Incontro Fuori Luogo. Intervista a Salvatore Monaco

Carmine Urciuoli

DIRETTORE

Fabio Corbisiero (Università degli Studi di Napoli Federico II)

✉ direttore@fuoriluogo.info

CAPOREDATTORE

Carmine Urcioli

✉ caporedattore@fuoriluogo.info

COMITATO SCIENTIFICO

Fabio Amato, Enrica Amato, Biagio Aragona, Elisabetta Bellotti, Erika Bernacchi, Kath Browne, Gilda Catalano, Manuela Cipri (†), Matteo Colleoni, Domenica Farinella, Mirella Giannini, Mariano Longo, Noureddine Harrami (†), Mara Maretti, Giuseppe Masullo, Antonio Maturo, Khalid Mouna, Pierluigi Musarò, Katherine O'Donnell, Giustina Orientale Caputo, Gaia Peruzzi, José Ignacio Pichardo Galán, Cirus Rinaldi, Elisabetta Ruspini, Lello Savonardo, Roberto Serpieri, Sarah Siciliano, Annamaria Vitale

COMITATO DI REDAZIONE

Francesco Antonelli, Francesco Calicchia, Amalia Caputo, Linda De Feo, Teresa De Rosa, Monica Gilli, Rosanna Marino, Ilaria Marotta, Pietro Maturi, Dario Minervini, Salvatore Monaco, Santina Musolino, Mirella Paolillo, Emanuele Rossi, Francesco Santelli, Carmine Urcioli, Anna Maria Zaccaria

English text editor: Pietro Maturi

✉ redazione@fuoriluogo.info

tel. +39-081-2535883

English text editor: Pietro Maturi

Impaginazione a cura di Michele Adriano Brunaccini

Grafica di copertina di Michele Adriano Brunaccini

EDITORE

FedOA - Federico II University Press

Centro di Ateneo per le Biblioteche "Roberto Pettorino"

Università degli Studi di Napoli Federico II

Responsabilità editoriale

Fedoa adotta e promuove specifiche linee guida in tema di responsabilità editoriale, e segue le COPE's Best Practice Guidelines for Journal Editors.

Autorizzazione del Tribunale di Napoli n. 59 del 20 dicembre 2016

Direttore responsabile: Carmine Urcioli

ISSN 2723-9608 (pubblicazione on line)

ISSN 2532-750X (pubblicazione cartacea)

Nella valutazione dei lavori proposti, la rivista segue una procedura di peer review. Gli articoli vengono proposti alla valutazione di due referee anonimi dopo aver eliminato ogni eventuale elemento che possa identificare l'autore.

I lavori della rivista sono consultabili su www.fuoriluogo.info

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento anche parziale, con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi. Non sono assolutamente consentite le fotocopie senza il permesso scritto dell'Editore.

Turismi e consumi culturali LGBT, dati, flussi e resilienza

Fabio Corbisiero

Questo numero di "Fuori Luogo" si apre con due saggi sul tema della comunità omosessuale. Sono sempre più numerosi e diffusi i lavori sociologici su Gay, Lesbiche, Bisessuali e Transessuali. Persone le cui identità, rivendicazioni e peculiarità si compongono e ricompongono nell'acronimo LGBT. I primi due saggi della nostra rivista offrono alle lettrici e ai lettori la risposta ad alcune delle domande sociologiche poste sulla comunità LGBT in tema di consumi culturali, attraverso dati inediti di ricerca su campo. Il contributo di Roberta Bartoletti e Lorenzo Giannini inaugura la sezione tematica con un saggio, di taglio empirico, sul turismo LGBT. Vengono presentati i dati di un'indagine esplorativa su giovani turisti italiani omosessuali, finalizzata a raccogliere narrazioni delle loro esperienze di viaggio con una focalizzazione su opportunità e limiti di un'inclusione sociale delle identità di genere non eterosessuali mediata dal mercato. Viene restituito un quadro delle pratiche di consumo, messe in atto dalle persone omosessuali che intrecciano rappresentazioni sociali dell'omosessualità e stigma, comportamenti autodiretti e prassi comportamentali che connotano talune differenze negli stili di viaggio e di vacanza delle persone omosessuali rispetto ai comportamenti della popolazione mainstream.

Il secondo saggio sul tema, scritto da Fabio Corbisiero e Carmine Urciuoli, presenta un altro lavoro empirico sui comportamenti di consumo culturale dei giovani omosessuali italiani. La ricerca, condotta nel biennio 2017-2019, punta a rintracciare nel consumo culturale un dispositivo cruciale per la formazione dell'identità omosessuale. La fruizione culturale dei mass media e dei prodotti (fiction, film, rappresentazioni teatrali...) sarebbe la chiave di rappresentazione del mondo sociale da parte delle generazioni più giovani del mondo LGBT. L'analisi dei due autori mette in luce non solo le modalità attraverso le quali la cultura mediatica dà forma alla sessualità arcobaleno, ma anche i modi attraverso cui a sua volta si elaborano culture non mainstream.

Cleto Corposanto e Beba Molinari offrono un lavoro di natura squisitamente metodologica. Una questione di matrici: dal questionario cartaceo alle web-survey. Tra i sociologi, accademici e non, si registra un interesse sempre più marcato verso percorsi di ricerca che prevedono analisi delle tracce online. Svariate le motivazioni che fanno virare verso l'opzione digitale: l'opportunità di poter svolgere ricerca a bassi costi, analizzando informazioni che sono già disponibili in rete; la possibilità di disporre di dati in tempo quasi reale; la relazione tra forma interattiva e forma intuitiva del dato, soprattutto quando questa relazione è supportata da output grafico-territoriali. Tuttavia, non va trascurato come esistano anche preoccupazioni in merito ad alcuni aspetti di natura metodologica che riguardano l'utilizzo dei Big Data nell'ambito della ricerca sociale che vengono in parte riportate nel saggio. Interrogandosi sulle nuove opportunità offerte dal web e sulle nuove tecniche di approfondimento messe a disposizione dalla web research l'obiettivo dichiarato del paper è quello di approfondire in quali formati i big data siano disponibili per il ricercatore. Le domande intorno a cui si dipanano le riflessioni sono: quali forme hanno le matrici? Sono invariate o hanno subito un cambiamento nel loro formato? Possiamo ancora parlare di analisi bivariata e multivariata?

Il contributo di Luigi Delle Cave è incentrato sulle reti di resilienza del terzo settore. Anche qui si presentano i risultati di una ricerca su campo, condotta nel centro storico di Napoli nel perimetro urbano definito dai tre Decumani (superiore, maggiore e inferiore). Muovendo all'interno di questo ambito urbano e recuperando le dimensioni del BES (Benessere Equo e Sostenibile), il contributo illustra, da un lato, i risultati di una survey nata con l'obiettivo di identificare una serie di indicatori focalizzati sugli aspetti cruciali che (direttamente o indirettamente) influenzano e determinano il livello di benessere degli individui e delle comunità locali; dall'altro, offre una riflessione sulla capacità dei cittadini di rispondere a problematiche sociali attraverso pratiche di resilienza urbana "mediate" dalle reti di terzo settore. Resilienza di comunità e qualità della vita restano dimensioni solo apparentemente lontane; l'autore infatti le mette in relazione approfondendo sia il concetto di "qualità della vita" sia di "resilienza sociale".

L'ultimo saggio di questo numero è di Francesco Santelli che analizza i dati di flusso della migrazione intellettuale riferendosi alla mobilità degli studenti universitari della Campania. Da alcuni anni l'interesse per le migrazioni intellettuali è molto cresciuto, insieme alla consapevolezza del ruolo del capitale umano nella crescita economica. Perché i laureati emigrano? A differenza degli altri migranti, che si spostano per ragioni di carattere prevalentemente economico (tasso di disoccupazione inferiore, migliori prospettive di reddito e di occupazione...), nelle valutazioni di trasferimento degli individui highly skilled, sembrano assumere grande rilevanza anche altri aspetti e caratteristiche di natura sociale, culturale ed istituzionale del territorio di destinazione. Secondo i dati di ricerca la decisione di emigrare è influenzata in misura rilevante dalla prospettiva di vivere in contesti che garantiscano sì migliori opportunità professionali e di lavoro, ma anche maggiore disponibilità e qualità di servizi e infrastrutture per la propria famiglia, ordine pubblico, senso civico diffuso, in sintesi una più elevata qualità della vita, intesa come risultato complessivo di un mix di fattori economici, sociali, culturali e istituzionali strettamente connessi al benessere economico ma riguardanti anche la sfera dei rapporti sociali e delle istituzioni. Adottando questa prospettiva, l'autore enfatizza la comprensione delle dinamiche che influenzano i flussi migratori degli studenti italiani per argomentare la competizione tra Atenei. Per comprendere meglio le motivazioni alla base di questa mobilità intellettuale, l'analisi viene concepita su scala territoriale, in termini di macro-area e quadro regionale. Il focus è sugli studenti che si trasferiscono dalla Campania per iscriversi in università che si trovano altrove in Italia.

Perché devo dire qual è il mio orientamento sessuale se voglio farmi semplicemente una vacanza. L'esperienza dei giovani turisti non eterosessuali italiani*

Roberta Bartoletti e Lorenzo Giannini¹

1. Introduzione: turismo, genere e sessualità nella cornice della società dei consumi

In questo articolo presentiamo i risultati di un'indagine esplorativa di stampo qualitativo su giovani turisti italiani non eterosessuali finalizzata a raccogliere narrazioni delle loro esperienze di viaggio e vacanza, delle loro preoccupazioni e aspettative. Ci focalizziamo sulla relazione tra identità sessuali e viaggio e su opportunità e limiti di un'inclusione sociale delle identità di genere non eterosessuali mediata dal mercato. Partiamo da una prospettiva disciplinare che è quella della sociologia delle pratiche culturali e di consumo, che intendiamo far dialogare sia con gli studi sul turismo sia con una prospettiva trasversale di genere (Ghigi e Sassatelli, 2018; Dell'Agnese, Ruspini, 2005; Corbisiero, 2016).

Negli ultimi anni si è assistito a un crescente interesse nei confronti del turismo Lgbtq², riconosciuto come una nuova frontiera di sviluppo del mercato della vacanza. Il marketing è una delle prime discipline ad essersi interessata alla dimensione di genere, per le opportunità offerte dalla conoscenza di nicchie di mercato emergenti. È accaduto innanzitutto con i consumi delle donne, già all'inizio del Novecento, e più recentemente, soprattutto dagli anni Novanta, con le identità di genere non eterosessuali, nei diversi ambiti del consumo (Maclaran, Otnes e Tuncay Zayer, 2017). Oggi possiamo quindi contare sui dati raccolti da diverse indagini di mercato, che mappano preferenze e pratiche dei turisti Lgbtq nel mondo, e da ricerche accademiche, autonome da finalità commerciali e promozionali, che cominciano a costituire un corpus significativo di dati e riflessioni, seppur alcuni autori lamentino le dimensioni ancora circoscritte del campo di studi (Hughes, 2006a; Southall e Fallon, 2011) e la necessità di approfondire maggiormente alcuni aspetti che tendono ad essere trascurati – quali la specificità della molteplicità di identità sessuali che si celano dietro all'acronimo Lgbtq che emerge parzialmente da ricerche centrate prevalentemente sui maschi gay e, in misura minore, sulle viaggiatrici lesbiche (Hughes, 2006b; Waitt e Markwell, 2006; Pritchard *et al.*, 2000; Therkelsen *et al.*, 2013), le vacanze delle famiglie con genitori dello stesso sesso (Hughes e Southall, 2012; Lucena, Jarvis e Weeden, 2015) o la prospettiva dei turisti omosessuali provenienti da paesi non occidentali (Monterubbio, 2018). Inoltre, la

* Data ricezione 15/05/2019. Versione finale approvata 08/06/2019.

¹ L'articolo è il risultato del lavoro di ricerca degli autori, che in sede di scrittura hanno curato rispettivamente i paragrafi 1, 2 e 5 (Roberta Bartoletti), e i paragrafi 3, 4.1 e 4.2 (Lorenzo Giannini). Ringraziamo i revisori anonimi ed E.A.G. Arfini per i suggerimenti e le osservazioni critiche che hanno orientato la stesura finale dell'articolo. La prima autrice ringrazia infine Cathy La Torre per uno scambio che ha portato a individuare il turismo come ambito privilegiato di riflessione sul consumo Lgbtq.

² Abbiamo scelto l'acronimo LGBTQ, che risulta ancora il più diffuso nella letteratura che abbiamo consultato, per far riferimento alle pratiche turistiche delle persone non eterosessuali e non cisgender e all'offerta turistica loro destinata. In realtà l'acronimo stesso è in continua evoluzione - la versione più aggiornata è "LGBTQIA+ - e nella versione adottata include lesbiche, gay, bisessuali, trans e queer o questioning, ossia diverse espressioni della sessualità e dell'identità di genere che non si conformano alla norma dell'eterosessualità che è strettamente connessa al binarismo sessuale nell'ambito di un rapporto tra genere, sesso e sessualità che nella cultura occidentale si traduce in diverse forme di normatività tra loro intrecciate (Ghigi e Sassatelli 2018, Zappino a cura di 2016).

maggior parte delle ricerche si è focalizzata sui turisti più giovani, mentre sarebbe opportuno analizzare più approfonditamente le differenze generazionali (Hughes e Deutsch, 2010).

Se il turismo Lgbtq è tipicamente affrontato dalla prospettiva degli studi urbani, della sociologia del turismo e del marketing turistico, l'indagine di cui presentiamo i risultati colloca la vacanza e il turismo tra le pratiche di consumo che contribuiscono alla produzione del significato e dell'esperienza (Douglas e Isherwood, 1984, McCracken, 1988). Le stesse ricerche specialistiche sui turisti non eterosessuali partono dalla consapevolezza che il viaggio e la vacanza costituiscano un ambito di esperienza di grande rilevanza in quanto offrono opportunità di fuga da contesti culturali domestici, che se caratterizzati da eteronormatività costituiscono un ostacolo alla libera espressione e sperimentazione della propria identità sessuale (Hughes, 2006a). Le attività del tempo libero, il viaggiare e il fare vacanza offrono quindi importanti occasioni di formazione delle identità non eterosessuali, che secondo Hughes (2002) si devono confrontare con la doppia condanna dello stigma e dell'invisibilità. Crediamo quindi che la relazione tra viaggio e libertà di espressione e auto-realizzazione costituisca un punto di vista centrale per comprendere l'esperienza dei turisti Lgbtq. Le opportunità ma anche le sfide che il viaggio e la vacanza offrono ai viaggiatori non eterosessuali possono essere meglio comprese se contestualizzate esplicitamente all'interno della società dei consumi e della sua evoluzione, che è la cornice culturale, oltre che economica e sociale, in cui intendiamo collocare il nostro studio. Il consumo è una pratica centrale nella vita quotidiana, per la costruzione delle identità, delle relazioni e del significato, e nella società dei consumi costituisce anche uno strumento privilegiato per l'inclusione e l'integrazione sociale (Di Nallo, 1997; Paltrinieri, 1998; Bartoletti, 2002; Sassatelli, 2004).

Se collochiamo le pratiche dei turisti Lgbtq nel campo più vasto dello studio dei consumatori Lgbtq possiamo inoltre attingere a quanto quella letteratura ha rilevato, anche rispetto alle evoluzioni auspicabili della ricerca. Come risulta dalla recente e ampia rassegna di Coffin, Eichert e Noelke (2019) le ricerche sui consumi Lgbtq risentono ancora di alcuni limiti, sia perché spesso sono contestualizzate nell'ambito di una letteratura e di una storia della comunità Lgbtq anglosassone e in particolare nordamericana che non può essere considerata come universale, sia perché molto frequentemente sono centrate sull'esperienza dei consumatori maschi omosessuali di ceto medio, inseriti in contesti di vita urbana. Questi limiti ci sembrano tendenzialmente riprodotti anche nelle ricerche sulle pratiche di consumo turistico (Vorobjovas-Pinta e Hardy, 2016; Monterubbio, 2018), e con il nostro studio cercheremo di contribuire sia offrendo un focus su una specifica realtà nazionale e generazionale, con una propria storia di discriminazione ed emancipazione in un contesto culturale non particolarmente accogliente ma in evoluzione, e su almeno due declinazioni delle identità non eterosessuali, vista la composizione equilibrata dei nostri intervistati tra maschi gay e femmine lesbiche. Crediamo infine di poter rilevare come nelle ricerche sul turismo Lgbtq l'aspetto dell'esperienza non sia ancora sufficientemente indagato, perché sono ancora rari gli studi di stampo qualitativo, anche in Italia. Tra questi ricordiamo le ricerche esplorative sui maschi gay di Hughes (2002), Herrera e Scott (2005), Hughes e Deutsch (2010), quella di Pritchard *et al.* (2000) e di Blichfeldt, Chor e Milan (2013) su turisti gay e lesbiche e di Therkelsen, Blichfeldt, Chor, Ballegaard (2013) sulle viaggiatrici lesbiche.

Ci interessa quindi comprendere, dalla prospettiva dei giovani non eterosessuali italiani, quanto l'esperienza del viaggio e del turismo, in un mercato sempre più orientato a intercettare le nicchie di consumatori Lgbtq, sia messa in relazione alla espressione e realizzazione della propria identità sessuale, e possa favorire o ostacolare una più ampia accettazione sociale, anche e soprattutto in quanto consumatori. Rintracciamo infatti nel consumo un dispositivo cruciale per creare identità sociali e culturali di valore e quindi non solo inclusione e integrazione, ma anche riconoscimento (Honneth, 1992), che nel nostro caso si declina anche in una forma di rispetto tipicamente modellata dai valori di una società a economia di mercato – i cui codici i nostri intervistati dimostrano di conoscere e di saper maneggiare. Se il consumo Lgbtq è un tema di grande rilevanza nell'agenda degli studi su genere, sessualità e consumo, ci auspichiamo quindi di contribuirvi focalizzandoci su aspetti ancora non sufficientemente esplorati e su una specifica realtà nazionale, indagando come i turisti non eterosessuali italiani si trovano a fare i conti con lo stigma, la discriminazione e la questione delle identità sessuali (aspetti la cui rilevanza è sottolineata da Maclaran, Otnes e Tuncay Zayer 2017), nella loro veste di consumatori nel mercato turistico. Ricordiamo come la stessa dimensione dello stigma e della discriminazione non sia scevra da ambiguità nelle società occidentali contemporanee, ambiguità cui i viaggiatori omosessuali fanno fronte anche attraverso il consumo (Eichert, 2017). Lo stesso stigma e la discriminazione costituiscono quindi il risultato non scontato di una negoziazione continua che si realizza in contesti situati (Coffin, Eichert e Noelke, 2019).

2. Il mercato turistico Lgbtq: il mondo e l'Italia

Il turismo Lgbtq non è un fenomeno nuovo, né una mera invenzione del mercato, seppur in questo articolo ci concentreremo sul modo in cui i consumatori Lgbtq sono stati inclusi come nicchia in un sistema produttivo tendenzialmente mainstream, e sulla loro valutazione delle offerte turistiche Lgbtq³. Il turismo omosessuale ha una tradizione che risale ai tempi del Grand Tour Europeo (Graham 2002; Southall e Fallon, 2011), a conferma della relazione tra viaggio e conformazione dell'identità, anche sessuale. Dalla fine dell'Ottocento ai tempi più recenti si sono però rilevate delle importanti trasformazioni nel turismo omosessuale, e i turisti contemporanei si confrontano con un panorama di offerte e contesti diversi che convivono, per effetto di una stratificazione di diverse forme di turismo orientato ai viaggiatori non eterosessuali.

In particolare, Graham (2002) rileva sia la multidimensionalità sia l'evoluzione storica del rapporto tra turismo e omosessualità, distinguendo tre tipologie di turismo che, pur caratteristiche di diverse fasi storiche, oggi possono sovrapporsi e convivere. La prima tipologia è quella del "turismo omosessuale" tipicamente élitario, caratteristico del periodo tra Ottocento e inizio Novecento, dove la vacanza rappresentava una fuga da una casa eteronormativa e omofobica. L'Italia era una delle destinazioni turistiche preferite del turismo omosessuale già dal Settecento, grazie all'assenza di leggi contro l'omosessualità

³ Ringraziamo E.A.G. Arfini che ci ha segnalato una serie di casi di spazi di aggregazione gay, lesbici e queer non necessariamente a vocazione commerciale, dove la dimensione ricreativa e quella politica a volte si sovrappongono - quali Terradilei o i campi di Agape - alcuni dei quali hanno radici tra gli anni Settanta e Ottanta. Queste esperienze, di cui non si trova quasi traccia nella letteratura accademica sul turismo Lgbtq, costituiscono di fatto un'alternativa dal basso e autoorganizzata alle offerte targettizzate Lgbtq dal mercato turistico.

che caratterizzavano invece diversi paesi del Nord Europa (Corbisiero 2016). Il cosiddetto "turismo gay" invece si sviluppa nei cosiddetti "spazi gay" delle metropoli occidentali, spazi urbani frequentati principalmente da maschi omosessuali – quali il Greenwich Village a Manhattan, i quartieri Castro a San Francisco o Soho a Londra. Il turismo gay comincia a connotarsi anche come "lesbian friendly" ma permane una dicotomia tra spazio gay e spazio eterosessuale. La terza tipologia individuata da Graham, il "turismo queer", si afferma a partire dagli anni Novanta, e tipicamente svela e valorizza turisticamente aspetti nascosti di luoghi ed eventi che sono parte di una storia omosessuale mai narrata⁴; questa tipologia di turismo non conferma la dicotomia eterosessuale-omosessuale e segna il passaggio dalla segregazione a una maggiore integrazione tra turisti, spazi e pratiche Lgbtq ed eterosessuali.

Il sistema turistico può offrire servizi specifici per la comunità Lgbtq e garantire un'accoglienza che non è necessariamente scontata nel contesto sociale più allargato. Rientrano in questo ambito sia le offerte Gay- e per estensione Lgbtq- friendly, che denotano «places that are not necessarily gay-run or targeted at gay men but which are nonetheless "welcoming", i.e. more than tolerant» (Hughes, 2002, p. 299) sia spazi o eventi gay-only, destinati e riservati alla comunità omosessuale.

L'Italia, che ancora fino agli anni Cinquanta del secolo scorso rappresentava una destinazione privilegiata del turismo omosessuale, oggi occupa una posizione contraddittoria nel mercato turistico Lgbtq. Mentre l'industria turistica rivolta a questo segmento di mercato è in crescita e costituisce una nicchia interessante anche nel nostro paese, l'offerta turistica nazionale sembra ancora non sufficientemente preparata nel rispondere alle esigenze dei turisti Lgbtq sia italiani sia stranieri. Anche in Italia sono presenti alcune mete riconosciute come gay friendly, e sono rintracciabili esempi di spazi gay, soprattutto nelle città di più grandi dimensioni e in alcune località turistiche, ma il turismo Lgbtq italiano è ancora oggi privo di una strategia sistematica a livello nazionale e di una efficace promozione all'estero, e ha un carattere principalmente urbano e metropolitano (Fagiani, 2010; Corbisiero, 2016).

La posizione dell'Italia è paradossale poiché pur costituendo una meta di vacanza particolarmente ambita è riconosciuta come non sufficientemente gay friendly dai turisti sia italiani sia stranieri. È quanto rilevato dall'Osservatorio Lgbt dell'Università di Napoli (Corbisiero, 2016; Corbisiero e Monaco, 2017) e dal "Gay travel Index" elaborato dalla nota guida turistica Spartacus, che nel 2019 colloca l'Italia al 41esimo posto nella graduatoria, seguita in Europa solo dalla Grecia e dalla quasi totalità dei paesi dell'Est⁵.

L'Italia è un paese dove la comunità Lgbtq fatica ad ottenere pieno riconoscimento e visibilità (Istat, 2012), pur a fronte di importanti cambiamenti sia culturali che legislativi. L'istituto delle unioni civili per le coppie dello stesso sesso introdotto dalla legge Cirinnà nel 2016, che costituisce un passo importante per l'emancipazione (Corbisiero e Monaco, op. cit.), può essere osservato anche come una misura caratteristica di quella che è stata definita "nuova omonormatività" (concetto ripreso in relazione all'Italia da Acquistapace *et al.* 2016, Rebucini 2016), ovvero una politica sessuale neoliberista che garantisce ai cittadini non eterosessuali l'accesso a diritti formali di cittadinanza, a fronte di un rischio di

⁴ Ad esempio la visite guidate di "Go Pink China" sono animate da aneddoti sull'impero e gli affari gay nella Città proibita e la storia gay della Cina (Southall, Fallon, 2011).

⁵ Cfr. <https://spartacus.gayguide.travel/gaytravelindex-2019.pdf>

depoliticizzazione delle istanze della comunità Lgbtq e di una sostanziale accettazione dell'egemonia eteronormativa. I freni all'omonormatività posti da un contesto culturale e istituzionale nazionale non favorevole all'omosessualità (Di Felicianantonio 2015) sarebbero dunque sfidati anche nel nostro paese. La strategia dell'omonormatività si esprime tipicamente attraverso una retorica dell'eguaglianza o dell'identità gay e lesbica (coerente con un'aspirazione all'integrazione e non al sovvertimento della cultura dominante) e pone particolare enfasi su categorie centrali nella cultura neoliberista quali quelle di responsabilità, scelta e libertà individuale. Cercheremo di osservare i racconti dei nostri intervistati anche alla luce di questa prospettiva culturale.

3. Le ricerche sui turisti Lgbtq nella letteratura internazionale

Gli studi confermano che l'orientamento sessuale ha un'influenza sulle pratiche turistiche. Se la letteratura sul turismo Lgbtq è abbastanza concorde nel rilevare che turisti gay e lesbiche condividono motivazioni e tipologie di vacanza con il resto della popolazione, alcuni autori rilevano una maggiore enfasi sul desiderio di fuga e sul bisogno di sicurezza (Hughes 2006, Pritchard *et al.* 2000, Herrera e Scott 2005). L'orientamento sessuale è una variabile che esercita la sua influenza in particolare nella scelta della destinazione turistica, che viene valutata in relazione alla eventuale presenza di atteggiamenti di disapprovazione nei confronti dell'omosessualità, di discriminazione a base sessuale e all'esistenza di leggi contro l'omosessualità. L'orientamento sessuale Lgbtq è quindi rilevante soprattutto come fattore di esclusione di alcune destinazioni specifiche, percepite come rischiose o quanto meno non accoglienti (Hughes, 2002). La relazione tra viaggio e sessualità per i turisti omosessuali sarà inoltre tanto più significativa quanto i contesti domestici sono poco accoglienti o se non si è ancora fatto coming out (Herrera e Scott, 2005), mentre si attenua se la propria identità sessuale può essere espressa liberamente anche a casa (Hughes e Deutsch, 2010). Blichfeldt *et al.* (2011) rilevano come gay e lesbiche possano scegliere destinazioni turistiche sulla base di fattori indipendenti dalla sessualità e che le destinazioni del turismo gay sono apprezzate soprattutto dagli omosessuali che non si trovano in una relazione monogamica. In generale l'interesse per esperienze sessuali in vacanza è più diffuso tra i maschi gay, e non sembra caratterizzare le motivazioni delle viaggiatrici lesbiche (Therkelsen *et al.*, 2013).

Per quanto riguarda le diversità tra gay e lesbiche, nel loro studio Pritchard *et al.* (2000) rilevano che mentre è facilmente individuabile un modello tipico di vacanza gay al maschile (centrata su sesso, corporeità, spiaggia e divertimento), non è altrettanto facile individuare una tipica vacanza lesbica, che viene comunque riconosciuta come diversa da quella gay. Le viaggiatrici lesbiche sembrano meno interessate dei maschi a frequentare destinazioni e spazi gay, e non considerano come aspetti centrali della propria vacanza la possibilità di frequentare locali o eventi Lgbtq; a questo proposito viene rilevato che gli spazi lesbici sono meno numerosi di quelli destinati ai maschi gay (Therkelsen *et al.*, 2013). Inoltre, nella scelta della destinazione le viaggiatrici lesbiche sarebbero più sensibili dei maschi al bisogno di

accettazione, al sentirsi sicure e alla gay-friendliness⁶ (Pritchard *et al.*, 2000); in relazione al tema della sicurezza va però rilevato come la dimensione di genere (l'essere donne) tende a giocare un ruolo ancora più importante dell'orientamento sessuale (Therkelsen *et al.*, 2013).

In generale la letteratura sul turismo Lgbtq individua quindi un continuum, nell'ambito della tipologia di vacanza dei turisti non eterosessuali, che va da una centralità dell'omosessualità (gay-centred) a una mancanza di collegamento con l'omosessualità, passando per vacanze collegate più marginalmente con l'orientamento sessuale (gay-related) (Hughes, 2006a). La comunità di viaggiatori Lgbtq è inoltre diversificata al suo interno per orientamento sessuale, tipologia di famiglia ed età, pur a fronte del persistente cliché del (giovane) maschio omosessuale single e senza figli; le ricerche in futuro dovranno quindi indagare anche i modi di vacanza delle donne non eterosessuali, delle dinamiche specifiche dei viaggiatori non cisgender e transgender, delle coppie monogamiche e delle nuove famiglie arcobaleno, e delle diverse generazioni.

4. Una ricerca su esperienze e aspettative dei giovani turisti non eterosessuali italiani

4.1 Obiettivi e metodo della ricerca

L'obiettivo della nostra ricerca era di raccogliere e mettere a sistema dei racconti in cui i giovani turisti non eterosessuali italiani rendono conto della propria esperienza e dei propri desideri relativamente al viaggio e alla vacanza, in una relazione con la propria identità sessuale che come vedremo non si può considerare scontatamente come centrale, e in un contesto caratterizzato da crescente attenzione del mercato nei loro confronti. In particolare, ci chiediamo se il consumo possa essere effettivamente veicolo di inclusione e riconoscimento delle identità non eterosessuali dei consumatori in quanto tali, in un campo distinto seppur intrecciato, non senza ambiguità e contraddizioni, con quello del riconoscimento dei diritti civili (Corbisiero, 2013). Nello specifico abbiamo cercato di dare risposta a questo quesito attraverso la lente di alcuni dispositivi tipici dell'industria turistica Lgbtq, quali le offerte "lgbtq/gay friendly" e "gay only" che vengono riferite a strutture ricettive e del tempo libero, su cui focalizziamo la discussione dei risultati.

Le interviste sono state realizzate a novembre e dicembre 2017 da un gruppo di studenti del corso di Sociologia dei consumi dell'Università di Urbino Carlo Bo, nell'ambito di un workshop di ricerca sulle pratiche di consumo⁷. Le interviste sono state realizzate prevalentemente in presenza, in limitati casi via Skype, sono state registrate e trascritte dagli studenti in forma anonima e sono state da loro utilizzate per la progettazione di azioni di comunicazione e promozione sincronizzate con i vissuti e i bisogni emersi dai racconti degli intervistati. Successivamente gli autori di questo articolo hanno selezionato il corpus delle interviste realizzate con giovani turisti non eterosessuali e cisgender⁸, che costituivano la quasi totalità degli intervistati, per rilevare l'esperienza dei giovani italiani e connetterla con

⁶ Le indagini sul mercato Lgbtq tendono a confermare che la lgbtq-friendliness è uno dei più influenti fattori nella scelta della destinazione turistica. Nel caso dei turisti Lgbtq nordamericani costituisce la seconda motivazione per importanza dopo la bellezza paesaggistica e naturalistica (Community Marketing 2017).

⁷ Ringraziamo gli studenti iscritti al primo anno della Laurea Magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni nell'a.a. 2017-18 e uno studente della magistrale di marketing che ha scelto di seguire il corso di sociologia dei consumi.

⁸ La presenza di un numero molto ridotto di turisti non cisgender nel nostro gruppo di riferimento empirico non consente di soddisfare il bisogno di illuminare adeguatamente una realtà ancora molto trascurata.

quanto emerge dalla letteratura internazionale. La prevalenza di giovani nel gruppo di riferimento empirico è stato effetto del campionamento a palla di neve realizzato da giovani studenti universitari, che sono entrati più facilmente in contatto con propri coetanei che non con soggetti delle generazioni più adulte.

In questo articolo facciamo quindi riferimento a quanto emerso da 50 interviste e 2 focus group che hanno coinvolto un totale di 29 maschi gay e 26 femmine lesbiche di età compresa tra i 19 e i 31 anni, residenti in comuni situati in tutte le tre macro aree geografiche italiane (Nord, Centro, Sud e isole). Si tratta di un gruppo di riferimento empirico che non può essere considerato rappresentativo della popolazione dei giovani non eterosessuali italiani – peraltro difficilmente definibile nelle sue dimensioni e caratteristiche (Istat, 2012) – ma che ci restituisce dei racconti dotati di senso sulla propria esperienza turistica.

La traccia di intervista semistrutturata, disegnata in modo da accogliere eventuali variazioni e sviluppi sulla base dell'interazione con gli intervistati, è stata predisposta dai docenti a partire da un brainstorming in aula e si strutturava in due macro aree: l'esperienza della vacanza (motivazione, tipologia di vacanza, scelta della destinazione, frequenza dei viaggi, tipologia di struttura ricettiva preferita) e il rapporto con l'offerta turistica Lgbtq (conoscenza, eventuale fruizione e valutazione delle offerte Lgbtq friendly e Lgbtq only, percezione del posizionamento dell'Italia rispetto all'offerta turistica Lgbtq)⁹.

I racconti dei giovani intervistati italiani sono coerenti con il quadro costruito dalla letteratura internazionale sui turisti Lgbtq, con alcune differenze che meritano attenzione. Le interviste offrono insight rilevanti sul senso che l'esperienza del viaggio ha in relazione alla propria identità, non solo sessuale, alla propria vita di coppia, e sulla relazione tra vacanza e omosessualità, tra consumo turistico e accettazione sociale.

4.2 Un rapporto ambivalente con il mercato turistico Lgbtq: inclusione o auto-discriminazione?

Dall'analisi del nostro corpus di interviste emerge come il nostro campione non consideri necessariamente come rilevante il legame tra vacanza e orientamento sessuale e, in alcuni casi, come è ben esemplificato dall'estratto seguente, emerge l'irritazione nel dover legare tra di loro questi due aspetti del proprio vissuto:

«Perché devo dire qual è il mio orientamento sessuale se voglio farmi semplicemente una vacanza? Non sono diverso da nessun altro» (maschio gay, 23 anni, Sud)

L'idea invece che il viaggio possa rappresentare un luogo residuale di libertà di espressione e di auto-realizzazione, così come indica la letteratura (cfr. par. 1) trova un parziale riscontro nelle nostre interviste, in particolare in passaggi come questo:

«L'orientamento sessuale non dovrebbe essere un fattore discriminante, che incida anche sulle vacanze. Perché cavoli, già adesso incide su quasi tutto, se inizia a incidere pure sulle vacanze...» (femmina lesbica, 22 anni, Nord)

⁹ La traccia di intervista includeva una sezione dedicata all'esperienza turistica nella Regione Marche, finalizzato alla fase di progettazione del workshop di ricerca, che non è stata trattata nel presente articolo.

Ma le pratiche rappresentano un nodo importante. Tenerci per mano, baciarsi o abbracciarsi in pubblico sono comportamenti che vengono evocati spesso nelle nostre interviste. Nella loro veste di atteggiamenti codificati, riconoscibili e che permettono ad una coppia di essere riconosciuta in quanto tale, rappresentano nodi problematici nella relazione tra la comunità Lgbt e qualsiasi possibile osservatore, perché vissuti come soglia critica che a seconda del contesto può essere o non essere superata. Nell'estratto seguente emerge più chiaramente il disagio provato da chi agisce la pratica:

«Viaggio molto, all'estero e in Italia, sono stata spesso in Spagna dove mi sono trovata molto bene, standoci con le persone ho visto che c'era più comprensione, guardando queste persone che sono gay o lesbiche che non sono a disagio. Sono molto più aperte più disponibili, socievoli, non hanno paura e non sono a disagio, non si vergognano di baciarsi o darsi la mano, ho visto così la differenza, qua in Italia invece è così è imbarazzante.» (femmina, 19 anni, Centro)

In questa dialettica tra soggetto che agisce e osservatore, emerge in altri casi più chiaramente il ruolo ricoperto dell'osservatore:

«Quando sono andato con il mio ragazzo a Disneyland Paris, c'erano un sacco di coppie gay e un sacco di famiglie e non c'è stato nemmeno uno sguardo brutto o di disprezzo, nonostante sia un posto dedicato alle famiglie, io ho baciato il mio ragazzo dall'emozione... C'erano altri ragazzi che si baciavano e andavano mano nella mano, è stata una giornata fantastica. Lì mi sono sentito veramente libero!» (maschio gay, 23 anni, Sud)

I pacchetti e le offerte che siti o esercenti possono offrire per turisti e viaggiatori Lgbtq sono un altro nodo cruciale. Le reazioni dei nostri intervistati sono diverse. Per una parte degli intervistati l'esistenza di offerte turistiche e pacchetti dedicati agli appartenenti alla comunità Lgbtq viene vissuta come problematica, così come l'uso dei filtri *lgbt friendly* o *gay only* che il turista può trovare sulle piattaforme di online booking o come ulteriore strumento di promozione da parte delle strutture. Non pochi la definiscono come una forma di ghettizzazione, se non addirittura di autodiscriminazione.

«Fondamentalmente con i tempi che corrono ci sta dire "gay-friendly" ma per me è una ridondanza, anzi sarebbe da evitare perché tutto dovrebbe essere gay-friendly visto che appunto pagando ho diritto come chiunque altro. Per il gay only è un po' diverso perché io stesso la ritengo una forma di auto-ghettizzazione (...) è come dire "siccome di la non ci vogliono allora facciamo una cosa solo per noi"» (maschio gay, 22 anni, Nord)

Allo stesso tempo, in un'interpretazione che risulta quasi opposta alla precedente, è proprio la capacità discriminante del filtro lo strumento che permette di tagliare fuori gli atteggiamenti di pregiudizio e creare quindi quello spazio sicuro e sereno che corrisponde maggiormente alla propria idea di vacanza:

«Per me può essere utile perché ovunque troverai qualcuno con pregiudizi nei nostri confronti, e se vado in vacanza mi voglio divertire e voglio essere sereno, non voglio nascondermi o sentirmi giudicato per quello che sono. Quindi io, solitamente, tendo a prenotare in hotel che specificano di essere gay friendly proprio per evitare situazioni di imbarazzo o di disagio. Però, è anche vero che al giorno d'oggi essere gay o lesbica o di qualsiasi altro orientamento sessuale non dovrebbe più recare problemi, cioè non dovrebbe dar fastidio a nessuno... non ci dovrebbe essere il bisogno di specificare se una struttura è gay friendly.... ma purtroppo ancora è così.» (maschio gay, 25 anni, Centro)

L'estratto seguente si pone sulla stessa linea rispetto all'uso dei filtri, ma evidenzia un altro momento importante delle nostre interviste rispetto all'esistenza di offerte, pacchetti e filtri Lgbtq, considerati intervistati come l'opportunità di vivere una vacanza all'insegna del divertimento, divertimento che implica sia la sicurezza di condividere la vacanza con soggetti appartenenti al medesimo target, come per esempio single che vogliono conoscere persone e costruire nuove relazioni, anche sessuali, sia evitare gli imbarazzi che possono derivare dal dover condividere spazi, tempi e rituali della vacanza con turisti appartenenti ad altre categorie, come famiglie con bambini o anziani:

«In Italia, in una spiaggia non attrezzata per noi, ci sentiamo noi a disagio perché magari c'è la mamma col bambino e non possiamo avere determinati atteggiamenti perché danno fastidio. Quindi si preferisce avere una spiaggia attrezzata per noi, tutto qua.» (maschio gay, 31 anni, Sud)

Un ulteriore nodo cruciale nell'esperienza della vacanza è quello che riguarda l'accoglienza, laddove la quasi totalità degli intervistati insiste su aspetti che riguardano il comportamento dello staff dell'hotel. Si sottolinea spesso quanto sia importante che chi si occupa della ricezione degli ospiti abbia un atteggiamento sereno e che la coppia Lgbtq venga trattata esattamente come una coppia etero.

«Già quando si sentono dire cose, com'è capitato spesso quest'estate, di persone discriminate perché due ragazzi omosessuali in una piscina dell'hotel non possono darsi un bacio... Faccio un esempio banale. Cioè, secondo me, la prima cosa che potrebbe fare l'albergatore stesso è essere una persona normale lui e magari cercare di reprimere queste restrizioni mentali che ci sono. Quindi la prima cosa dovrebbe essere quella» (maschio gay, 19 anni, Sud)

Già il momento della prenotazione rappresenta un banco di prova per le due parti in causa: alcuni intervistati cercano di sincerarsi fin da subito se l'esercente avrà problemi con la presenza di una coppia Lgbtq e, più in generale, c'è una forte sensibilità e attenzione per tutta la fase di interazione verbale che avviene a questo livello. Si può quindi scegliere un hotel gay friendly per evitare imbarazzi al momento della prenotazione o alla reception quando si chiede una camera matrimoniale, problema che tipicamente può danneggiare

l'esperienza dei viaggiatori non eterosessuali (la cosiddetta "check in phobia", Hughes, 2006a).

«Per me l'importante sarebbe che quando arrivi o quando parti nessuno fa domande strane. Sei lo stesso cliente, come gli altri, mi devi offrire lo stesso servizio che offri a chiunque» (femmina lesbica, 26 anni, Centro)

Come sottolinea Poria (2006) il comportamento dello staff dell'hotel a questo livello è la fase più critica rispetto a qualsiasi altro elemento del pernottamento, dalle caratteristiche dell'hotel ai numerosi altri momenti di interazione con il personale che possono rappresentare occasioni di un più o meno intenzionale mancato riconoscimento. Ma più in generale l'hotel viene percepito dai nostri intervistati prevalentemente come uno spazio neutro, dove l'orientamento sessuale del turista non dovrebbe essere rilevante per la struttura che lo ospita.

Le offerte turistiche Lgbtq friendly sono quindi una risposta del mercato che in linea di principio viene apprezzata nelle intenzioni, ma che viene valutata in modo ambivalente e non è comunque ritenuta come una soluzione adeguata al problema rappresentato da un contesto culturale che ancora presenta delle resistenze alla piena accettazione dell'omosessualità, alla sua legittimità e alla sua visibilità in pubblico. Gli intervistati italiani rilevano soprattutto una ambivalenza legata al rischio di ghettizzazione (individuata anche da Pritchard *et al.*, 2000), mentre è segnalato solo da due interviste il rischio di una maggiore vulnerabilità dovuta all'essere facilmente riconoscibili come gay. Dai racconti dei nostri intervistati sembra di poter affermare che le offerte rivolte ai turisti Lgbtq siano percepite come caratteristiche di una fase di transizione, che dovrebbe auspicabilmente essere superata con il raggiungimento della piena accettazione sociale.

Nel complesso, nelle scelte di vacanza e nelle esperienze dei nostri giovani intervistati convivono le diverse modalità di relazione tra viaggio e omosessualità. Da un lato gli spazi gay, riconoscibili e separati, sono frequentati dalla quasi totalità degli intervistati perché offrono maggiore possibilità di libera espressione e di incontro per una comunità che sa di essere minoritaria, oltre a una maggiore sicurezza o serenità, e sono presentati come un plus che non costituisce il cuore dell'esperienza turistica, coerentemente con quanto rilevato dalla letteratura (Blichfeldt, Chor, Milan, 2013). Per pochissimi la ricerca di partner sessuali è un movente del viaggio. Dall'altro lato la maggioranza degli intervistati aspira a una vacanza in destinazioni dove omosessuali ed eterosessuali possano condividere spazi e pratiche, senza che questo costituisca un problema. Il superamento di una netta separazione tra turisti con diversi orientamenti sessuali sembra quindi affine alla sensibilità e desideri dei nostri giovani viaggiatori, che infatti non percepiscono un rischio di cannibalizzazione degli spazi gay da parte della popolazione eterosessuale, un tema che invece attraversa la letteratura internazionale e può essere spiegato anche dalla relativa limitatezza degli spazi gay italiani.

«Sostanzialmente optiamo noi gay per locali, feste, hotel e quant'altro, appunto, gay friendly, secondo me perché, parlando anche in prima persona, vogliamo evitare di subire discriminazioni. (...) Da un lato sono favorevole, poiché possiamo star tranquilli, appunto, di non essere maltrattati, possiamo essere noi stessi; ma dall'altro lato, a parer mio,

sarebbe molto più bello se tutti potessimo condividere gli stessi locali senza alcuna distinzione, cosa che accade all'estero.» (femmina lesbica, 20 anni, Sud)

In questo senso emerge soprattutto la necessità di un cambiamento culturale, in particolare in Italia, che ancora oggi viene percepita dagli intervistati come meno gay friendly di altri paesi europei quali la Spagna, il Regno Unito e il Nord Europa, coerentemente con quanto rilevato dalle ricerche. Un intervistato invoca la necessità di una legge antiomofobia, non ancora introdotta dal Parlamento nazionale. In secondo luogo, si lamenta anche uno sviluppo limitato degli spazi gay, che in Italia sono concentrati soprattutto in un numero limitato di città e in alcuni territori vocati al turismo Lgbtq, in accordo con le lacune rilevate dalla letteratura. Per questi motivi, sia culturali che strutturali, le destinazioni estere vengono spesso valutate come un luogo più adatto alla vacanza, soprattutto nell'immaginario prima ancora che nella esperienza diretta – poiché, anche in ragione della giovane età dei nostri intervistati, le esperienze di viaggio autonomo dalla famiglia sono un'esperienza relativamente recente per diversi di loro.

5. Conclusioni: identità sessuali e strategie di consumo turistico

Dopo aver presentato i principali risultati emersi dallo studio esplorativo sui giovani viaggiatori non eterosessuali italiani in un'ottica comparativa, intendiamo concludere con alcune riflessioni sul modo in cui i nostri intervistati usano strategicamente il consumo nell'ambito del viaggio e della vacanza in relazione alla propria identità sessuale, e su come affrontano lo stigma e la discriminazione cui può accadere di dover far fronte. Per restituire un quadro delle pratiche, evidentemente eterogenee, messe in atto dai nostri intervistati ci riferiamo alla articolata classificazione di Eichert (2017), che intreccia rappresentazioni sociali dell'omosessualità, autorappresentazioni di gruppo e corrispondenti strategie nel campo del consumo.

Possiamo rilevare come la strategia dell'invisibilità, che porta a nascondere la propria omosessualità, sia marginale ma non assente, così come sono rintracciabili anche singole pratiche di resistenza simbolica all'eteronormatività, che si manifestano nelle diverse forme di boicottaggio e buycottaggio di marche, strutture e destinazioni turistiche. La strategia di consumo prevalente nel campo del turismo risulta però essere il bricolage riflessivo, che porta i nostri intervistati a combinare esperienze di consumo destinate specificamente ai turisti Lgbtq con offerte rivolte ai consumatori eterosessuali, mettendo in discussione una autorappresentazione eccessivamente rigida dei consumatori Lgbtq come gruppo separato dal resto della società - come emerge chiaramente nell'ambivalenza di valutazione delle offerte Lgbtq (in continuità con quanto rilevato da Visconti 2008). Questo accade a fronte della consapevolezza di non poter dare per scontata la possibilità di esprimere liberamente la propria omosessualità, che a volte gli intervistati sono costretti ad esplicitare anche quando ne farebbero volentieri a meno (il caso spesso citato è quello della richiesta di una camera doppia in albergo). Rileviamo come i nostri intervistati non sembrano particolarmente interessati ad affermare la propria diversità come gruppo sociale attraverso il consumo, secondo logiche e pratiche che sono invece caratteristiche delle subculture. Futuri studi dovranno indagare la probabile influenza della variabile generazionale, poiché i

giovani italiani non eterosessuali hanno beneficiato di un relativo allentamento dell'ostilità nei loro confronti, pur in un contesto che permane eteronormativo e caratterizzato da ambiguità dovute alla convivenza di rappresentazioni sociali contraddittorie. Accanto alla variabile generazionale andrebbe esplorato il ruolo della posizione sociale nel suo intreccio con l'identità sessuale, che nel caso del nostro studio non può emergere chiaramente in quanto abbiamo raccolto racconti di esperienze di turisti prevalentemente di ceto medio, ossia soggetti più facilmente integrabili nelle logiche di una politica omonormativa.

Nel complesso i nostri intervistati sembrano quindi rivendicare più un bisogno di normalità che di riconoscimento della propria diversità: esprimono il desiderio di un cambiamento culturale che consenta loro di vivere più serenamente la propria identità sessuale, analogamente a quanto accade per gli eterosessuali – cui non è richiesto di fare coming out, come rileva un'intervistata. Notiamo inoltre alcune ambiguità, che sono sintomatiche di possibili sviluppi futuri dell'intreccio tra cultura del consumo e politica sessuale. Non possiamo certo rintracciare nel contesto italiano una piena affermazione di una cultura omonormativa di impronta neoliberale, caratterizzata da una forte individualizzazione, depoliticizzazione e da una normalizzazione dell'omosessualità mediata dal mercato che ne disinnesca gli aspetti più perturbanti per l'eteronormatività (Di Feliciano, 2015, Zappino 2016). L'affermazione di un atteggiamento di questo tipo – o di quello relativamente simile che Eichert (2017) definisce "post-gay" – richiederebbe infatti una maggiore sicurezza dell'accettazione della propria identità omosessuale, che in Italia non può esser data per scontata. Quel che si può rilevare è comunque la tendenza dei nostri intervistati a mettere al centro la propria esperienza individuale, seppur percepita come comune a un gruppo sociale, poiché ciò che viene rivendicato è un trattamento "normale", ordinario, che mette in primo piano i propri diritti di consumatore, che dovrebbero essere riconosciuti a *tutti* a prescindere dalle diversità di orientamento sessuale. E qui ci sembra risuonare però la retorica di un'uguaglianza e identità tra omosessuali ed eterosessuali caratteristica della cultura neoliberista, anche perché le rivendicazioni dei giovani intervistati non richiamano la rilevanza delle condizioni sociali e strutturali che, insieme alla sessualità, fanno la differenza. Ulteriori ricerche dovrebbero approfondire al riguardo l'intreccio tra variabile generazionale, identità sessuale e posizione sociale.

In conclusione, sicuramente i nostri intervistati devono confrontarsi con l'ambiguità dello stigma e della discriminazione che caratterizza la società italiana contemporanea, in un processo di negoziazione che si realizza nei diversi contesti in cui si presentano come consumatori, e cui reagiscono con strategie di consumo miste ma attraversate da un evidente desiderio di essere trattati come "clienti normali" più che come uno specifico e distinto gruppo subculturale, come magistralmente sintetizzato da un giovane intervistato:

«Secondo me l'unica cosa irrinunciabile è il rispetto (...), l'essere trattato come persona qualunque e un cliente normale» (maschio gay, 22 anni, Nord)

Se il mercato contribuirà, anche in Italia, a promuovere una normalizzazione addomesticata dell'omosessualità lo scopriremo con le future ricerche intorno a turismo e consumi Lgbtq.

Riferimenti bibliografici

- Acquistapace, A., Arfini, E.A.G., De Vivo, B., Ferrante, A.A., Polizzi, G. (2016). "Tempo di essere incivili. Una riflessione terrona sull'omonazionalismo in Italia al tempo dell'austerità". in Zappino F. (a cura di), *Il genere tra neoliberalismo e neofondamentalismo*. Verona: Ombre Corte.
- Bartoletti, R. (2002). *La narrazione delle cose. Analisi socio-comunicativa degli oggetti*. Milano: FrancoAngeli.
- Blichfeldt, B. S., Chor, J., & Milan, N. B. (2011). 'It really depends on whether you are in a relationship': a study of 'gay destinations' from a tourist perspective. *Tourism Today*, (fall), pp. 7-26.
- Blichfeldt, B. S., Chor, J., & Milan, N. B. (2013). Zoos, Sanctuaries and Turfs: Enactments and Uses of Gay Spaces during the Holidays. *International Journal of Tourism Research*. Vol. 15, N. 5,, pp. 473-483.
- Community Marketing & Insights (CMI) (2017). "22nd Annual LGBTQ Tourism & Hospitality Survey", U.S. Overview Report, November 2017, <https://communitymarketinginc.com/lgbtq-research-downloads/> HYPERLINK "https://communitymarketinginc.com/lgbtq-research-downloads/#tourism-hospitality-studies"
- Coffin, J., Eichert, C. A., & Noelke, A.-I. (2019). "Towards (and Beyond) LGBTQ+ Studies in Marketing and Consumer Research". In Dobscha S. (Ed.), *Handbook of Research on Gender and Marketing*. Cheltenham: Edward Elger Publishing, pp. 273-293.
- Corbisiero, F. (a cura di) (2013). *Comunità omoessuali. Le scienze sociali sulla popolazione Lgbt*. Milano: FrancoAngeli.
- Corbisiero, F. (2016). *Sociologia del turismo Lgbt*. Milano: FrancoAngeli.
- Corbisiero, F., Monaco, S. (2017). *Città arcobaleno. Una mappa della vita omosessuale nell'Italia di oggi*, Roma: Donzelli.
- Dell'Agnesse, E., Ruspini, E. (a cura di) (2005). *Turismo al maschile turismo al femminile: l'esperienza del viaggio, il mercato del lavoro, il turismo sessuale*. Padova: CEDAM.
- Di Felicianantonio, C. (2015). The Sexual Politics of Neoliberalism and Austerity in an "Exceptional" Country: Italy. *ACME: An International E-Journal for Critical Geographies*, 2015, 14(4), 1008-1031
- Di Nallo, E. (a cura di) (1997). *Il significato sociale del consumo*. Bari: Laterza.
- Douglas, M. e Isherwood, B. (1984). *Il mondo delle cose*. Bologna: il Mulino.
- Eichert, C. A. (2017). *The Emergence of Post-Subcultural Identities in Marginalized Consumer Groups*. Paper presented at the 13th Conference of the European Sociological Association. Athens, Greece.
- Fagiani, M.L., (2010). "Turismo Lgbt". In Marra, E., Ruspini, E. (a cura di), *Altri turismi. Viaggi, esperienze, emozioni*. Milano: FrancoAngeli, pp. 85-101.
- Ghigi, R., Sassatelli, R. (2018). *Corpo, genere e società*. Bologna: il Mulino.
- Graham, M. (2002), "Challenges from the margins: gay tourism as cultural critique". In Clift S, Luongo M., Callister C. (Eds.), *Gay Tourism: Culture, Identity and Sex*. London: Continuum, pp.17-41.
- Herrera, S. L., Scott, D. (2005), "'We gotta get out of this place!': Leisure travel among gay men living in a small city", *Tourism Review International*, Vol. 8 No. 3, pp. 249-262.
- Honneth, A. (2002). *Lotta per il riconoscimento*. Milano: il Saggiatore.
- Hughes, H.L. (2002). Gay men's holiday destination choice: a case of risk and avoidance, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 4, 4, July/August 2002, pp. 299-312.
- Hughes, H.L. (2006a). *Pink tourism: holidays of gay men and lesbians*. Wallingford: CABI.
- Hughes, H.L. (2006b). Lesbians as tourists: poor relations of a poor relation. *Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 17-26.
- Hughes, H. L. e Deutsch, R. (2010), Holidays of older gay men: Age or sexual orientation as decisive factors?, *Tourism Management*, Vol. 31 No. 4, pp. 454- 436.
- Hughes, H. e Southall, C. (2012). "Gay and Lesbian Families and Tourism". In Schänzel, H., Yeoman, I., Backer E. (Eds), *Family Tourism: Multidisciplinary Perspectives*. Bristol: Channel View, pp. 125-142.
- Istat (2012), *La popolazione omosessuale nella società italiana, Anno 2011*, https://www.istat.it/it/files//2012/05/report-omofobia_6giugno.pdf
- Lucena, R., Jarvis, N., Weeden, C. (2015). A review of gay and lesbian parented families' travel motivations and destination choices: gaps in research and future directions. *Annals of Leisure Research*. 18 (2). pp. 272-289.
- Maclaran, P., Otnes, C.C. and Tuncay Zayer L. (2017). "Gender, sexuality and consumption", in Keller M., Wilska T-A., Truninger M. (Eds.), *Routledge Handbook on Consumption*. Abingdon e New York: Routledge.

- McCracken, G. (1988). *Culture & Consumption*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Monterrubio, C. (2018). Tourism and male homosexual identities: directions for sociocultural research. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2017-0125>
- Paltrinieri, R. (1998). *Il consumo come linguaggio*. Milano: FrancoAngeli.
- Poria, Y. (2006). Assessing Gay Men and Lesbian Women's Hotel Experiences: An Exploratory Study of Sexual Orientation in the Hotel Industry. *Journal of Travel Research*. 44 (3): 327 – 334. doi: 10.1177/0047287505279110.
- Pritchard, A., Morgan, N., Sedgley, D., Khan, E. e Jenkins, A. (2000). Sexuality and holiday choices: conversations with gay and lesbian tourists. *Leisure Studies*. 19, 267–282.
- Rebucini, G. (2016). "Cannibalismo queer: Gramsci e le strategie di trasformazione molecolare". in Zappino F. (a cura di), *Il genere tra neoliberalismo e neofondamentalismo*. Verona: Ombre Corte.
- Sassatelli, R. (2004). *Consumo, cultura e società*. Bologna: il Mulino.
- Southall, C. e Fallon, P., (2011). "Lgbt Tourism". In Robinson, P., Heitmann, S., Dieke, P. (Eds.), *Research Themes for Tourism*. Cambridge: Cabi, pp. 218-232.
- Therkelsen, A., Blichfeldt, B. S., Chor, J., Ballegaard, N. (2013). "I am very straight in my gay life". *Journal of Vacation Marketing*. 19(4), 317–327. doi:10.1177/1356766712474449
- Visconti, L.M. (2008), "Gays' market and social behaviors in (de)constructing symbolic boundaries," *Consumption Markets & Culture*, 11 (2), 113-135.
- Vorobjovas-Pinta, O. e Hardy, A. (2016). The evolution of gay travel research. *International Journal of Tourism Research*. Vol. 18 No. 4, pp. 409-416.
- Waitt, G., Markwell, K. (2006). *Gay Tourism. Culture and Context*. New York London Oxford: Haworth Hospitality Press.
- Zappino, F. (a cura di) (2016). *Il genere tra neoliberalismo e neofondamentalismo*. Verona: Ombre corte.

I giovani LGBT+ nell'Italia contemporanea tra consumi culturali e tecnologie relazionali*

Fabio Corbisiero e Carmine Urciuoli¹

1. Introduzione

Da diversi anni ormai la rappresentazione sociale delle persone LGBT+ è diffusa nell'universo culturale e mediatico; piuttosto che un'idea omogenea del "global gay" (Martel, 2014), ciò che troviamo, in una gamma sempre crescente di media, è un caleidoscopio intersezionale di espressioni e di idiomi su generi e identità sessuali.

L'intersezione di media e identità sessuali sta producendo un ricco dibattito accademico che va dalle politiche di cittadinanza sessuale alla dimensione del coming out, impiegando nuove chiavi di lettura per l'analisi del tema. Arthurs (2004) e Brown (2002), solo per citare alcuni studiosi, osservano che i media sono i principali dispositivi di "regolazione" della sessualità in quanto affrontano temi come la morale sessuale nelle sfere pubbliche e private; altri ancora (Gross, 1994; Kim *et al.*, 2007) guardano ai limiti della rappresentazione delle identità sessuali in un mercato dei media liberalizzato. Mentre gli studiosi di molte discipline accademiche concordano sul fatto che questo argomento sia importante, la frammentazione e il restringimento disciplinare dello studio della sessualità e dei media hanno spesso impedito di impegnarsi nel dialogo accademico sull'importanza di studiare la "sessualità mediata" come componente significativa della formazione dell'identità individuale e collettiva delle persone LGBT+.

Soprattutto in Italia, l'esiguità di teorizzazioni e rilievi empirici sui consumi culturali delle persone omosessuali possono, sinteticamente, riferirsi al prevalere di paradigmi eteronormati che privilegiano una lettura "mainstream" del fenomeno; ma anche alla refrattarietà di alcuni filoni di ricerca che ignorano la prospettiva dei cultural studies (Trappolin, 2009).

Obiettivo di questo saggio è quello di presentare i dati di una ricerca empirica sull'influenza dei prodotti mediatici sui percorsi evolutivi dei giovani LGBT+ italiani.

La cornice che fa da sfondo alla ricerca è la trasformazione delle biografie dei giovani omosessuali alla luce delle trasformazioni dei media. Queste ultime hanno provocato la diffusione di traiettorie sempre più eterogenee e differenziate all'interno dell'universo mediatico giovanile, insieme alla contrazione degli orizzonti spazio-temporali. Si tratta di un tema che tuttavia lascia scoperte molteplici questioni, che saranno oggetto di esplorazione e approfondimento dal punto di vista teorico, epistemologico, empirico, nel corso di questo articolo.

Gli obiettivi principali dell'indagine possono essere sintetizzati nelle tre domande cognitive che guidano il percorso di ricerca: Quali sono le esperienze che caratterizzano il rapporto tra i media e i giovani LGBT+ rispetto alla consapevolezza della propria sessualità?

* Data ricezione 4/05/2019. Versione finale approvata 2/06/2019.

¹ Università degli studi di Napoli "Federico II".

In che modo i consumi mediatico-culturali influenzano i processi di relazione sociale dei giovani omosessuali? Quali sono gli elementi che conducono i giovani LGBT+ a reclamare il proprio diritto alla cittadinanza?

La nostra interpretazione del fenomeno rintraccia nel consumo culturale un dispositivo cruciale per la formazione dell'identità omosessuale e, al tempo stesso, rappresenta la chiave di rappresentazione del mondo vista attraverso la comunità LGBT+. L'analisi dei dati fa luce non solo sulle modalità attraverso le quali la cultura mediatica dà forma alla sessualità arcobaleno (Corbisiero, 2013), ma anche sui modi attraverso i quali, proprio a partire da questa categoria socio-sessuale, a sua volta si elaborano culture peculiari. Tale sforzo analitico, come vedremo, intende evidenziare i limiti di alcuni apparati teorico epistemologici tuttora in uso, a partire dal focus sulle esperienze giovanili. Si intende mostrare, in primo luogo, la tendenza a utilizzare le esperienze maschili-eterosessuali come norma sociale, neutra e misura dell'universale, senza esplicitare le problematicità di tali pratiche. In secondo luogo, si vuole portare l'attenzione sulla tendenza (ancora attuale) a considerare i generi, le sessualità, gli orientamenti sessuali, solo nel momento in cui riguardano coloro che sconfinano rispetto agli standard normativi, rafforzando ulteriormente il privilegio invisibile di cui godono le parti prese come standard, pur senza nominarlo, all'interno della rappresentazione del mondo sociale.

2. Cosa vuol dire essere (giovani) LGBT+?

La giovinezza identifica un concetto sociologico dai confini malleabili, ontologicamente mutevoli, che si evolve e si trasforma seguendo le cornici di pensiero e le prospettive dalle quali lo si osserva. Diversamente dagli assiomi durkheimiani, questo concetto non può essere considerato un fatto sociale, inteso come entità preesistente e indipendente dal nostro modo di farne esperienza e renderlo intellegibile. Piuttosto, esso può essere considerato una rappresentazione sociale (Moscovici, 1961), che rende tangibile ciò che è prodotto dalle interazioni sociali senza però cristallizzarsi in un monolite concettuale. Ne consegue che ogni epoca storica porta con sé una determinata idea riguardo alle varie fasi della vita. Come argomentano Dal Lago e Molinari (2001, p. 13): «occorre (...) interrogarsi sia sul perché in una determinata epoca storica abbia prevalso una particolare idea di giovinezza sia sul perché alcuni modelli di identificazione abbiano prevalso su altri».

Allo stesso tempo, è necessario porre in costante relazione la simbologia associata all'universo giovanile con i modelli di età adulta che si consolidano nelle differenti epoche storiche. Ancor più se si considera che le istituzioni sono portate a trovare sempre nuovi modi per affermare il controllo sociale sui giovani. Queste considerazioni intendono sottolineare come ancora oggi le riflessioni prodotte nello scorso secolo mantengono una propria forza, che riecheggia nei dibattiti contemporanei. In Italia uno tra i più fertili e affermati filoni di studi giovanili risale a metà degli anni Ottanta, con la pubblicazione de *Il tempo dei giovani* (Cavalli, 1985) e le prime ricerche dell'Istituto IARD (Cavalli, Cesareo, *et al.*, 1984), ripetute fino ai primi anni Duemila (Cavalli e De Lillo, 1988, 1993; Buzzi, Cavalli, De Lillo *et al.*, 1997, 2002, 2007). Tra gli studi più recenti si cita il rapporto dell'Istituto Giuseppe Toniolo (2019). In linea con la dilatazione dei processi di adultizzazione emersa dai risultati di molte tra le ricerche citate, queste indagini modificano le coorti di età utilizzate nei rispettivi campionamenti per includere quelle fasce di popolazione la cui distinzione tra

giovinezza e adultità è apparsa sempre più sfumata. Storicamente comprese tra i 15 e i 24 anni nelle prime inchieste gli studi empirici, hanno successivamente esteso fino ai 34 anni l'età giovanile a partire dal nuovo millennio. Questa estensione ha avuto il fine di includere coloro che, già definiti altrove come giovani adulti, si trovano a non aver oltrepassato tutte le soglie che un tempo sancivano normativamente il termine della giovinezza.

Oltre alle coorti di età e alle principali agenzie di socializzazione, tra cui i media, le dimensioni del genere e dell'orientamento sessuale giocano un ruolo di primo piano nel plasmare le rappresentazioni mediatiche e i consumi culturali. Diverse studiose e studiosi (Leccardi, 2005; Caputo, Corbisiero, 2010; Scarcelli, Riva, 2016; Rinaldi, Bacio, 2019; Barca, 2018) hanno investigato tali differenze come dimensione privilegiata per guardare al rapporto tra media ed esperienze giovanili: da un lato interpellando il genere e l'orientamento sessuale come chiave di lettura, spesso di decostruzione, dei paradigmi identitari dominanti; dall'altro, come strumento di messa in discussione delle stesse biografie giovanili. Per l'Italia, fra tutt*, Leccardi ha approfondito entrambe le tematiche (1995, 1996, 1999, 2005). Ancora, più nel dettaglio, Gross (1994) ha mostrato come specifiche rappresentazioni dei media possano essere ritrovati tra giovani gay uomini e donne, a differenza di quanto accade a coetanei dell'altro genere/orientamento sessuale. Inoltre, un perno della riflessione sociologica più recente riguarda l'eteronormatività alla base dei ruoli maschili e femminili trasmessi dai processi di socializzazione terziaria. Il tema della maschilità, con particolare riferimento alla fase adolescenziale della socializzazione, è trattato da Burgio (2010; 2012). Nei suoi studi sono discusse le pratiche di costruzione delle soggettività maschili, in particolare quelle che si riconoscono come non eterosessuali, in cui il difficile percorso di autodefinizione è sottoposto da una matrice ideologica e culturale che accomuna sessismo, misoginia, eterosessismo.

Questa premessa per esplicitare uno dei principali assunti della nostra ricerca che, come vedremo, riguarda l'eteronormatività dei percorsi dei giovani omosessuali e del concetto di adultità: la transizione giovanile è inserita all'interno di un contesto mediatico che "normalizza" l'eterosessualità. L'ideologia dominante mantiene un latente, ma fondamentale, sottotesto che rende quella eterosessuale la via standard, preferibile rispetto al caleidoscopico universo delle differenze sociali. Da questa norma si sprigionano parallelamente forme di discriminazione e pressione sociale verso tutte le espressioni mediatiche di soggettività che non riproducono l'allineamento tra sesso, genere e orientamento sessuale. Definendo queste pressioni sociali col nome di «eterosessismo» (Herek, 1992; Speer, Potter, 2000; Walls, 2008), esse sono rivolte quindi a tutte le modalità che si discostano dal modello maschile/femminile cisgender eterosessuale. Ci si interroga sul percorso ambivalente che può portare le persone a considerarsi omosessuali: la propria identità sessuale è quella che viene attribuita dalla società (eterosessista) o dal gruppo dei pari e dalla comunità omosessuale? La consapevolezza identitaria dipenderebbe da una componente autoriflessiva che spinge le persone omosessuali a propendere per una rappresentazione di se stessi negativa o positiva. Quello da cui gli omosessuali sono condizionati nella determinazione del proprio orientamento sessuale non sono caratteristiche innate, ma il rifiuto sociale, per cui molte persone bloccano o rimandano il processo di riconoscimento autonomo della propria identità sessuale. Uno scontro tra gli "universalisti" con le loro prospettive assimilazioniste e i "minoritari" con le loro strategie

separatiste. In coda a questa temperie si situa l'elaborazione della più recente prospettiva queer a cui si deve una riflessione ulteriore sul tema della sessualità contemporanea. All'inizio degli anni Novanta una serie di studiosi e studiosi, influenzati dal post-strutturalismo francese e dal connubio tra decostruzionismo e psicoanalisi junghiana, assume una posizione costruttivista radicale, con effetti culturali e politici sulla questione della cittadinanza sessuale che sarà una delle leve del discorso intorno alla comunità omosessuale fino ai tempi più recenti (Butler 1990; De Lauretis 1991; Bell, Binnie 2004).

3. La ricerca: obiettivi e metodologia

La ricerca che presentiamo ha per oggetto i giovani LGBT+ e i consumi culturali in Italia. Essa si collega strettamente ad una survey nazionale dal titolo "Indagine sulle persone LGBT+ nell'Italia Contemporanea" in cui è stata analizzata la popolazione LGBT+ italiana in maniera multidimensionale tenendo insieme dimensioni individuali, relazionali e contestuali che strutturano una comunità omosessuale: dalle cerchie relazionali alla mobilità sociale e territoriale; dal turismo al lavoro fino agli orientamenti religiosi o ai comportamenti di prevenzione sanitaria. In questo lavoro abbiamo estratto dal "campione" la coorte dei giovani secondo la definizione proposta in precedenza, analizzando i loro consumi culturali e gli effetti sulle proprie biografie. In tal senso abbiamo considerato la dimensione delle "soggettività sessuate" (Plummer, 2010) come un simbolo dei processi di risignificazione dei media e di emancipazione rispetto ai modelli più (etero)normativi.

Per raggiungere gli obiettivi della ricerca abbiamo estratto dal campione autoselezionato generale di 1603 rispondenti, il sottocampione di 853 persone di età tra i 14 e 39 anni da tutte le aree geografiche della penisola. Il questionario, rivolto solo a persone LGBT+, è stato somministrato esclusivamente on line da maggio del 2018 a luglio 2019 utilizzando la piattaforma "SurveyMonkey", che ha consentito di programmare salti di pagina e percorsi di risposta che escludessero le persone non facenti parte del target LGBT+².

Ai fini di questo lavoro sono stati utilizzati dati dalle seguenti aree tematiche: profilo sociodemografico, vita sociale e associativa, vita digitale, consumi culturali. Il questionario presentava molte domande a risposta aperta, ed al termine di quasi ogni batteria di domande la possibilità di inserire commenti e motivazioni alla risposta data. Sono esaminate le risposte alle domande in cui veniva chiesto quali fossero le influenze positive e le influenze negative all'accettazione della propria identità di genere e del proprio orientamento sessuale. Questi sono stati analizzati attraverso strumenti di text analysis³ e riportati in percentuale.

4. I dati strutturali dei giovani omosessuali

Degli 852 giovani del sottocampione, se suddividiamo il campione in classi di età quinquennali, la classe di età più numerosa è quella compresa tra i 14 e i 19 anni; questo bias è parzialmente attribuibile alla modalità di somministrazione on line. Il numero di rispondenti di sesso alla nascita femminile (471; 55%) è superiore al numero di rispondenti

² È stata predisposta una pagina apposita sul sito dell'Osservatorio LGBT. Una copia completa del questionario è all'url seguente: <https://tinyurl.com/v5ajo8d> (consultato il 14/04/2019).

³ È stato utilizzato il software Iramuteq, ed il tool on line "Text Analyzer" (textalyser.net/) (visitato/utilizzato il 20/04/2019).

di sesso alla nascita maschile (381; 45%). 25 rispondenti dichiarano di vivere una condizione di intersessualità⁴. 205 rispondenti dichiarano di non conoscere il significato del termine intersessualità.

Classe di età	F	M	Tot	%
14 - 19	192	122	314	37
20 - 24	126	101	227	27
25 - 29	72	66	138	16
30 - 34	50	53	103	12
35 - 39	31	39	70	8
Totale	471	381	852	100

Tabella 1 - Sesso alla nascita per classe di età (% di riga)

Genere	Orientamento					Tot.	%
	Altro	Bisex	Etero.	Omosex	Tot.		
<i>Femminile Cisgender</i>	27	139	0	204	370	43	
<i>Maschile Cisgender</i>	4	48	0	291	343	40	
<i>Transgender FtM</i>	6	6	7	6	25	3	
<i>Transgender MtF</i>	4	0	4	5	13	2	
<i>Non binary / Queer / Questioning</i>	48	14	1	39	102	12	
Tot.	89	207	12	545	853	100	
%	10	24	1	64	100		

Tabella 2 – Genere e Orientamento (% riga e colonna)

⁴ Intersessualità è un termine usato per descrivere le persone i cui cromosomi sessuali, i genitali e/o i caratteri sessuali secondari non sono definibili come esclusivamente maschili o femminili. Le cause di tali caratteristiche possono essere varie, sia congenite sia acquisite (come nel caso di alcuni disturbi ormonali) e possono intervenire a livello cromosomico, ormonale e morfologico. L'intersessualità è una condizione biologica differente rispetto all'orientamento sessuale e all'identità di genere. Da Wikipedia, <https://it.wikipedia.org/wiki/Intersessualità> (consultato il 2/4/2019).

Per quanto riguarda l'identità di genere del campione, se escludiamo le maggioranze cisgender, cioè gli individui non transgender (370 donne e 343 uomini), la parte restante si distribuisce su 38 persone transgender (13 da maschio a femmina, 25 da femmina a maschio)⁵. 102 soggetti (il 12%) dichiarano di avere un'identità che non può essere ricondotta alla dicotomia maschile/femminile. Tra questi ci sono coloro che si stavano interrogando sulla propria identità di genere. Le 12 persone eterosessuali sono transgender. 545 (il 64%) sono gli omosessuali (204 F e 291 M), 207 rispondenti (il 24%) si definiscono bisessuali, di questi 139 sono di genere femminile e 61 maschile. 89 persone (il 10%) hanno utilizzato altre definizioni per descrivere il proprio orientamento, "queer", "pansessuali", "asessuali", ecc... Ai fini dello studio si è preferito accorpate queste definizioni nella categoria "Altro". Il numero più ridotto di persone transgender tra i rispondenti (pochissimi hanno completato il questionario per intero) può essere giustificato con la ridotta alfabetizzazione informatica e di navigazione sul web, nonché con il mancato possesso di PC delle persone transgender che vivono un vero e proprio divario digitale: un altro elemento di discriminazione che queste persone soffrono nella nostra società.

	F	%	M	%	Tot	%
<i>Post laurea (master, dottorato o altra specializzazione)</i>	21	5%	29	8%	50	6%
<i>Laurea Specialistica/magistrale o a ciclo unico</i>	50	11%	51	14%	101	12%
<i>Laurea triennale</i>	72	15%	47	13%	119	14%
<i>Diploma scuola media superiore</i>	186	40%	161	43%	347	41%
<i>Licenza media</i>	134	29%	83	22%	217	26%
<i>Licenza elementare</i>	1	0%	0	0%	1	0%
<i>Non ho alcun titolo di studio</i>	2	0%	0	0%	2	0%
<i>Tot.</i>	466	100%	371	100%	837	100%

Tabella 3 Ultimo titolo di studio per genere (% di colonna)

La maggior parte dei rispondenti dichiara di possedere un diploma di scuola media superiore (41%) o di licenza media (il 26%) anche per motivi anagrafici. Il 36% ha conseguito la laurea. Il 6% dei rispondenti ha un titolo di studio post-laurea. Tra le caratteristiche strutturali aggiuntive del campione, 40 rispondenti dichiarano di essere disabili e dalle risposte che forniscono si evince che la metà di questi ha una disabilità motoria più o meno grave.

5. Consumi culturali e influenza sociale sui processi di socializzazione identitaria

I prodotti multimediali sono spesso visti dalle persone omosessuali come una realtà distorta che diffonde stereotipi (spesso in maniera sensazionalista), che contribuisce al mantenimento della eteronormatività e alla diffusione dell'omofobia. Da un'altra parte, i media sono anche visti come potenzialmente in grado di contribuire alla integrazione sociale delle persone LGBT essendo uno degli agenti più influenti della socializzazione. Come valutano questo impatto i nostri rispondenti?

⁵ Nel testo sono usate le abbreviazioni MtF e FtM per indicare l'identità di genere delle persone transgender, nel primo caso da Maschio a Femmina, e nel secondo caso da Femmina a Maschio; viene utilizzata l'abbreviazione Cis per indicare persone non transgender e Maschio o Femmina o le abbreviazioni M o F per indicare il sesso alla nascita.

È la rappresentazione positiva e incoraggiante di personaggi e storie presenti nell'immaginario massmediale a raccogliere il maggior numero di indicazioni: le espressioni che abbiamo raggruppato in "serie TV", sono risultate le più ricorrenti, con il 34% delle risposte raccolte nella domanda sulle influenze positive all'accettazione del proprio orientamento sessuale. Hanno rilievo statistico, come esamineremo anche oltre, i titoli di alcune serie TV che variano sulla base all'età e del genere (per esempio "The L word", "La vita di Adele" sono indicati dalle donne; "Maurice" o "Ragazzi che amano ragazzi" dagli uomini più adulti). Seguono con il 16% ciascuno, gli amici ed i compagni di scuola, che sono stati raggruppati in gruppi di espressioni separate, includendo tra i primi gli amici di infanzia, di gioco, dei pari, tra i secondi le conoscenze acquisite nel contesto scolastico. I termini "Siti web" e "internet" compaiono, insieme o separati, nell'11% dei casi. Spesso vi è l'indicazione del sito specifico (Gay.it, "Sito di Giovanni Dall'Orto", YouTube) e si notano variazioni rispetto all'età del rispondente e all'orientamento.

Espressione	Freq. Rel.
serie tv	34%
i miei amici	16%
compagni di scuola	16%
libri film	14%
siti web	11%
la mia famiglia	7%
Associazioni Pride	2%
	100%

Tabella 4 - Espressioni più frequenti tra le influenze positive all'orientamento sessuale.

Marginale, ma presente, il supporto della famiglia, dei genitori, parenti. Più defilato il ruolo delle associazioni con gli sportelli di ascolto e di aiuto, e le manifestazioni come il Pride, che si riferiscono probabilmente ad uno stadio di accettazione posteriore. Mancano del tutto i servizi territoriali, che non sono citati da alcun rispondente.

Si riportano due testimonianze rappresentative raccolte attraverso la domanda a risposta aperta:

«Al liceo ho cominciato a provare attrazione mentale e fisica verso una persona del mio stesso sesso, ho cominciato a vedere film lgbt (La vita di Adèle, Fucking Åmål, Carol, Imagine me and you, Boys don't cry...) e leggere libri (Le mille bocche della nostra sete, Il blu è un colore caldo...)» (Donna bisessuale, 20 anni, Milano).

«Un'influenza molto positiva mi è stata data da un'amica stretta che mi ha ricordato che non si vive per fare contenti gli altri. E non si può rinnegare la propria natura. Mi ha aiutato anche [a] informarmi [con] i diversi video su YouTube di ragazzi e ragazze che parlano dell'omosessualità con tranquillità e scherzandoci sopra» (Donna omosessuale, 29 anni, Vittoria).

Le influenze positive alla propria identità di genere (trans o cis) si riferiscono a siti web e canali social e informativi tematici ("Transition channel", "ContraPoints", "Judith Butler"), grazie ai quali i rispondenti hanno potuto acquisire le informazioni utili alla propria accettazione.

Espressione	Freq.
compagni di scuola/classe	73%
la mia famiglia	16%
i miei genitori	11%
	100%

Tabella 5 - Espressioni più frequenti tra le influenze negative all'orientamento sessuale.

La cerchia di amici è il luogo in cui viene agita la violenza che sortisce influenze negative all'accettazione del proprio orientamento o di un'identità di genere non normativa. I compagni di scuola e la scuola in sé vengono indicati infatti dai più (per il 77% delle occorrenze) come fonte di influenza negativa, insieme alla Chiesa (le espressioni a questa riconducibili raccolgono il 12%) ed al contesto (in cui sono le

espressioni come "quartiere in cui vivo", "vicini", raccolgono l'11%) in cui ci si ritrova a vivere. Si riportano due commenti rappresentativi:

«Ricordo la derisione generalizzata dell'omosessualità anche da parte di ambienti "aperti", Compagni di scuola, Derisione del mio preside e di altri insegnanti omosessuali a scuola, Famiglia legata spasmodicamente alla "bella figura" (non religiosa), partecipanti al gay pride dipinti nei media come "fenomeni da baraccone"» (Uomo omosessuale, 33 anni, Milano)

«la religione per come è stata insegnata a me al catechismo o in famiglia, il fatto di non aver avuto riferimenti o aiuti e che certi argomenti erano tabù, sia a casa che a scuola» (Uomo bisessuale, 21 anni, Caltagirone)

I termini polarizzanti indicati per le influenze negative sono più ridotti rispetto alla varietà di termini utilizzati per le influenze positive, e ruotano attorno al contesto scolastico e familiare, in alcuni casi indicata in senso generale ed in altri in senso più specifico ("i miei genitori").

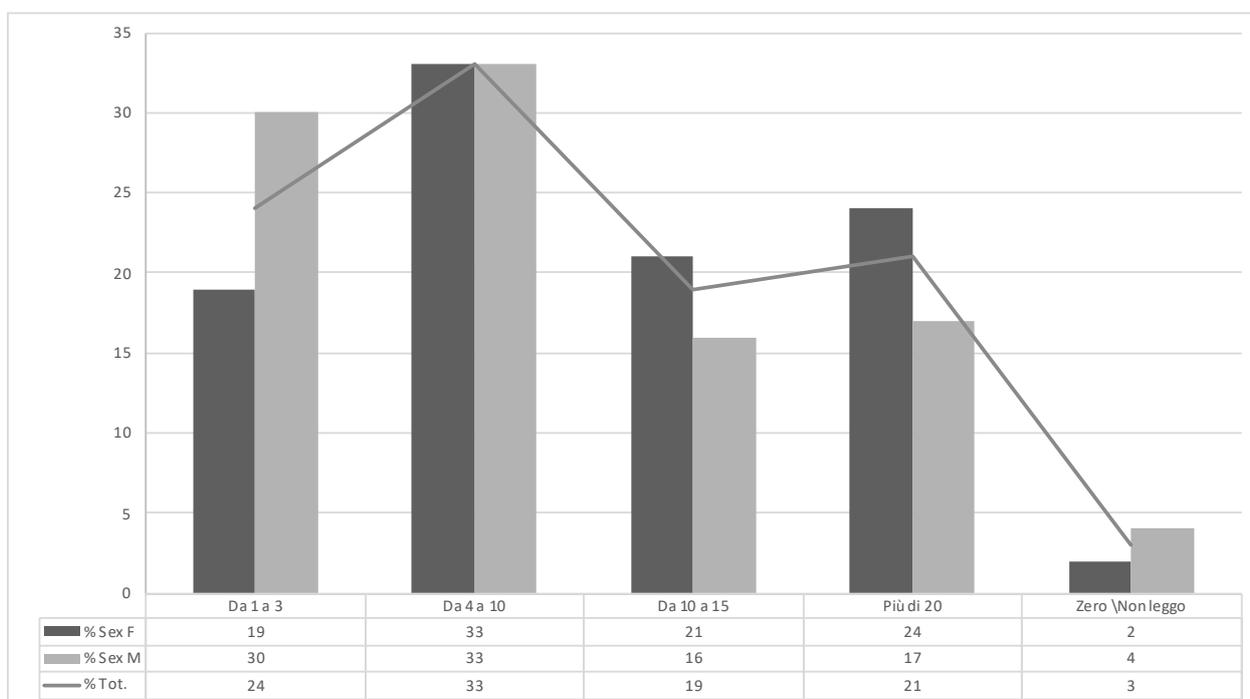


Figura 1 - Numeri letti in un anno (% per genere e sul tot.)

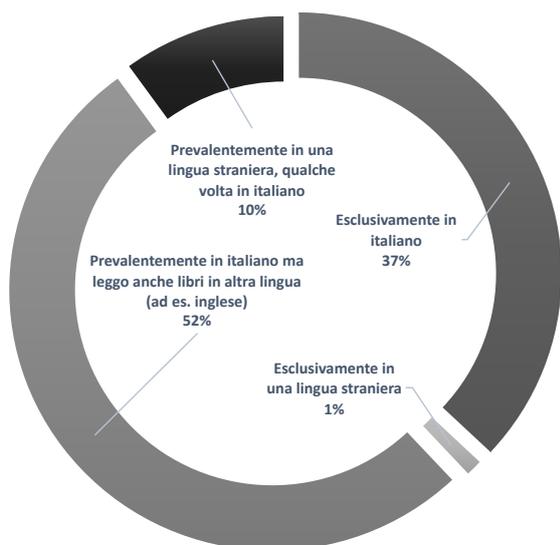


Figura 2 - Lingua di lettura

La maggioranza dei rispondenti del nostro campione corrisponde alla definizione di “lettori forti” dell’ISTAT, ossia coloro che dichiarano di leggere in media un libro al mese (Istat, 2018)⁶ in particolare le donne sono lettrici più forti degli uomini del campione tra i quali si concentrano i “lettori deboli”. La lettura in lingua non spaventa i nostri rispondenti che solo nel 37% leggono esclusivamente in italiano.

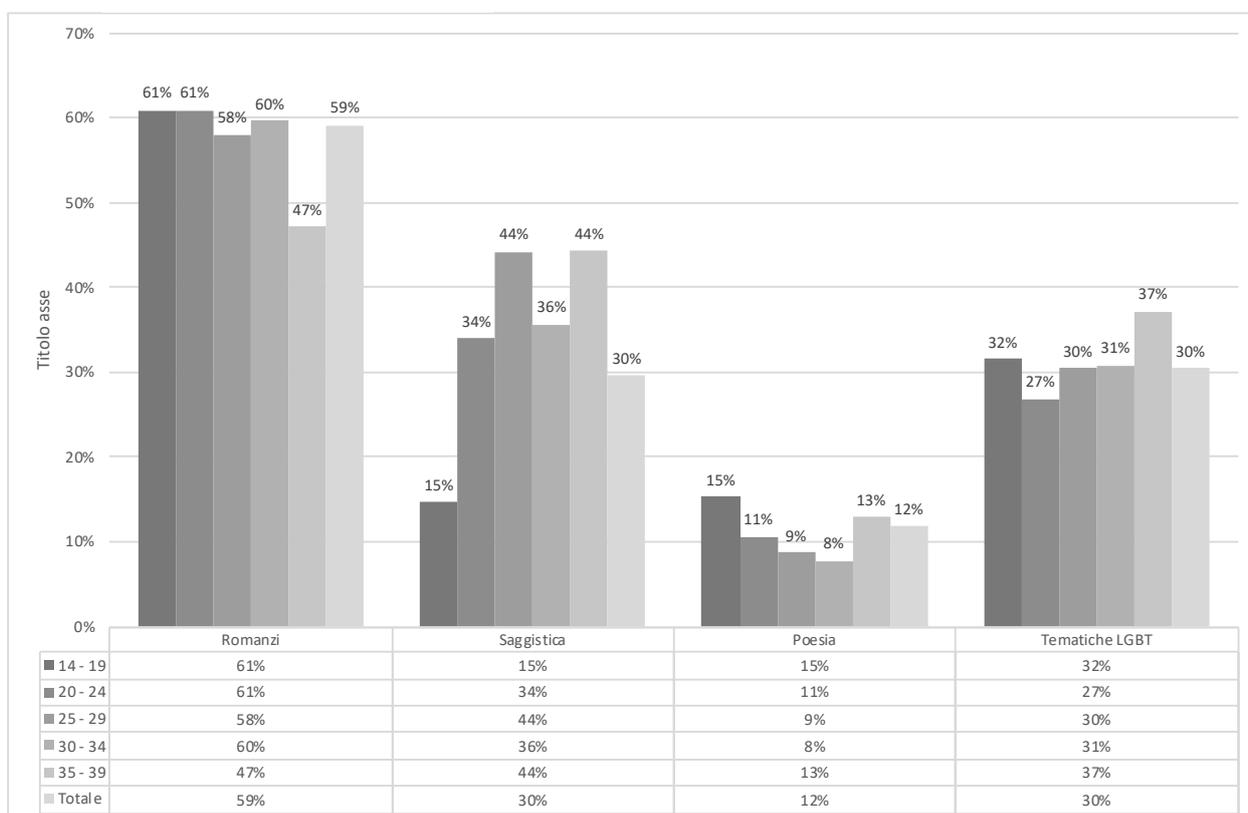


Figura 3 - Genere di lettura preferito per classi di età. Le percentuali si riferiscono al totale dei rispondenti della classe di età di riferimento

I romanzi sono stati scelti dal 59% di coloro che hanno risposto alla domanda opzionale sul genere di lettura preferito⁷, in modo equamente distribuito rispetto alle classi di età, con una leggera flessione nella fascia di età 35-39, al contrario della saggistica che è il genere meno preferito dai più giovani. Il 15% dei rispondenti nella fascia d’età 14-19 indica di leggere saggi e la stessa percentuale di questa classe di età, più alta rispetto alle altre (il 12%

⁶ Produzione e lettura di libri in Italia, Istat, 2018. <https://www.istat.it/it/files/2018/12/Report-Editoria-Lettura.pdf> (consultato il 10/4/2019)

⁷ 505 sono i rispondenti alla domanda opzionale sul genere di lettura. Era possibile indicare più generi di lettura.

del totale), indica di leggere poesia. Una buona percentuale legge libri a tematica LGBT, scelti dal 30% del totale dei rispondenti, soprattutto dai meno giovani: rientrano infatti tra le preferenze del 37% dei rispondenti di età tra i 35 e i 39. Quasi tutti (il 90%) sono legati al cartaceo, il 60% dei lettori utilizza anche supporti non cartacei, tra Ebook (40%) ed altri formati elettronici (20%). Alla domanda sui tre testi di cui consiglierebbero la lettura ritroviamo titoli molto vari, in tutto circa 600 differenti, tra bestseller classici e moderni. Le indicazioni sono legate alla generazione di appartenenza. Compaiono con maggiore frequenza *Chiamami con il tuo nome* di Andre Aciman, indicato quasi esclusivamente dai rispondenti più giovani (fino a 24 anni), probabilmente per la fama del film ad esso ispirato vincitore dell'Oscar nel 2018. Segue la saga di *Harry Potter* di J. K. Rowling, indicato dalle fasce d'età intermedie (25-34). Si ritrovano infine di frequente ma non legati a fasce d'età specifiche *Il piccolo principe* di Antoine de Saint-Exupéry, *1984* di George Orwell ed *Elementi di critica omosessuale* di Mario Mieli, classico del movimento di liberazione omosessuale.

Per quanto riguarda la visione di film a cinema il 42% delle persone 647 che hanno risposto a questa domanda non va a cinema, il 44% lo fa almeno una volta al mese, il 13% ci va da 2 a 5 volte. Il 2% va a cinema più di 5 volte al mese. Nella tabella 6 è indicata la frequenza percentuale per classe di età. Il 43% dei rispondenti a questa domanda dichiara di vedere da

	Classe di età				
	14 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39
0 volte	43%	43%	38%	44%	36%
Almeno 1 volta	44%	41%	47%	40%	46%
Da 2 a 4 volte	11%	12%	14%	15%	18%
Più di 5 volte	1%	4%	0,00%	1%	0,00%
Totale	100%	100%	100%	100,00%	100,00%

Tabella 6 - Numero delle volte in cui si va a cinema per classi di età
(% per colonna)

1 a 5 film al mese (su varie piattaforme), il 25% da 6 a 10. L'11% da 11 a 15, e il 18% oltre 15.

Nelle preferenze, che potevano essere fino a 3, sul servizio utilizzato prevalentemente per guardare film, Netflix è la piattaforma indicata dal 54% dei rispondenti per la visione di film, preferita più di ogni altra piattaforma on demand, più del cinema, che riceve il 34% delle preferenze, e più della TV generalista viene indicata da poco meno del 25%.

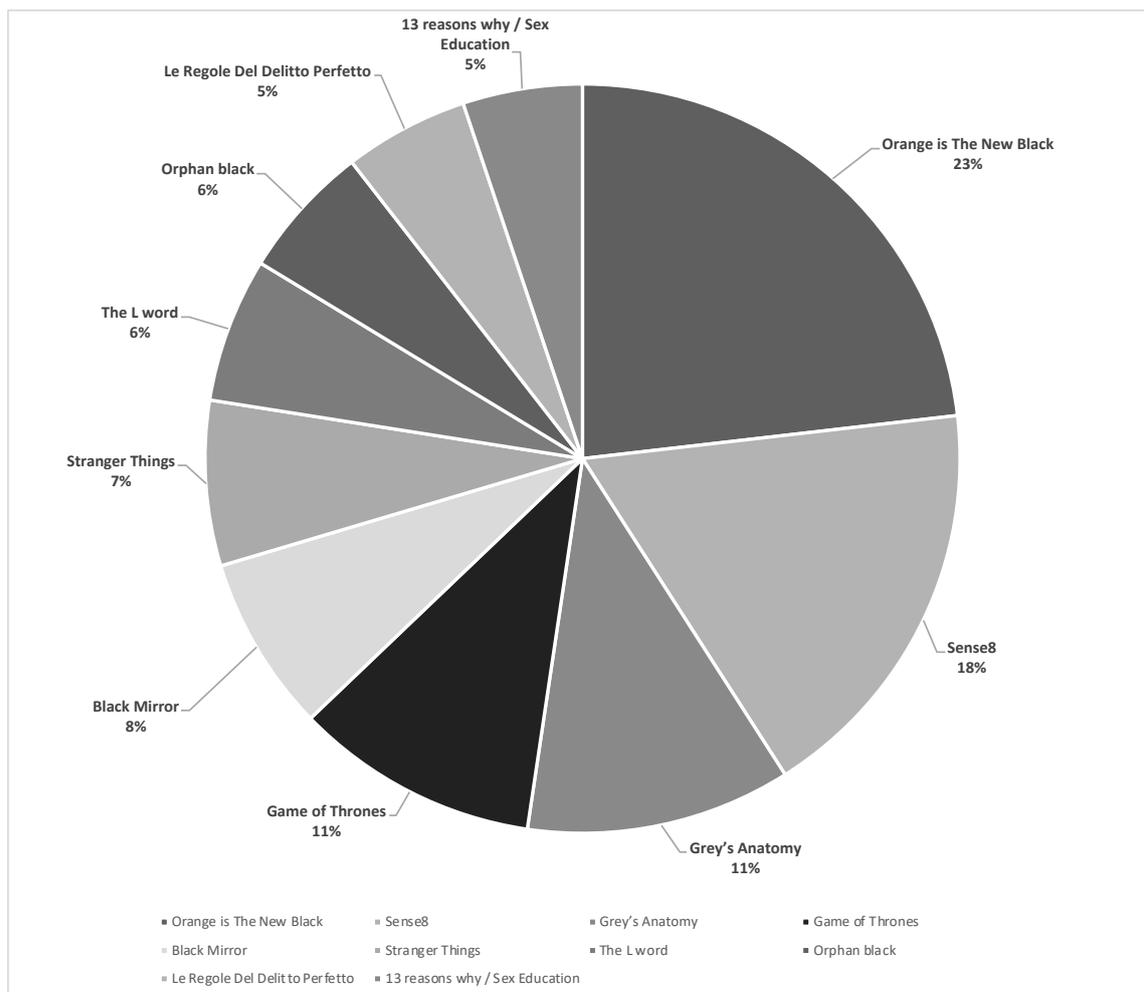


Figura 4 - Le serie preferite dai rispondenti (% calcolata sulle prime 11 serie per numero di preferenze)

Nella fruizione di film non pochi dichiarano di fruire dei contenuti in lingua originale o con sottotitoli, in italiano (20%) o in lingua originale (20%). Il 60% dei rispondenti vedono esclusivamente film in italiano senza sottotitoli. Le strategie di comunicazione rivolte decisamente ad un pubblico LGBT+ ricevono chiaro riscontro.

È indicata nella figura 4 la percentuale di preferenza delle 11 serie più scelte del nostro campione⁸. Tutte le serie guardate dai rispondenti contengono almeno un personaggio, o una storia, o un episodio connotato in senso LGBT, oppure sono interpretate da un attore o un'attrice che ha fatto pubblicamente coming out (come nel caso di «The Bing Bang Theory»).

È possibile osservare una distinzione nella fruizione delle serie Tv per genere, per cui ci sono serie TV prevalentemente o esclusivamente viste da donne e serie TV viste solo da uomini, a seconda delle storie che trattano.

Per le prime serie della classifica, il cui risultato in questa tabella è accorpato tenendo conto delle tre preferenze, rispetto al genere dei rispondenti è emerso che per «The L Word», «Orphan Black», e «Orange Is The New Black», come prevedibile, il pubblico è prevalentemente femminile, e così «Grey's Anatomy» (probabilmente per le vicende legate alla storia, poi finita, tra i personaggi di Callie Torres e Arizona Robbins). «Sense 8», «Black

⁸ Era possibile indicare fino a tre preferenze.

Mirror» e «Stranger Things» sono stati selezionati da un pubblico misto. «Il trono di spade» e «Le regole del delitto perfetto» da un pubblico prevalentemente maschile. La serie «The L word» non ha ricevuto alcuna selezione da persone di sesso alla nascita maschile, mentre le persone non cisgender hanno espresso preferenze decisamente maggiori per «Sense 8». Oltre le serie riportate sono stati indicati 1596 volte altri 399 titoli che hanno sempre una storia o un personaggio o un episodio in qualche modo legato all'immaginario LGBT.

6. Informazione

Classe di età	mai	da 1 a 3 v.	da 4 a 7 v.	più di 8 v.	Tot.
14 - 19	24%	46%	19%	11%	100%
20 - 24	20%	45%	19%	17%	100%
25 - 29	16%	42%	23%	19%	100%
30 - 34	15%	47%	21%	17%	100%
35 - 39	6%	34%	32%	28%	100%
14 - 39	19%	44%	21%	16%	100%

Tabella 7 - Frequenza di lettura alla settimana di quotidiani o riviste (% di riga sul tot. dei rispondenti nella classe di età di riferimento. In grassetto il valore più alto.)

Alla domanda sul mezzo prevalentemente utilizzato per informarsi sui fatti di cronaca e di attualità ciascun rispondente poteva fornire fino a tre risposte. I siti di quotidiani e riviste raccolgono il 47% delle preferenze (sono sicuramente il mezzo preferito nella fascia 35-39). Seguono i Social Network che raccolgono il 46% delle preferenze e sono utilizzati per ricercare informazione dai rispondenti nelle fasce d'età mediane (dai 20 ai 34). La TV è seguita dai più giovani e viene indicata sempre meno col crescere dell'età. Meno frequenti le preferenze generali a radio e al formato cartaceo, mentre i blog specialistici hanno i propri lettori affezionati nelle fasce d'età dai 14 ai 29 anni. Per quanto riguarda la frequenza di lettura di quotidiani e riviste (in formato cartaceo o tramite sito) la percentuale maggiore è da 1 a 3 volte alla settimana ed i più giovani si informano meno (uno su quattro dei 14-19enni che hanno risposto dichiara di non consultare mai quotidiani).

Classe di età	Blog o siti specialistici	Siti di quotidiani o riviste	Social network (ad es. Facebook)	Quotidiani o riviste in formato cartaceo	TV	Radio
14 - 19	21%	36%	46%	10%	39%	7%
20 - 24	26%	50%	47%	15%	35%	11%
25 - 29	27%	58%	51%	20%	28%	9%
30 - 34	13%	47%	40%	14%	18%	12%
35 - 39	21%	63%	34%	13%	14%	17%
14 - 39	23%	47%	46%	13%	31%	10%

Tabella 8 – Mezzo utilizzato prevalentemente per informarsi sui fatti di cronaca e di attualità.

La percentuale è calcolata sul totale dei rispondenti nella classe di età di riferimento (possibili fino a tre risposte)

Classe di età	Corriere della Sera	la Repubblica	Gay.it o altri siti LGBT italiani
14 - 19	29%	32%	36%
20 - 24	34%	46%	37%
25 - 29	30%	49%	41%
30 - 34	22%	44%	25%
35 - 39	34%	47%	30%
14 - 39	30%	41%	35%

Tabella 9 - Testate più lette per classi di età

(% di riga sul totale dei rispondenti nella classe di età di riferimento)

Le persone LGBT del nostro campione prediligono testate che forniscono informazioni senza connotazioni negative o di parte. La Repubblica è risultato il giornale preferito dai rispondenti del nostro campione, che potevano indicare fino a 4 preferenze, e viene scelto dal 41% del campione (lo legge la metà dei rispondenti nella fascia dai 25 ai 29 anni). Il Corriere della Sera raccoglie il 30% delle preferenze. Il 35% legge le notizie sui siti della

comunità LGBT.

Quasi del tutto ignorati i giornali cattolici o di destra (come Libero o Avvenire). Solo 183 (23,2%) rispondenti non consultano mai siti di informazione stranieri per cercare e leggere informazioni.

Per quanto riguarda gli altri consumi culturali, c'è da premettere che la grande maggioranza del campione (il 95%) ammette che se avesse maggiore disponibilità economica frequenterebbe più spesso luoghi deputati alla fruizione culturale (cinema, teatri e musei). Questo dato viene confermato da alcuni commenti nelle domande a risposta aperta.

Quante volte vai a teatro in un anno?					
Classe di età	Mai	Da 1 a 3 v.	Da 4 a 10 v.	Più di 10 v.	Tot
14 - 19	36%	50%	10%	3%	100%
20 - 24	51%	40%	8%	1%	100%
25 - 29	46%	47%	6%	0%	100%
30 - 34	41%	37%	19%	3%	100%
35 - 39	28%	52%	10%	10%	100%
14 - 39	42%	45%	10%	3%	100%
Quante volte vai ad un concerto in un anno?					
Classe di età	Mai	Da 1 a 3 v.	Da 4 a 10 v.	Più di 10 v.	Tot
14 - 19	47%	46%	5%	1%	100%
20 - 24	41%	50%	8%	1%	100%
25 - 29	33%	49%	15%	3%	100%
30 - 34	33%	49%	12%	5%	100%
35 - 39	16%	58%	16%	10%	100%
14 - 39	39%	49%	9%	2%	100%
Quante volte vai ad un museo o ad una mostra in un anno?					
Classe di età	Mai	Da 1 a 3 v.	Da 4 a 10 v.	Più di 10 v.	Tot
14 - 19	14%	50%	28%	9%	100%
20 - 24	11%	49%	33%	8%	100%
25 - 29	13%	48%	26%	13%	100%
30 - 34	15%	49%	19%	17%	100%
35 - 39	8%	38%	46%	8%	100%
14 - 39	13%	48%	29%	10%	100%

tecnologie ridefiniscono nuovi spazi relazionali e nuove narrazioni sonore della realtà urbana e sociale (Savonardo, 2017).

Tabella 10 - Consumi culturali per classe di età
(% di riga sul totale dei rispondenti nella classe di riferimento)

Mostre e musei. La frequenza maggiore dichiarata nei consumi culturali si ritrova in musei e mostre, che solo il 13% dichiara di non frequentare mai in un anno. Quasi la metà da 1 a 3 volte in un anno e ben il 29% da 4 a 10 volte. Il 10% più di 10 volte.

Teatro. Il 42% non va mai a teatro (percentuale che si alza nella fascia 20-29), mentre il 45% ci va da 1 a 3 volte in un anno (uno su due nelle fasce da 14 a 19 e da 35 a 39), il 10% ci va da 4 a 10 volte e solo il 3% frequenta sale teatrali più di 10 volte. Il fatto che tra questi siano soprattutto i 35-39 a farlo, risponde certamente alla maggiore capacità di spesa degli individui in questa fascia d'età.

Concerti. Il 39% non va mai ad un concerto in un anno. Quasi la metà ci va da 1 a 3 volte. Il 9% da 4 a 10 volte e il 2% più di 10 volte. È interessante notare che le percentuali di chi non va mai o poche volte ad un concerto, più alte tra i giovanissimi, tendono a diminuire con l'aumentare dell'età. Le differenze tra le generazioni sono da ricercare nel cambiamento dei consumi di musica dei più giovani, per i quali le nuove

Le persone LGBT+ che hanno partecipato all'indagine si informano visitando i siti di

	No	Sì, ma non più	Sì, ogni tanto	Sì, tutti i giorni	Totale
% Sex F	55	25	16	4	100
% Sex M	16	34	27	23	100
% Tot	35	30	22	13	100

Tabella 11 – Frequenza di utilizzo di Siti di incontro o App di dating. (% di riga)

quotidiani e riviste o attraverso i social network, in misura minore attraverso gli altri canali, preferendo testate che seguono l'informazione arcobaleno riportando le notizie in modo corretto e senza distorsioni. Il nostro campione frequenta teatri, concerti e mostre in linea con la popolazione generale (Doxa 2018), ma dichiara che aumenterebbe questo tipo di consumi se avesse più soldi. Se da una parte ricordiamo che i nostri rispondenti sono soprattutto giovani studenti senza possibilità di destinare fondi personali a queste spese il dato è in linea con i

consumi generali di cultura rilevati dagli ultimi sondaggi (Doxa 2018, Federculture 2018).

App più utilizzata	Freq.	Sex
Grindr	41	M
PlanetRomeo	29	M
Tinder	15	F
Wapa/Brenda	15	F
Tot	100	
Prima App più utilizzata	Freq.	Sex
Grindr	53	M
PlanetRomeo	19	M
Tinder	8	F
Wapa/Brenda	21	F
Tot	100	
Seconda App più utilizzata	Freq.	Sex
Grindr	24	M
PlanetRomeo	49	M
Tinder	12	M
Tinder	6	F
Wapa/Brenda	8	F
Tot	100	
Terza App più utilizzata	Freq.	Sex
PlanetRomeo	43	M
Tinder	57	M
Tot	100	

Tabella 12 – Le tre app usate più spesso o usate attualmente (Sesso alla nascita)

Alla domanda "Utilizzi o hai mai utilizzato siti di incontro o app di dating?" era possibile rispondere indicando fino a tre siti o app. I soggetti di sesso alla nascita maschile rispondono che li utilizzano "ogni tanto" o "tutti i giorni" in numero decisamente maggiore delle persone di sesso alla nascita femminile, che indicano di non utilizzare siti di incontro o app in numero più di tre volte maggiore rispetto ai maschi.

La Tab. 12 riporta la frequenza di utilizzo delle app più diffuse divise per utilizzo da parte delle donne (con la lettera F in terza colonna) e degli uomini (con la lettera M in terza colonna). 217 rispondenti hanno indicato una seconda app oltre la prima, e 90 una terza. Nel primo riquadro in alto sono state sommate le frequenze totalizzate sulla base delle indicazioni della prima, seconda o terza App, nei tre riquadri successivi sono riportate le frequenze di utilizzo delle App indicate rispettivamente come prima, seconda o terza App. Si nota l'utilizzo di due App ben distinte per genere di appartenenza e rivolte esclusivamente a gay e lesbiche, tranne che per Tinder che è l'unica App generalista più utilizzata da LGBT.

Le App in genere più utilizzate sono in realtà poche e molto diffuse nel nostro campione. Emerge che la quasi totalità dei rispondenti di sesso maschile, a differenza di quelli di sesso femminile, ha utilizzato una App di dating. Le statistiche suggeriscono che mentre le donne usano questi strumenti esclusivamente per conoscere la partner (o crearsi una cerchia di amiche/i) e poi abbandonare il loro utilizzo, gli uomini fanno un uso più frequente della App anche dopo aver costituito una cerchia relazionale (di amici o partner). In accordo ad altri studi (Bacio e Peruzzi, 2017), sembrerebbe

che le App possano essere lo strumento preferenziale per mediare la ricerca di relazioni e contatti, che soprattutto in contesti metropolitani è difficile mantenere a lungo.

Dall'analisi delle App indicate dai rispondenti⁹ emergono alcune evidenze significative. A modalità di comunicazione e contatto ormai "antiquate", come i client di chat mIRC o App finalizzate alla diffusione esclusiva nell'ambito della comunità LGBT, si affiancano App progettate per adattarsi ad una visione più aperta e fluida delle relazioni, o addirittura i social network generalisti come Facebook, Instagram, Telegram o Whatsapp, che vengono indicati dai più giovani: un chiaro segnale di normalizzazione e visibilità. Resistono le app finalizzate alle relazioni più specifiche, delle comunità nella comunità come quelle per "orsi" Bearwww, GROWLr, o per trans*, come ShemaleDating.

L'utilizzo delle App è giustificato per fare conoscenze ed uscire dalla solitudine, come scrivono nella risposta aperta alcuni rispondenti: «Inizialmente per conoscere qualcuno che della comunità LGBT e non sentirmi solo» (Gay, 24enne, prov. Palermo); «Abito tra le campagne ed è l'unico modo» (Gay, 26enne, prov. Napoli). Dai commenti lasciati l'accesso alla comunità LGBT è collegato in qualche modo all'accesso alla città ed ai suoi servizi, assenti o carenti in zone rurali o periferiche (Corbisiero, Monaco, 2017), ma non sempre le aspettative vengono corrisposte, perché la città presenta modelli contrastanti con i tempi della provincia (Gray, 2009). Il commento autobiografico di un ragazzo di 26 anni fornisce tutti gli elementi per comprendere le problematiche collegate ai processi di socializzazione mediata da App in un contesto urbano percepito poco inclusivo.

«[...] Ho avuto un'infanzia molto difficile ma questo non c'entra nulla con la mia omosessualità. Non sono mai stato discriminato in vita mia per il fatto di essere omosessuale. Sono comunque voluto andare via dalla mia città perché io e solo io discriminavo il mio orientamento e avevo paura di essere giudicato. Sono così finito a Roma a 20 anni. Non ho una famiglia quindi ho cercato subito di farmene una: ho scaricato Grindr e frequentato locali. [...] Ero così felice quando mi sono fidanzato che ho creduto Dio dovesse esistere per forza. Sei mesi dopo il mio ragazzo mi ha tradito con un tizio del quale non sapeva nemmeno il nome, su Grindr. [...] in queste grandi città i ragazzi imparano che non bisogna mai fermarsi, che ci sarà sempre qualcuno migliore su Grindr, che il sesso occasionale è la normalità. [...]» (Gay, 26 anni, Roma)

Le problematiche dei processi di socializzazione sono racchiuse in queste righe che parlano di omofobia interiorizzata, mercificazione dei rapporti e bisogno di appartenenza ed autostima. Nel discorso di questo ragazzo viene indicato il coming out come elemento normalizzante rispetto agli elementi negativi che costituiscono motivo di ghettizzazione e di segregazione. Tra questi, l'utilizzo di una app assume connotazioni negative («in queste grandi città i ragazzi imparano che non bisogna mai fermarsi, che ci sarà sempre qualcuno migliore su Grindr, che il sesso occasionale è la normalità»). Al normale bisogno di omologazione e di appartenenza corrispondono percorsi di ingresso nel gruppo che sono imposti e giudicati inappropriati o non corrispondenti alle aspettative.

⁹ Le App/Siti indicati con frequenza minore dai rispondenti di sesso femminile sono: AceAPP, Amino, Anido, Badoo, Chat, Cirano, Facebook, Forum LezPop, GayCities, Gay.tv, Giovani.it, Her, Instagram, Lovepedia, Lovoo, Meetic, Miss777, Moovz, OkCupid, Only women, Patook, PlanetRomeo, Trevor Space, Tumblr, Whatsapp. Le App/Siti indicati dai rispondenti di sesso maschile sono: 77chat, Annunci69, Badoo, Bakeka, Bearwww, Chat/Internet, Facebook, Feeld, Gay.it, GaySpace, GROWLr, Hornet, Instagram, Me2, Meetic, Metoo, mIRC, OkCupid, ShemaleDating, Telegram, Tinder, tumblr. Negli elenchi non sono incluse quelle della Tab. 11.

7. Conclusioni

Nel tratteggiare il profilo delle persone LGBT⁺ nell'Italia contemporanea (e futura, visto che la metà dei rispondenti, oggi giovani, saranno gli adulti di domani), ci appare un quadro a tinte contrastanti. Complice la loro natura multiforme e il loro difficile inquadramento all'interno di un unico universo di riferimento, la cultura e i "prodotti" culturali LGBT-oriented sono oggetto complesso degli studi sociali. Esistono interrogativi senza risposte adeguate intorno alle modalità con le quali i giovani omosessuali entrano in contatto con i media. In linea generale i giovani che hanno preso parte alla nostra ricerca non denunciano situazioni di malessere, hanno una collocazione che considerano mediamente adeguata alle proprie aspettative, non si sentono, e non sono, "diversi".

L'analisi ci restituisce cornici di coerenza in linea rispetto agli studi sui giovani a cui abbiamo fatto cenno. Rispetto all'autodefinizione dichiarata andrebbero osservate le pratiche quotidiane, la realtà dei fatti per ricostruire le modalità con cui essi attribuiscono il significato che danno alla definizione del proprio essere sessuati (Corbisiero, 2013, *op. cit.*), e ai modi con cui essi si riferiscono agli altri soggetti appartenenti alla stessa comunità. La maggioranza del campione si distingue tra persone cisgender omosessuali o bisessuali, con una dispersione maggiore per le donne (che si definiscono più bisessuali rispetto ai maschi). Minore corrispondenza tra orientamento e identità di genere si rileva da parte di chi si è definito, per genere, "Queer" o "Non binary" o "Gender fluid": è questa una minoranza dei rispondenti che sperimenta possibilità identitarie e affettive, dai queer eterosessuali, ai non binary asessuali, ai gender fluid pansessuali, e forza lo strumento stesso di indagine ponendo questioni metodologiche che rimandano al dibattito sul problema della conoscenza (Marradi, 2007). I consumi culturali sono ben distinti per coorte. Ogni generazione ha suoi modelli di riferimento usati per poter costruire cornici di senso alla propria sessualità ed è significativo il fatto che non si rilevino contaminazioni tra rispondenti di fasce d'età differenti.

I luoghi dove viene ostacolata o facilitata l'accettazione della propria sessualità sono le agenzie primarie di socializzazione, in primo luogo la scuola e le reti dei pari, poi la famiglia, intesa sia come i soli genitori sia in senso più allargato a fratelli ed anche zii. I ricordi più dolorosi sono legati al rifiuto da parte di una persona a cui è stata riconosciuta autorità (un genitore, un docente o un dirigente scolastico, un sacerdote). È da segnalare la completa assenza dei servizi territoriali e degli altri servizi istituzionali (come il medico di famiglia), che dovrebbero essere di supporto e accompagnamento alle persone e alle famiglie nelle fasi di riequilibrio che seguono il coming out. A seguito di coming out problematici vengono seguite modalità private di soluzione: quando non accade l'allontanamento avvolta da un silenzio che può durare anni, ci si rivolge privatamente ad una figura esperta (psicologo ma anche sacerdote).

I consumi culturali rappresentano la strada principale per acquisire gli strumenti all'accettazione di sé ed alla comprensione di aspetti relativi alla sessualità che una società di fatto ancora ostile tiene offuscata. Su questo tema le persone LGBT⁺ del nostro campione appaiono come anticipatori attenti a mode e costumi. Più della metà dei rispondenti ha dichiarato di leggere anche in una lingua straniera, legge di più rispetto alla media, e le letture sono più generaliste e meno connotate in senso "arcobaleno" rispetto al consumo di

prodotti multimediali, ove è evidente non solo il filo conduttore che spinge uno spettatore LGBT a preferire una serie TV a un'altra ma anche una piattaforma più attenta a rendere variopinto il proprio catalogo, come Netflix (che ha trasmesso la maggior parte delle serie tv preferite). Vengono decisamente apprezzati meno Cinema e la TV generalista.

La necessità di immedesimarsi in un personaggio che non solo sia apertamente gay, lesbica, o trans* ma che viva positivamente una vita serena mostrando modalità vincenti di vita. Sarebbe possibile analizzare l'elenco dei prodotti preferiti dal nostro campione anche sulla base di altri elementi, come le produzioni che oltre oceano hanno promosso lo sdoganamento delle questioni LGBT+ nei palinsesti televisivi e nell'agenda dei media, come Ryan Murphy/ Brad Falchuk¹⁰ (American Horror Story, Glee) o le sorelle trans* Watchoski (Sense8). Ed è da sottolineare il fatto che manchino non solo produzioni italiane ma quasi del tutto europee dall'elenco delle Serie TV preferite.

Le modalità con cui i giovani intervistati affrontano il rapporto con i media e i prodotti culturali, non dipendono più solo dalle loro capacità individuali e dal grado di adattamento sociale, ma anche dalla centralità acquisita della cultura omosessuale, dal senso di maggiore libertà sociale e da coming out sempre più precoci. Il setting culturale contribuisce a modellare la relazione sociale e riduce la distanza sociale tra la maggioranza eterosessuale e la minoranza omosessuale; senza tuttavia risolvere definitivamente lo scollamento tra i due mondi culturali.

Riferimenti bibliografici

- AA. VV. Istituto Giuseppe Toniolo (2019), *La condizione giovanile in Italia. Rapporto Giovani 2019*. Bologna: il Mulino
- Arthurs J. (2004). *Television and Sexuality: Regulation and the Politics of Taste*. New York: Open University Press.
- Bacio, M., Peruzzi, M. (2017). "Alla ricerca della felicità. Gay su Grindr, tra sesso e solitudine". in Rinaldi, C. (a cura di), *I copioni sessuali. Storia, analisi e applicazioni*. Milano: Mondadori.
- Barca, F. (2018). Le diseguglianze di genere nella società dello spettacolo. in *Economia della Cultura, Rivista trimestrale dell'Associazione per l'Economia della Cultura*. 1-2/2018, pp. 163-172.
- Brown, J.D. (2002). Mass Media Influences on Sexuality. *The Journal of Sex Research*, 39 (February), pp. 42-45.
- Bell, D., Binnie, J. (2004). Authenticating Queer Space: Citizenship, Urbanism and Governance. *Urban Studies*, XLI/9.
- Burgio, G. (2010). "Il maschile in adolescenza. Genere e orientamento sessuale in prospettiva educativa". in C. Gamberi, M.A. Maio, G. Selmi (a cura di), *Educare al genere. Riflessioni e strumenti per articolare la complessità*. Roma: Carocci.
- Burgio, G. (2012). "La pedagogia e il queer. Sessi, generi e desideri nel postmoderno", in Stramaglia, M. (a cura di), *Pop pedagogia. L'educazione postmoderna tra simboli, merci e consumi*. Lecce: Pensa Multimedia.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble*. London: Routledge.
- Buzzi, C., Cavalli, A., De Lillo, A. (a cura di) (2007). *Sesta indagine dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: il Mulino.
- Buzzi, C., Cavalli, A., De Lillo, A. (a cura di) (2002). *Giovani nel nuovo secolo. Quinto rapporto IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: il Mulino.
- Buzzi, C., Cavalli, A., De Lillo, A. (a cura di) (1997). *Giovani verso il Duemila. Quarto rapporto IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: il Mulino.

¹⁰ Produttori anche della serie TV Pose che ha riscosso un enorme successo di pubblico e che nel periodo di somministrazione del questionario non era stata ancora messa in onda.

- Caputo, A., Corbisiero, F. (2010). "Le relazioni omoerotiche: luoghi, pratiche e malattie nella sessualità di gay e lesbiche", in Corbisiero, F. (a cura di). *Certe cose si fanno. Identità, genere e sessualità nella popolazione LGBT*. Napoli: Gesco edizioni.
- Cavalli, A., De Lillo, A. (a cura di) (1993). *Giovani anni 90. Terzo rapporto IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: il Mulino.
- Cavalli, A., De Lillo, A. (a cura di) (1988). *Giovani anni 80. Secondo rapporto IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: il Mulino.
- Cavalli A. (a cura di) (1985). *Il tempo dei giovani*, Bologna: il Mulino (nuova ed. Milano, Ledizioni, 2012).
- Cavalli, A., Cesareo, V. (1984). *Giovani oggi. Un'indagine IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: il Mulino.
- Corbisiero, F., Monaco, S. (2017). *Città arcobaleno. Una mappa della vita omosessuale nell'Italia di oggi*. Roma: Donzelli.
- Corbisiero, F. (a cura di) (2013). *Comunità omosessuali. Le scienze sociali sulla popolazione LGBT*. Milano: FrancoAngeli.
- De Lauretis, T. (1991). Queer Theory: Lesbian and Gay Sexualities. *Differences: Journal of Feminist Cultural Studies*, III/2.
- Del Lago, A., Molinari, A. (2001). *Giovani senza tempo. Il mito della giovinezza nella società globale*. Verona: Ombre Corte.
- Gray, Mary L. (2009). *Out in the Country: Youth, Media, and Queer Visibility in Rural America*. New York: New York University Press.
- Gross, L (1994). "What is wrong with this picture? Lesbian women and gay men on television", in: Ringer RJ (ed.) *Queer words, queer images: Communication and construction of homosexuality*. New York: New York University Press.
- Herek, G. M. (1992). "The social context of hate crimes: Notes on cultural heterosexism". In G. M. Herek & K. T. Berrill (Eds.). *Hate crimes: Confronting violence against lesbians and gay men*. London: Sage Publications.
- Kim, J., Sorsoli, C., Collins, K., Zylbergold, B., Schooler, D., Tolman, D. (2007). From Sex to Sexuality: Exposing the Heterosexual Script on Primetime Network Television. *Journal of sex research*, 44, pp. 145-57.
- Leccardi, C. (2005). Facing uncertainty. *Young*, 13(2), pp. 123-146.
- Leccardi, C. (1999). "Time, young people and the future". *Young*. 7(1), pp. 3-18.
- Leccardi, C. (1996). *Futuro breve. Le giovani donne e il futuro*. Torino: Rosenberg & Sellier.
- Leccardi, C. (1995). "Growing Up in Southern Italy between Tradition and Modernity". In L.e.a. Chisholm (a cura di), *Growing Up in Europe: Contemporary Horizons in Childhood and Youth Studies*. New York: de Gruyter.
- Marradi, A. (2007). *Metodologia delle scienze sociali*. Bologna: il Mulino.
- Martel, F. (2012). *Global Gay*. Paris: Flammarion (trad. it. Feltrinelli, 2014).
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse son image son public*. Paris: PUF.
- Plummer, K. (2010). Generational Sexualities, Subterranean Traditions, and the Hauntings of the Sexual World: Some Preliminary Remarks. *Symbolic Interaction - SYMB INTERACT*. 33, pp 163-190.
- Rinaldi, C., Bacio, M. (2019). "Copioni omosessuali, relazioni emotive e sesso on-line. Giovani e Social Media", in *IL BIAS DEL GENDER. Identità, biopolitica e sessualizzazione dell'esistenza*. Trani (BT): Durango Edizioni.
- Savonardo, L. (2017). *Pop music, media e culture giovanili. Dalla beat revolution alla bit generation*. Milano: Egea.
- Scarcelli, C., Riva, C. (2016). *Giovani e media. Temi, prospettive, strumenti*. Milano: McGraw-Hill Education.
- Speer, S., Potter, J. (2000). The Management of Heterosexist Talk: Conversational Resources and Prejudiced Claims. *Discourse & Society*. 11, pp. 543-572.
- Trappolin, L. (2009). "Introduzione. Differenze, riconoscimento e pluralismo culturale: per una sociologia dell'omosessualità", in *Omosapiens 3 Per una sociologia dell'omosessualità*. Roma: Carocci.
- Walls, N. E. (2008). Toward a multidimensional understanding of heterosexism: The changing nature of prejudice. *Journal of Homosexuality*. 55, pp. 20-70.

Una questione di matrici: dal questionario cartaceo alle web-survey*

Cleto Corposanto e Beba Molinari¹

1. Introduzione

La pervasività con la quale le indagini online sono presenti non solo nei social, ma anche all'interno di siti di diversa natura, è impressionante. È sempre più facile navigare e incontrare un sondaggio d'opinione di testate giornalistiche più o meno conosciute, una customer satisfaction, un'indagine conoscitiva proposta online, indifferentemente dal device (notebook, smartphone, tablet) che si sta utilizzando. È indubbio che il legame che ci vincola ai dispositivi mobili è tale per cui è sempre più complesso allontanarsi dal loro utilizzo: per tale motivo, nel momento in cui un'applicazione mobile e/o una pagina web ci negano l'accesso se non tramite la compilazione di un "breve sondaggio d'opinione", l'utente medio risponde con estrema facilità; potremmo in realtà chiederci anche con quale livello di attenzione siano fornite tali risposte. La rete oggi non è più un luogo virtuale al quale accedere da una postazione fissa, ma è sempre più occasione di incontro, ed in alcuni casi anche di reciproco scambio di informazioni: da semplice vetrina a luogo di costruzione sociale dal basso di opinioni, condivisione di file di qualsiasi genere e natura (Corposanto, Molinari, 2015b), un esempio tra tutti è l'*e-democracy* che pervade discussioni in agorà digitali (Molinari, 2017) in cui molti dei commenti discussi sono riportati anche all'interno dei media tradizionali (Boccia Artieri, 2015).

Ci siamo quindi interrogati in merito alle nuove opportunità offerte dal web e sulle nuove tecniche di approfondimento messe a disposizione dalla cosiddetta *web research* (Bethlehem e Biffignandi, 2012). Nel presente contributo ci siamo posti l'obiettivo di approfondire da un punto di vista prettamente operativo in quali formati i big data siano disponibili per il ricercatore. Riferendoci quindi all'estrapolazione dei dati, ci interrogheremo attorno ai seguenti quesiti: quali forme hanno le matrici, sono le stesse di un tempo, cambiano il loro formato, è possibile effettuare ugualmente le analisi che potremmo definire "tradizionali" di analisi bivariata e multivariata? (Marradi, 1992-1997).

Al fine di poter discutere attorno a tali interrogativi, saranno presi a titolo d'esempio alcuni dati scaturiti da diversi formati di big data: web survey somministrata attraverso il supporto di una piattaforma online, web survey alla quale si può accedere esclusivamente attraverso un'Applicazione Mobile (App) ed i relativi dati di natura secondaria generati dell'App stessa, analisi di rete svolta attraverso i social network, mappatura dei siti di maggior interesse degli internauti ed infine dati generati da una mappa di geo-localizzazione (cartografia).

2. Matrici e big data: quali scenari si svelano agli occhi del ricercatore

* Data ricezione 26/04/2019. Versione finale approvata 6/06/2019.

¹ Università di Catanzaro.

La presentazione di differenti studi ci permette di discutere assieme in merito alle forme che i big data possono assumere a seconda dello strumento di rilevazione utilizzato sul web, che sia esso considerato di natura 1.0 o 3.0: spazieremo quindi dai *data warehouse* di organizzazioni come ISTAT e Organizzazione Mondiale della Sanità, considerate parte del mondo del Business Intelligence and Analytics 1.0, ossia strumenti risalenti ai primi anni duemila, fino a discutere di web survey veicolate attraverso le App, considerate la frontiera della web research 3.0, grazie al Mobile and sensor-based content (Chen, 2012).

La chiave interpretativa che adotteremo verte attorno alle informazioni fornite dal web nelle sue diverse forme d'interrogazione e quanto queste siano riconducibili a quelle che solitamente siamo abituati ad analizzare dai dati forniti dalla somministrazione di un questionario paper & pencil, ossia matrici casi per variabili (CxV), oppure variabile per variabile o valore per valore (Delli Zotti, 1985).

Se consideriamo la matrice come "una qualsiasi disposizione di informazioni (numeriche e non) ordinate per riga e per colonna" (Di Franco, 2005, p. 34) potremmo dire che sono innumerevoli le matrici di cui potremmo disporre attraverso il web, così come i software che potremmo utilizzare per lo svolgimento delle analisi, dovremmo anche confrontarci con un *ordine* della matrice molto più ampio, dove il prodotto delle righe per le colonne raggiunge una numerosità tale per cui i vettori si presentano spesso con n elementi. La differenza riguarda sostanzialmente, a nostro avviso, alcuni aspetti tradizionali (Di Franco, 2005, p. 37) che andremo a discutere nei prossimi paragrafi:

1. l'operativizzazione dei concetti oggetto di studio,
2. il progetto della matrice dei dati,
3. la codifica delle informazioni,
4. l'immissione dei dati in matrice,

a cui noi aggiungiamo altri due aspetti riferiti a:

5. l'estrapolazione dei dati,
6. l'analisi.

I primi cinque punti saranno oggetto di approfondimento attraverso alcuni esempi concreti di matrice, l'ultimo punto relativo alle analisi sarà oggetto di discussione in fase conclusiva: cercheremo quindi di "coprire" le aree dei big data maggiormente utilizzate ai giorni nostri, dove per big data consideriamo database di grandi dimensioni che rispondano ai primi tre criteri volume, velocità, varietà (Laney, 2001; Burrows e Savage 2014), ai quali si sono aggiunti altri ad alcuni anni di distanza altri due, valore e veridicità (Kitchin 2014).

Quello che ci preme sottolineare, e che ci interessa in particolar modo in relazione alla discussione del presente contributo, è che all'interno di tali database non si trovano esclusivamente variabili in formato numerico, bensì all'interno della definizione da noi adottata, ed ampiamente condivisa a livello internazionale (Ward, Barker 2013; Intel 2012, IBM 2013, Bennato 2015), i big data possono essere organizzati anche in formato immagine, metadato, testo e suono. Ciò ovviamente va a modificare la configurazione di quella che solitamente siamo abituati a conoscere come la matrice CxV (Corposanto Molinari, 2015a).

3. Dalle matrici ottenute con le Web survey, passando per le applicazioni mobili fino ai data warehouse delle Istituzioni Pubbliche

Iniziamo con le matrici che a nostro avviso assomigliano in modo piuttosto evidente alla matrice CxV, ossia le matrici derivanti da web survey.

Punto di inizio dei prossimi paragrafi sarà quello di confrontare i cinque aspetti sopramenzionati, riservando l'area dedicata alle analisi alla discussione conclusiva.

	Operativizzazione	Progetto della matrice	Codifica	Immissione dati	Estrapolazione
Web survey	=	=	≠	≠	=
Web survey con APP	=	=	≠	≠	=

Tabella 1: corrispondenza tra matrici derivanti da Web survey e Web survey con Applicazioni Mobili rispetto alla matrice classica CxV.

Partendo dalla fase di operativizzazione dei concetti, possiamo evidenziare che non si riscontrano grandi differenze: il ricercatore fin da principio "costruisce" il questionario attraverso la formulazione delle domande che ritiene essere più idonee ad approfondire l'oggetto di studio. In tal modo, di riflesso, anche la progettazione della matrice è già inserita in questa fase, in quanto la costruzione del questionario all'interno della piattaforma definisce in tempo reale anche la matrice nella quale confluiranno i dati. La codifica invece cambia, perché varia a seconda della piattaforma online che utilizziamo per la rilevazione: le piattaforme che prestano maggiore attenzione agli aspetti metodologici codificano i dati in modo piuttosto strutturato, cercando di rispecchiare il *codebook* definito in fase di progettazione del questionario stesso. Altre, invece, non utilizzando indicatori numerici per definire lo stato sulla variabile corrispondente, creano invece delle matrici nelle quali si presentano le risposte in forma lessicale (Corposanto Molinari, 2014).

Discutendo tali specificità siamo quindi già passati a illustrare uno degli aspetti che caratterizzano la fase di immissione/inserimento dei dati, l'altro aspetto riguarda il fatto che non sarà più il ricercatore che inputa i dati, bensì sarà il software che, nel momento in cui riceve le risposte, trasporta i dati direttamente in matrice. Estrarre i dati dal software è piuttosto semplice, la procedura cambia a seconda della piattaforma utilizzata, alcune di queste permettono l'estrapolazione di una matrice in Excel, altre in SPSS, altre ancora in Access, Stata, R, etc.

Fino ad ora, quindi, non vi sono grandi difficoltà, sempre che il ricercatore conosca bene la piattaforma che intende utilizzare e predisponga nel modo più opportuno la formulazione delle domande, senza dimenticare la tipologia di analisi che intende effettuare successivamente, così come d'altronde abbiamo sempre fatto per i questionari paper & pencil (Corposanto Molinari, 2014).

Poter dire di estrarre i dati in un formato di file piuttosto che in un altro è semplice a dirsi, ma non è detto che la matrice che appare ai nostri occhi sia facile da utilizzare attraverso i software di elaborazione dei dati. Solitamente il formato file maggiormente scaricato per l'estrapolazione, e consigliato dalle piattaforme stesse, è il formato Excel, che può essere facilmente trasformato in formati accettati da SPSS, STATA, R, etc. ed è proprio in questa fase che cominciano le difficoltà: si rischia infatti di avere una non semplice trasposizione della matrice a causa di valori cosiddetti "nascosti" come punti, virgole, spazi, etc. Tali

problematiche non inficiano l'utilizzo dei dati, ma sicuramente rendono più complessa la procedura: diviene necessaria una pulizia minuziosa della matrice che spesso richiede un dispendio di tempo ragguardevole, ci sarebbe quindi da chiedersi se il tempo che si è guadagnato nel non dover editare i dati in matrice, non si perda in seconda battuta per la pulizia degli stessi.

Oltre alla pulizia del dato è necessario fare una particolare attenzione anche al passaggio relativo alla classificazione assegnata alla variabile, che non sempre rispecchia il volere del ricercatore. Il più classico tra gli esempi è quello di dover trasformare una variabile da stringa, con la quale si riconoscono le risposte aperte, ad una nominale, ordinale o cardinale.

Nella tabella precedente è stata effettuata una distinzione tra web survey e web survey veicolate attraverso le App: entriamo quindi ora nel merito delle specificità di quest'ultima forma alternativa di somministrazione.

La prima grande differenza riguarda la numerosità delle domande che possono essere inserite all'interno della survey: la piattaforma utilizzata è direttamente connessa alla programmazione dell'applicazione mobile che, spesso, ha uno spazio dedicato alla survey piuttosto limitato, ma ciò non significa che non si possano avere a disposizione grandi quantità di dati.

Il questionario somministrato tramite applicazione mobile appare a video all'utilizzatore finale nel momento in cui accede all'applicazione per un numero di domande che spazia attorno alla ventina. I dati quindi a nostra disposizione saranno di due tipi: un primo derivante direttamente dalle domande del questionario e un secondo riconducibile a una serie di informazioni che l'applicazione mobile incorpora autonomamente e che un tempo era considerato "rumore statistico".



Figura 1: Esempio di Dashboard di Google Analytics. Fonte: nostra elaborazione su studio di caso

Per l'estrapolazione dei dati dovremo avvalerci di Google Analytics dove, dopo l'inserimento di diversi parametri attraverso la dashboard, avremo modo di accedere e scaricare la matrice. Anche in questo caso, potranno verificarsi una serie di problematiche riguardanti i simboli

nascosti che richiedono, come già precedentemente descritto, un’opportuna e accurata pulizia del dato.

	Operativizzazione	Progetto della matrice	Cod.	Immissione dati	Estrapolazione
App dati di natura secondaria	n.p. ²	n.p.	n.p.	n.p.	=
Banche dati da Fonti istituzionali	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	=

Tabella 2: corrispondenza tra matrici derivanti da banche dati rilevate attraverso applicazioni mobili e banche dati di natura secondaria provenienti da fonti istituzionali rispetto alla matrice classica CxV.

Differenti invece sono i dati di natura secondaria derivanti dall’uso di applicazioni sul web: nel momento in cui si accede a un’Applicazione mobile in qualità di usufruttori del servizio, il sistema registra infatti una serie di informazioni riguardanti la tipologia di connessione, l’IP con il quale si accede, la geolocalizzazione e le consultazioni effettuate all’interno dell’applicazione stessa, che molto ci possono dire dei comportamenti/servizi per i quali è stato effettuato l’accesso.

Questi dati però non sono organizzati in forma matriciale, sarebbe d’altronde estremamente difficile analizzarli attraverso i software che siamo abituati ad utilizzare, perché siamo nell’ambito di una vera e propria *data explosion*: consideriamo che un’applicazione mobile di media consultazione registra mediamente più di 100 accessi al giorno. Il ricercatore può conoscere quindi una serie di informazioni che non ha richiesto in prima persona, ma che possono essere di estremo interesse a supporto di quanto emerge da una *web survey* veicolata proprio attraverso l’applicazione mobile in questione, a completamento di una visione complessiva.

Per poter accedere a questi dati il ricercatore dovrà far sì che colui che ha predisposto l’applicazione mobile, ossia il programmatore informatico, gli dia pieno accesso a tali informazioni. Dopodiché il ricercatore sarà accreditato per accedere a Google Analytics ed effettuare tutte le interrogazioni che considera più opportune.

Proprio perché stiamo discutendo di estrapolazione dei dati, questa tipologia d’informazioni è accessibile esclusivamente attraverso la dashboard, che poco ha a che fare con una matrice CxV. Non avere a disposizione la matrice non significa però non poter analizzare i dati: la dashboard ci permette di effettuare analisi bivariate, costruire grafici, definire sotto-aree di interesse predisponendo tali criteri di approfondimento nel tempo, di modo che al prossimo accesso alla dashboard siano già presenti i parametri precedentemente impostati. Il limite è riferito al fatto che Google Analytics non permette analisi multivariate, ma di fatto i big data di natura secondaria, ossia derivanti da API, non permettono analisi di questo tipo se non opportunamente *“trattati”* con algoritmi specifici (Neresini, 2015).

² La non pertinenza è riferita al fatto che le matrici derivanti dalle applicazioni mobili e dalle banche dati provenienti da fonti istituzionali sono già state predisposte ex-ante dal software specifico e dai ricercatori per altri scopi a fini conoscitivi del fenomeno oggetto di studio.

4. Web structure mining: la matrice quella sconosciuta

Se fino a questo momento abbiamo discusso di matrici molto simili a quelle che siamo abituati ad utilizzare, tranne che per i dati derivanti dall'utilizzo delle applicazioni mobili, ora la situazione è differente, così come il procedimento.

Entriamo nel mondo degli Application Programming Interface (API) (Monovich, 2011) rispetto al quale andremo ad approfondire il *web structure mining*, con il quale è possibile svolgere un'analisi di rete dalla quale emerge l'analisi dei reticoli prodotti dalle relazioni tra gli utenti ed i siti web (Hansen, Shneiderman e Smith, 2011).

Prendiamo a titolo d'esempio l'ego rete derivante da Facebook: la prima cosa che ci appare evidente è che effettueremo un procedimento molto differente da quello precedentemente discusso: la matrice sussiste già precedentemente ai fini della programmazione del social, può essere richiesta dal ricercatore, attraverso un apposito software (*netvizz*), al fine di effettuare delle analisi particolareggiate su alcuni aspetti piuttosto che altri (differenze di genere, nazionalità, interesse verso un determinato post, definizione della ego rete, etc.). La matrice diviene quindi soltanto mezzo attraverso il quale ottenere i focus di studio che ci interessano.

I dati così come siamo abituati ad analizzarli, siano esse variabili nominali, ordinali o cardinali, sono visibili solo alla fine di un procedimento piuttosto complesso e, potremmo aggiungere che, di fatto non sono stati richiesti direttamente dal ricercatore. Ma andiamo con ordine e discutiamo tale procedimento con riferimento ai nostri 5 aspetti che caratterizzano la definizione di una matrice CxV.

	Operativizzazione	Progetto della matrice	Cod.	Immissione dati	Estrapolazione
Facebook ed ego rete	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	≠

Tabella 3: corrispondenza tra una matrice proveniente da Facebook rispetto alla matrice classica CxV.

Dalla tabella appare evidente che il ricercatore ha la possibilità di intervenire solo nella fase relativa all'estrapolazione dei dati, che non consiste nell'ottenere un file formato Excel, ma avere in restituzione un file estraibile esclusivamente attraverso programmi di analisi di rete. Il primo passaggio da effettuare per ottenere tale file è quello di accedere all'interno di Facebook utilizzando un'area dedicata alla "programmazione", ossia *netvizz* nel quale inseriremo attraverso la sintassi una serie di comandi in cui sarà richiesta la tipologia di informazioni di nostro interesse: l'ego rete a partire da una determinata pagina e/o da un determinato utente, sempre che l'oggetto di nostro interesse non abbia apportato limitazioni specifiche nell'area *Privacy*. In tal caso la possibilità di elaborazione delle informazioni è fortemente limitata, ma questo è un problema che può sorgere per qualsiasi social media per il quale sia prevista la possibilità di limitazione degli accessi esterni.

Richiesti i giusti parametri, sarà scaricato un file contenente una serie di informazioni a cui non è possibile accedere se non trasportando il file all'interno di un software specifico tra quelli esistenti (es. Gephi, NodeXL Pajek). Elaborato il file attraverso il software avremo accesso ad una matrice dalla quale sarà possibile effettuare le dovute analisi, organizzato secondo la configurazione n*p. (nodi per proprietà) Ciò che differenzia questa forma

matriciale dalle altre è riferito al fatto che i dati in essa contenuti non sono stati effettivamente definiti dal ricercatore, se non per i pochi parametri richiesti nella sintassi. La matrice in realtà è sempre esistita già a partire dal procedimento impostato su *netvizz*, ma a meno che non si abbiano le dovute conoscenze informatiche di programmazione, non è possibile aprirle in un formato leggibile fino a quando, la matrice non è ulteriormente elaborata con un software che abbia un'interfaccia grafica.

Nodes	Id	Label	type	post...	post_id	post_link
● Cittadinanzattiva Onlus shared Italian E-Payment Coalition_s photo.	1a3d112388cf	Cittadinanzattiva Onlus shared Italian E-Payment Coalition_s photo.	post_page	photo	2014-07-14...	
● Oggi si celebra la Giornata mondiale dell'ascolto. Un'occasione per rivalutare il...	637c32f253de	Oggi si celebra la Giornata mondiale dell'ascolto. Un'occasione per rivalutare il...	post_page	link	2014-07-14...	
● user_1370911858	4be05ea546278	user_1370911858	user	user		
● user_208439292553517	0a0bdfc3f32f3	user_208439292553517	user	user		
● user_100001854190745	9591b281c74c	user_100001854190745	user	user		
● user_100001383392038	380693ef974a	user_100001383392038	user	user		
● #ILVA: in Gazzetta Ufficiale il Decreto che fissa le scadenze della Autorizza...	476ea99bd260	#ILVA: in Gazzetta Ufficiale il Decreto che fissa le scadenze della Autorizza...	post_page	link	2014-07-14...	
● Buongiorno! E_ online la #assegnata stampa di #Cittadinanzattiva di venerdi...	05a05451421d	Buongiorno! E_ online la #assegnata stampa di #Cittadinanzattiva di venerdi...	post_page	video	2014-07-14...	
● Costi della politica... ecco il rapporto. I tagli possibili dalla Rai ai vitalzi...	c05c60f490a3	Costi della politica... ecco il rapporto. I tagli possibili dalla Rai ai vitalzi...	post_page	link	2014-07-14...	
● L'allarme è stato lanciato dal Garante della privacy... secondo cui c'è una falla...	179ce46857581	L'allarme è stato lanciato dal Garante della privacy... secondo cui c'è una falla...	post_page	link	2014-07-14...	
● user_100007670973948	f9360aa89d5f	user_100007670973948	user	user		
● Dove finisce il cibo non consumato durante i pasti che ci vengono offerti ne...	1af79f8bd22e	Dove finisce il cibo non consumato durante i pasti che ci vengono offerti ne...	post_page	link	2014-07-14...	
● Buongiorno! E_ online la #assegnata stampa di #Cittadinanzattiva di giovedi...	8c2227470bd5	Buongiorno! E_ online la #assegnata stampa di #Cittadinanzattiva di giovedi...	post_page	video	2014-07-14...	
● user_100002988415170	ect1d8e90076a	user_100002988415170	user	user		
● #Ticket: gli effetti sui diritti dei cittadini e le ipotesi di riforma	d257af53be86	#Ticket: gli effetti sui diritti dei cittadini e le ipotesi di riforma	post_page	video	2014-07-14...	
● user_1235598883	5de20d81e5bf	user_1235598883	user	user		
● user_100001844164684	614df4d24ec6	user_100001844164684	user	user		
● Esenzioni sui ticket sanitari... verso il riequilibrio del sistema?	0ce5d5a6e996b	Esenzioni sui ticket sanitari... verso il riequilibrio del sistema?	post_page	link	2014-07-14...	
● Entro il 2020 molte delle coltivazioni potrebbero diventare improduttive... con...	da4c2d1b5ed0	Entro il 2020 molte delle coltivazioni potrebbero diventare improduttive... con...	post_page	link	2014-07-14...	
● Buongiorno! E_ online la #assegnata stampa di #Cittadinanzattiva di mercoledi...	ed71020fe919	Buongiorno! E_ online la #assegnata stampa di #Cittadinanzattiva di mercoledi...	post_page	video	2014-07-14...	
● user_1468851492	c47ff35aa2e8	user_1468851492	user	user		

Figura 2: esempio di matrice di una ego-rete di una pagina facebook. Fonte: nostra elaborazione su studio di caso

Resta comunque il fatto che le variabili che avremo modo di osservare sono piuttosto complesse da riconoscere: l'etichettatura è differente da quella che siamo soliti avere a disposizione, non siamo infatti noi ad averle editate; potremo quindi distinguere tra variabili stringa, etichette riferite alle pagine visitate, alla direzione dei legami, ai valori booleani di questi ultimi, ai commenti, ai like, etc. tutto *mescolato* assieme in una matrice di affiliazione, molto simile ad una matrice CxV.

Oltre ad avere le dovute conoscenze in merito all'analisi di rete, è necessario essere altresì a conoscenza degli algoritmi più idonei per elaborare i dati e fare emergere da una data moltitudine di informazioni una rete chiara e facilmente comprensibile. Quindi, in ultima istanza, dopo attenti procedimenti e dovute conoscenze anche di natura informatica, avremo a disposizione una serie di variabili di natura quantitativa che richiede conoscenze riferite all'analisi di rete: *«l'impostazione può essere definita a tutti gli effetti di sociologia matematica, in quanto l'obiettivo è quello di modellizzare strutture sociali dotate di differenti proprietà partendo dalla teoria matematica dei grafi e utilizzando l'algebra delle matrici. L'approccio è quindi astratto e deduttivo, piuttosto che sostanziale ed applicativo ai problemi di interpretazione sociologica. L'elemento che unifica i diversi contributi (è) [...] il metodo della network analysis»*. (Chiesi 1999, p. 46).

5. Web usage mining: possiamo ancora parlare di matrice?

Il web usage mining ci permette di conoscere le preferenze di ricerca nella rete dove, anche in questo caso, giocano un ruolo di rilievo gli API, senza i quali non potremmo conoscere tali preferenze.

Il Web usage mining è quello che tra i tre è maggiormente conosciuto anche dalla gran parte degli utenti della rete: le analisi più estreme si basano su modelli predittivi come *Google Trend*³ ideato da Google al fine di poter prevedere con un certo anticipo l'andamento di alcuni fenomeni.

In questo paragrafo si discute della mappatura dei siti internet a partire da un lemma a nostra scelta inserito all'interno di un'area di un motore di ricerca qualsiasi, che nel nostro caso specifico fa riferimento a Google, ma rispetto al quale avremmo potuto utilizzare yahoo, safari, etc. Al riguardo è possibile tracciare il percorso dell'utente medio, ossia tracciare le consultazioni dei vari siti, a partire dal lemma oggetto di studio. Tale percorso prende la veste di un grafo, sfruttando le proprietà della *network analysis*.

Il procedimento però, per l'estrapolazione dei dati è ancora più complesso del precedente, ma il risultato è una matrice molto simile a quella del paragrafo sopradescritto, ossia avremo modo di lavorare su di una matrice di affiliazione.

Anche in questo caso il ricercatore non interviene se non nell'ultima fase riferita ai 5 aspetti della definizione/costruzione della matrice, spariscono dal processo quindi l'operativizzazione, il progetto della matrice, la codifica e l'immissione dei dati⁴, resta l'estrapolazione che si configura come un'operazione piuttosto complessa che richiede buone conoscenze di programmazione.

	Operativizzazione	Progetto della matrice	Cod.	Immissione dati	Estrapolazione
Mappatura di siti internet con Web crawler	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	≠

Tabella 4: corrispondenza tra una matrice proveniente dalla mappatura di siti internet rispetto ad una matrice classica CxV.

Al riguardo viene usualmente utilizzato il web crawler⁵ (fig. 3) che ci permette di ottenere informazioni attraverso alcuni parametri da noi impostati. Possiamo quindi decidere il tempo medio di consultazione all'interno di un sito, prima che questo sia abbandonato per la consultazione in un altro, possiamo escludere i ping, le sotto-aree delle pagine web, ossia la navigazione del sito attraverso i menù a tendina, etc., il file così ottenuto può essere inserito all'interno del software *Gephi* e risulta pronto per l'elaborazione.

I file contenente i dati che si trasformeranno in matrice saranno anche in questo caso stringhe ed etichette, in modo molto simile al caso precedente, ma con un numero inferiore di variabili: scompariranno le variabili dedicate ai like, ai commenti che lasceranno lo spazio

³ <https://trends.google.it/trends/?geo=IT>

⁴ La fase relativa alla codifica dei dati è svolta dal programmatore in fase di definizione del software.

⁵ A dispetto di quanto si possa pensare i programmi di web crawler nascono già nei primi anni 90, la loro diffusione alla grande massa avviene però solo negli ultimi anni al fine di effettuare le analisi sopradescritte.

alle variabili riguardanti i diversi canali di ricerca, le piattaforme attraverso le quali si accede alla ricerca, la forza dei legami tra le pagine, ossia variabili comprensibili solo ad un occhio esperto che abbia conoscenze di *network analysis* e di linguaggio di programmazione.

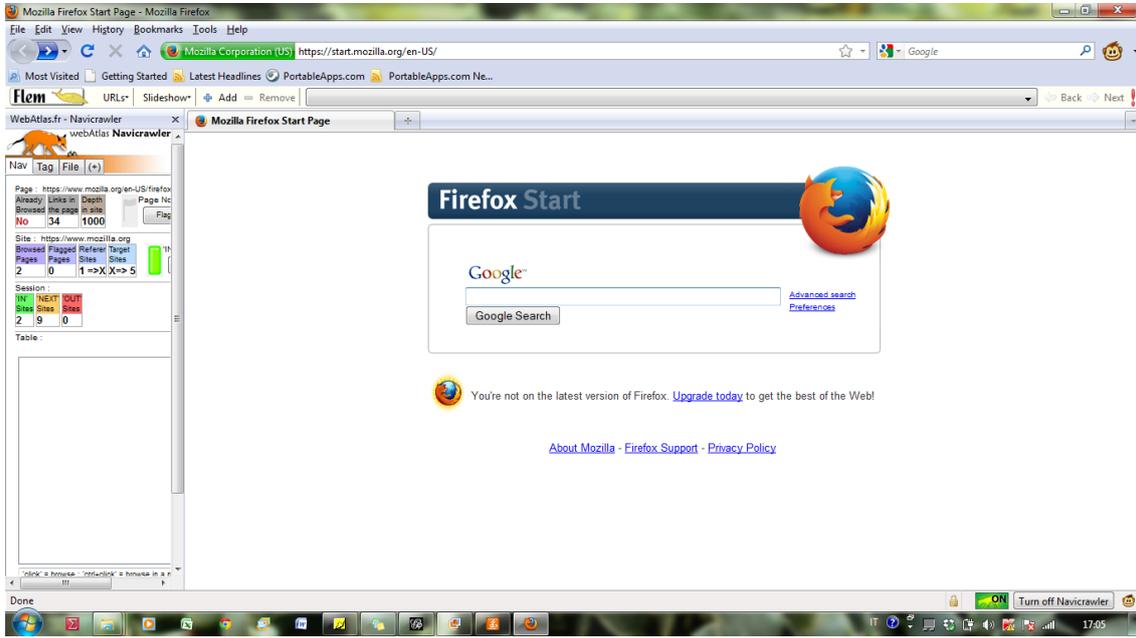


Figura 3: esempio di pagina di web crawler. Fonte: nostra elaborazione su studio di caso

6. Web Contest Mining: la poliedricità delle analisi online

Abbiamo lasciato per ultimo il *web contest mining* perché in questo caso il ricercatore non avrà alcun tipo di matrice da elaborare ed inserire in un software di analisi dei dati, ma il procedimento avverrà tutto all'interno del web, grazie alle competenze del ricercatore, che sempre più si avvicinano a quelle di un programmatore informatico.

	Operativizzazione	Progetto della matrice	Cod.	Immissione dati	Estrapolazione
Rappresentazione geo-localizzata / Cartografia	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.

Tabella 5: corrispondenza tra una matrice proveniente da una rappresentazione geo-localizzata rispetto alla matrice classica CxV.

I cinque aspetti – operativizzazione, progetto della matrice, codifica, immissione dati, estrapolazione – non sono in alcun modo considerati, utilizziamo infatti dati che non sono stati operativizzati, né codificati, né tantomeno estrapolati, è possibile invece salvare l'output, ossia la cartografia nei formati più diversi, pdf, immagine, ma non la matrice, che resta a noi ignota. Questa tipologia di analisi ricorda molto più una restituzione in forma grafica dell'analisi, piuttosto che un'analisi *tout court*, anche in questo caso gli API sono la porta di accesso a tali elaborazioni.

Su alcuni siti le analisi sono possibili all'interno del sito stesso, che diviene in tal modo strumento statistico; altre volte invece si passa da un sito ad un altro, dove in una prima pagina web si scaricano le informazioni di interesse, sempre attraverso gli API, in un altro sito invece si elaborano tali informazioni geo-localizzando l'oggetto di studio: in questo processo il web crawler diviene fondamentale tanto quanto gli API stessi.

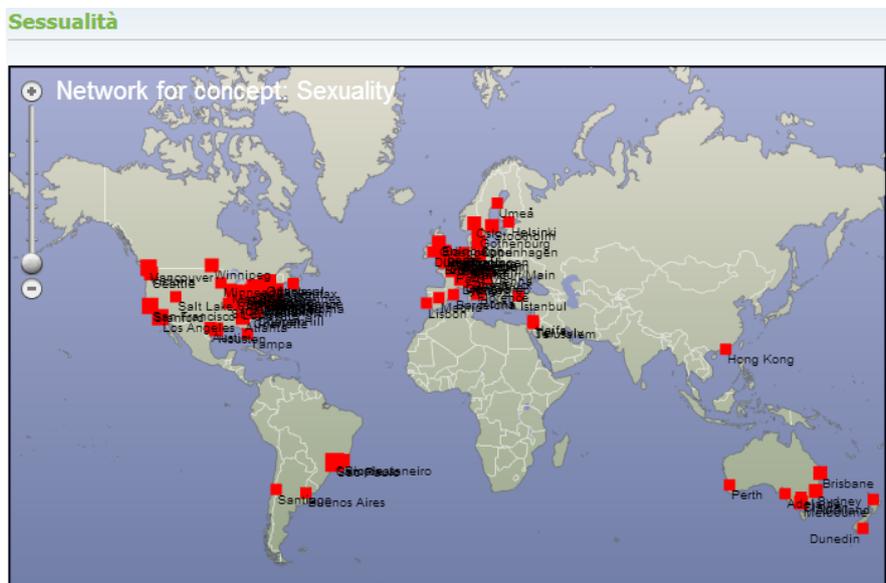


Figura 4: esempio di rappresentazione geo-localizzata.
Fonte: nostra elaborazione su studio di caso

Anche in questo caso è necessaria più competenza di programmazione che non capacità di analisi: il ricercatore dovrà quindi avere buone competenze informatiche, ma sapere anche cosa ricercare e attraverso quali canali, perché come abbiamo accennato nel terzo paragrafo, non sempre le informazioni hanno accesso illimitato a causa di eventuali restrizioni apportate dal singolo utente dagli API. In quest'ultimo caso si discute di un vero e proprio mashup di dati (Corposanto, Molinari, 2015b).

7. Considerazioni conclusive

	Operativizzazione	Progetto della matrice	Cod.	Immissione dati	Estrapolazione
Web survey	=	=	≠	≠	=
Web survey App	=	=	≠	≠	=
Mappatura di siti internet con Web crawler	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	≠
Banche dati da fonti istituzionali	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	=
Facebook e ego rete	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	≠
App dati di natura secondaria	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	=
Cartografia	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.

Tabella 6: corrispondenza tra diverse forme di matrice discusse nei paragrafi precedenti rispetto alla matrice classica CxV.

In fase conclusiva cerchiamo di “tirare le fila” evidenziando quanto fino ad ora descritto in merito alle differenze tra le matrici di derivazione paper & pencil rispetto a quelle scaturite dal web: grazie a tale distinzione avremo modo di discutere in merito alle analisi che tali matrici ci permettono di svolgere.

Come abbiamo modo di vedere dalla tabella riassuntiva sotto riportata, comprensiva di tutti gli esempi d’interrogazione svolti sul web presentati in questo contributo e dei cinque aspetti che caratterizzano la matrice dei dati “classica”, solo le web survey e le web survey somministrate attraverso le App sono quelle che presentano una maggiore vicinanza in termini di paragonabilità: l’operativizzazione e il relativo progetto della matrice sono due tra i cinque aspetti che le accomunano. All’estremo opposto abbiamo le informazioni provenienti dalle Applicazioni mobili di natura secondaria e quelle scaturite dalle cartografie che non permettono l’extrapolazione della matrice, nonostante questa sia presente nella fase di elaborazione dei criteri di approfondimento richiesti dal ricercatore, senza la quale gli algoritmi che permettono la configurazione grafica, così come ci apparire, non sarebbero possibili. Tranne questi ultimi due casi ci teniamo a sottolineare che le matrici estrapolate dal web sono facilmente riconducibili a *items* quantitativi ed in alcuni casi, quando direttamente richiesti dal ricercatore, anche qualitativi.

Oltre alla fase di estrapolazione della matrice vi è la fase di analisi dei dati, ossia il sesto aspetto di cui non abbiamo ancora discusso.

L’extrapolazione dei dati, cui segue la pulizia dei dati stessi, e l’analisi sono la diretta conseguenza l’una dell’altra, comprese quindi le differenze che le diverse forme di estrapolazione dei dati comportano sulle rispettive matrici, cerchiamo di andare oltre e capire attraverso quali software e tipologia di analisi statistiche è possibile confrontarsi attraverso il web.

Le web-survey somministrate su piattaforme online oppure tramite applicazioni mobili e le banche dati ci permettono di svolgere le analisi così come da sempre siamo abituati a effettuarle, i software sono quelli più comunemente utilizzati per le analisi statistiche: non vi sono quindi limitazioni, per cui sarà possibile analizzare i dati sia attraverso analisi mono e bivariate, sia multivariate.

WEB 2.0	Estrazione	Analisi
Web survey (Piattaforma)	Estrazione standard – Matrice – dati quali e quanti	Tutte SPSS/SAS/STATA/R
Web survey (APP)	Google analytics – Matrice – dati quali e quanti	Tutte SPSS/SAS/STATA/R
Banche dati	Estrazione standard – Matrice – dati quali e quanti	Tutte SPSS/SAS/STATA/R
Dati (APP) natura secondaria	Google analytics – Dati quantitativi	Clustering da Google analytics
Mappatura dei siti web	API – Web crawler	Network analysis e Google analytics
APP – Mobile and sensor-based content	API – Web crawler MASH-UP	Carte topografiche, etc.

Tabella 7: estrapolazione e analisi del web 2.0

Le differenze più marcate si riscontrano con i dati di natura secondaria provenienti dalle Applicazioni mobili, le mappature dei siti web, le ego reti svolte attraverso i social media, che ci ricordano quanto sia utile e fondamentale, in questi casi, svolgere interrogazioni attraverso *Google Analytics*, senza il quale non avremmo modo di effettuare analisi e approfondimenti.

Per concludere nella web research giocano un ruolo fondamentale la presenza degli API, del web semantico e la possibilità di individuare e ricostruire le informazioni attraverso il *web crawler*. Da tali forme matriciali è possibile effettuare la *network analysis* grazie a WEKA, Pajek, NodeXL, UCINET, etc. Infine API e *web crawler* ci permettono raffigurazioni prettamente grafiche di carte topografiche, geolocalizzazioni in formato immagine "rappresentativo" di una serie di altre immagini raccolte su social media (es. Pinterest) con riferimento ad oggetti di interesse specifico, etc. In questo caso tali configurazioni aprono il campo al web 3.0, ossia a quello ad oggi conosciuto come *Mobile and sensor-based content*, dove la matrice e le analisi divengono parte integrante dall'applicazione mobile stessa e il fruitore dell'applicazione mobile non è più solo colui che utilizza un servizio, bensì diviene esso stesso analizzatore della realtà di suo interesse.

Riferimenti bibliografici

- Agnoli, S., Parra-Saiani, P. (2016). Sulle tracce dei big data. Questioni di metodo e percorsi di ricerca. *Sociologia e Ricerca Sociale*. n.109, pp. 1-3.
- Angus, D., Rintel, S., Wiles J. (2013). Making sense of big text: a visual-first approach for analyzing text data using Leximancer and Discursis. *International Journal of Social Research Methodology*, vol. 16, n. 3, pp. 261-267.
- Burrows, R., Savage, M. (2014). After che Crisis? Big Data and the Methodological Challenges of Empirical Sociology. *Big Data and Society*, n. 1, pp. 1-6.
- Bethlehem J., Biffignandi S. (2012). *Handbook of Web Surveys*, Wiley Handbooks in Survey Methodology. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Berry D. (2011). The computational turn: thinking about the digital humanities. *Culture Machine*, vol. 12, [Online] Available at: <http://www.culturemachine.net/index.php/cm/article/view/440/470> (26 April 2019).
- Bennato D. (2015). *Il computer come macroscopio. Big data e approccio computazione per comprendere i cambiamenti sociali e culturali*. Milano: FrancoAngeli.
- de Boeck P., Wilson M. (2004). *Explanatory Item Response Models: A Generalized Linear and Nonlinear Approach*. NY: Springer.
- Boccia Artieri, G. (2015). *Gli effetti sociali del web. Forme della comunicazione e metodologie della ricerca online*. Milano: FrancoAngeli.
- Cardon, D. (2016). *Che cosa sognano gli algoritmi. Le nostre vite al tempo dei big data*. Milano: Mondadori Università.
- Chiesi A.M. (1999). *L'analisi dei reticoli, Metodologia delle scienze umane*. Milano: FrancoAngeli.
- Chen, H., Chiang, R.H.L., Storey, V.C. (2012). Business Intelligence and Analytics: From Big Data to Big Impact. *MIS Quarterly* Vol. 36 No. 4, pp. 1165-1188/December 2012
- Corposanto, C., Molinari, B. (2014). "Survey e questionari online?". In Corposanto, C. Valastro, A. (a cura di). *Blog, fb e twitter*. Milano: Giuffrè.
- Corposanto, C., Molinari, B. (2015a). Chasing a dragonfly on the lawn. *Science Innovation*. Vol. 3, No. 4, 2015, pp. 39-45. ISSN: 2328-7861 (Print); ISSN: 2328-787X (Online) doi: 10.11648/j.si.20150304.11
- Corposanto, C., Molinari, B. (2015b). "Rilevare dati sul web: la cassetta degli attrezzi 2.0". In Sannella, A. Toniolo, F. (a cura di). *Le sfide della società italiana tra crisi strutturali e social innovation*, Venezia: Edizioni Ca'Foscari.
- Corposanto C., Molinari B. (2016). Say it with un App. *Journal of Advanced Statistics*. Vol. 1, No. 2, June 2016, pp.52-56.

- Corposanto C., Molinari B. (2017). Le politiche pubbliche per l'alimentazione e l'uso dei Big Data: percorsi di valutazione condivisa. In Corposanto, C. (a cura di). *Sociologia dell'alimentazione. Diete, culture, rischi*. Napoli: Rogiosi Editore.
- Corposanto C., Molinari B. (2017). Big Data and evaluation of policy. *Rassegna Italiana di Valutazione*, a. XXI, n. 68, DOI: 10.3280/RIV2017-068006
- Corposanto C., Molinari B. (2018). Analizzare dati di microblogging con la Sentiment Analysis. Quale rappresentatività? *Sociologia Italiana*, n. 11, Egea.
- Creswell, J.W., Plano, Clark V.L. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*, Thousand Oaks (CA): Sage.
- Delli Zotti G. (1985). Tipologia delle matrici usate nella ricerca sociale. *Rassegna Italiana di Sociologia*. XXVI, 2, pp.141-168
- Di Franco G. (2005). *EDS: Esplorare, descrivere e sintetizzare i dati. Guida pratiche all'analisi dei dati nella ricerca sociale*. Milano: FrancoAngeli.
- Grimmer J., Stewart B.M. (2013). Text as Data: The Promise and Pitfalls of Automatic Content Analysis Methods for Political Texts. *Political Analysis* 21(3):267–297.
- Gross, J.L., Yellen, J. (2004). *Handbook of graph theory*. London: CRC Press.
- Harman, H.H. (1967). *Modern Factor Analysis*. Chicago: University Press of Chicago.
- Hansen D.L., Shneiderman, B., Smith, M.A. (2011). *Analyzing Social Media Networks with NodeXL. Insights from a connected world*. Burlington: Morgan Kaufmann.
- Kitchin, R. (2014). Big Data, New Epistemologies and Paradigm Shifts. *Big Data & Society*, I, n. 1, pp. 1-12.
- Kosinski, M., Stillwell, D.J., Graepel, T. (2013). Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *National Academy of Sciences of the United States Of America*, vol. 110, n. 15, pp. 5802-5805.
- Kosala, R., Blockeel, H. (2000). Web Mining Resarch: a Survey. *SIGDCK Explorations*, vol. 2 n. 1. Pp. 1-15.
- Kaushik, A. (2010). *Web analytics 2.0. Misurare il successo online nell'era del web 2.0*. Milano: OEPLI.
- Laney, D. (2001). 3D Data Management: Controlling Data Volume, Velocity, and Variety. *Application Delivery Strategies*, file n. 949 [online], disponibile in: <http://blogs.gartner.com/doug-laney/files/2012/01/ad949-3D-Data-Management-Controlling-Data-Volume-Velocity-and-Variety.pdf> (23 April 2019).
- Lombi, L. (2015). *Le web survey*. Milano: FrancoAngeli.
- Manovich, L. (2011). Trending: the promises and the challenges of big social data. *Debates in the Digital Humanities*, Minneapolis: The University of Minnesota, Press. [Online] Available at: http://www.manovich.net/DOCS/Manovich_trending_paper.pdf (26 April 2019).
- Marradi, A. (1992). *L'analisi monovariata*, Milano, Franco Angeli.
- Marradi, A. (1997). *Linee guida per l'analisi bivariata dei dati nelle scienze sociali*. Milano: Franco Angeli
- Molinari B. (2017), Partecipation. In Lombi, L., Marzulli, M. (a cura di). *Theorising Sociology in the Digital Society*. Milano: FrancoAngeli.
- Neresini, F. (2015). Quando i numeri diventano grandi: che cosa possiamo imparare dalla scienza. *Rassegna Italiana di Sociologia*, n. 3-4, pp. 405-431.
- Palumbo, M., Garbarino, E. (2006). *Ricerca sociale: metodo e tecniche*. Milano: FrancoAngeli.
- Papacharissi, Z. (2016). Remaking Events, Storytelling, and News. In Boczkowski, P., Anderson, C. (Eds.). *Remaking the News*. Cambridge: MIT Press.
- Trobia, A. (2014). Web Mining e Application programming interfaces per la ricerca sociale: caratteristiche, strumenti, prospettive e limiti. In Corposanto, C., Valastro, A. (a cura di). *Blog, fb e twitter*. Milano: Giuffrè.
- Twitter (2011) 'One hundred million voices', Twitter Blog, [Online] Available at: <http://blog.Twitter.com/2011/09/one-hundred-million-voices.html> (26 April 2019).
- Ward, J. S., Barker, A. (2013). Undefined By Data: A Survey of Big Data Definitions. *arXiv 1309.5821* [online], disponibile in <http://arxiv.org/abs/1309.5821>.
- Witten, I.H., Franck, E., Hall, M.A. (2011). *Data Mining. Practical Machine Learning Tools and Techniques*, Burlington: Morgan Kaufmann.

Reti resilienti e qualità della vita: formale e informale nelle pratiche di comunità*

Luigi delle Cave¹

1. Introduzione

Il contributo presenta i risultati di una ricerca condotta nel centro storico di Napoli sul tema della qualità della vita e della resilienza sociale². La scelta dell'ambito territoriale di riferimento è motivata dal crescente impatto che i processi rigenerazione urbana hanno avuto e continuano a sortire nei centri storici delle città, con ricadute effettive sia sul piano della qualità della vita degli abitanti sia sulla messa in moto di processi di gentrificazione. Il centro storico di Napoli rappresenta, in tal senso, un "laboratorio territoriale" dove la forte attrattività culturale e artistica del luogo si mescola a problematiche sociali e processi di crescita economica (legati anche all'aumento dei flussi turistici) che rendono il quartiere un punto di osservazione privilegiato per esplorare, in chiave empirica, le dimensioni della resilienza sociale e della qualità della vita. Sebbene l'area del centro storico sia molto più ampia della zona indagata, coprendo anche una parte della fascia costiera della città, la ricerca si è svolta all'interno del perimetro urbano definito dai tre Decumani (superiore, maggiore e inferiore) che attraversano parte del centro storico di Napoli; zone caratterizzate dalla presenza di sedi universitarie, da un'elevata concentrazione di siti artistici e culturali, da un denso tessuto economico legato allo sviluppo di varie attività commerciali e di artigianato artistico, storicamente un punto di attrazione dell'area, e che presenta fratture sociali dovute a forme di disuguaglianza e disagio che rendono l'area un punto di interesse per gli obiettivi della ricerca.

Muovendo all'interno di questo ambito urbano e recuperando le dimensioni del BES (*Benessere Equo e Sostenibile*), il contributo illustra, da un lato, i risultati di una survey nata con l'obiettivo di identificare una serie di indicatori focalizzati sugli aspetti cruciali che (direttamente o indirettamente) influenzano e determinano il livello di benessere degli individui e delle comunità locali del centro antico di Napoli. Dall'altro, si offre una riflessione sulla capacità dei cittadini di rispondere a problematiche sociali attraverso pratiche di resilienza urbana "mediate" talvolta dal contributo di piccole organizzazioni locali (molte di volontariato); talvolta da iniziative proposte da gruppi di cittadini che in maniera auto-organizzata e spontanea attivano sul territorio un fitto tessuto di relazioni "informali", composto da piccoli nodi particolarmente attivi e intraprendenti. Pur non entrando in contatto diretto tra loro, questi due ambiti relazionali (formale e informale) configurano insieme un notevole potenziale di risorse di *support* e di capitale sociale organizzativo, muovendosi sul doppio registro "modernità-tradizione", "innovazione-continuità".

Le abbiamo definite "reti resilienti": network che mostrano l'elasticità del corpo sociale di

* Data ricezione 8/05/2019. Versione finale approvata 5/06/2019.

¹ Università degli studi di Napoli "Federico II".

² Questo capitolo presenta i primi risultati di una ricerca condotta nell'ambito del progetto METRICS (Metodologie e Tecnologie per la gestione e Riqualificazione dei Centri Storici e degli edifici di pregio), un progetto dell'Università degli Studi di Napoli Federico II finalizzato allo sviluppo di metodologie e tecnologie innovative per promuovere sostenibilità e sicurezza nel centro storico della città di Napoli.

rispondere a situazioni di disagio, di restituire alla cittadinanza luoghi dimenticati e in disuso, di amplificare (anche indirettamente) la percezione della qualità della vita dei cittadini, dando valore ad iniziative che portano alla riscoperta di vecchi e nuovi spazi urbani.

Un tema, quello della qualità della vita nei contesti urbani, che viene fuori con forza quando si prova a leggere a livello locale l'azione delle numerose organizzazioni di volontariato che cercano di muovere sul territorio risorse di varia natura per migliorare le condizioni di vita della cittadinanza, a partire dalle problematiche che interessano le fasce disagiate fino a giungere a interventi volti al recupero di spazi urbani abbandonati o "nascosti". *Resilienza di comunità e qualità della vita* restano dimensioni solo apparentemente lontane, che abbiamo provato a mettere in relazione approfondendo i due concetti.

Per farlo – come anticipato in apertura – siamo partiti dalle indicazioni emerse da una survey realizzata nel centro antico di Napoli, nata con l'obiettivo di identificare una serie di indicatori focalizzati sugli aspetti cruciali che (direttamente o indirettamente) influenzano e determinano il livello di benessere degli individui e delle comunità locali che abitano e vivono l'area³. Da qui, siamo poi passati a ragionare sul contributo che i network organizzativi e i reticoli informali sorti in maniera spontanea sul territorio possono offrire per migliorare il livello di qualità della vita percepito. Lo abbiamo fatto ricostruendo reti locali che nascono, anche grazie al contributo della cittadinanza, per rispondere (dal basso) ad eventi inattesi, reagire a condizioni e problematiche che "rompono" gli equilibri della comunità e danno forma a pratiche di resilienza sociale i cui effetti nel medio e lungo periodo possono riflettersi sul livello di benessere dei cittadini. Processi che coinvolgono numerose organizzazioni di volontariato, associazioni di promozione sociale, cooperative, fondazioni, enti che sperimentano pratiche sociali innovative e che hanno spinto (in alcuni casi) la cittadinanza a riappropriarsi di spazi e luoghi in disuso e abbandonati, simboli di un'identità del quartiere ancora presente nella memoria degli abitanti e tornata a vivere grazie ad iniziative realizzate da gruppi di cittadini capaci di attivare risorse di capitale sociale e mobilitare un'ampia parte della cittadinanza per recuperare nuovi e vecchi spazi di socialità.

Qualità della vita e resilienza sociale: sono queste due direttrici di ricerche orientano la struttura del contributo, composto da un primo paragrafo di taglio strettamente metodologico che presenta le scelte di "campo" adottate per tradurre sul piano empirico i concetti di qualità della vita e resilienza sociale.

Il secondo e il terzo paragrafo sono dedicati, nello specifico, alla lettura della qualità della vita nel contesto urbano e alla presentazione dei primi risultati della survey condotta sul tema.

Il quarto paragrafo introduce il tema della resilienza sociale, mentre il quinto paragrafo offre una lettura, in chiave relazionale, dei network organizzativi e dei reticoli informali sorti in maniera spontanea sul territorio per rispondere (dal basso) ad eventi inattesi, reagendo a condizioni e problematiche che "rompono" gli equilibri della comunità e che mostrano la capacità del corpo sociale di appoggiarsi all'agire di tante piccole organizzazioni e reticoli di cittadini per promuovere istanze collettive e intervenire su

³ Nella presentazione dei risultati sulla percezione della qualità della vita nel centro antico di Napoli, in questo articolo sono stati utilizzati i "valori mediani" rilevati per i vari items del questionario. Per l'applicazione di modelli e tecniche statiche più "sostanziate" nell'analizzare le relazioni esistenti tra i diversi indicatori scelti per rendere operative le dimensioni della qualità della vita, si rinvia alla lettura di Cataldo R., Corbisiero F., Delle Cave L., Grassia M. G., Marino M., Zavarrone E. (2019).

problematiche del quartiere che incidono (anche indirettamente) sulla percezione della qualità della vita degli abitanti.

2. Linee di ricerca: scelte metodologiche

Le caratteristiche dei fenomeni oggetto di analisi hanno richiesto l'utilizzo di un approccio metodologico quali-quantitativo, con la definizione di strumenti di ricerca per "esplorare il campo" in maniera coerente con gli aspetti indagati. Per soddisfare questa esigenza conoscitiva ci siamo mossi utilizzando un duplice registro metodologico e intercettando unità di analisi differenti: i cittadini e le organizzazioni non profit attive nel centro antico di Napoli, il cui contributo conoscitivo rispetto alla capacità del corpo sociale di offrire risposte concrete a situazioni di disagio è stato decisamente rilevante. Si tratta, nel caso delle organizzazioni non profit, di reticoli formali e informali in cui si condensano istanze collettive, si agiscono risorse relazionali e si creano reti di supporto alla collettività che sembrano incidere positivamente nella percezione della qualità della vita dei cittadini.

Questo doppio registro si motiva, pertanto, in ragione degli obiettivi della ricerca, sviluppati lungo due direttrici, di seguito brevemente riprese.

Rispetto alla prima direttrice di ricerca – la qualità della vita – le scelte metodologiche sono state declinate all'interno di un questionario strutturato per analizzare le percezioni espresse dagli intervistati rispetto a una serie di questioni che riguardano il benessere individuale e collettivo. Punto di partenza nella definizione del questionario è stato l'utilizzo di uno dei risultati più articolati e ben costruiti nella ricerca di una misura alternativa di benessere: il BES (un indicatore di Benessere Equo e Sostenibile), che affianca ai parametri economici generalmente utilizzati per valutare il progresso di una società, anche fattori sociali, ambientali, accompagnati da misurazioni di disuguaglianza e sostenibilità. Entrando nel merito dello strumento di ricerca, il questionario è stato utilizzato per analizzare le opinioni del campione, ovvero dei modi di pensare dei residenti del centro storico, stimolati su specifici argomenti inerenti la qualità della vita del quartiere, le loro abitudini in merito all'uso degli spazi ecc.

Oltre a quelle identificate nel BES⁴, sono state inserite due dimensioni *ad hoc*, come "turismo" e "quartiere", e un focus specifico dedicato al tema della partecipazione dei cittadini a situazioni e iniziative promosse da enti del terzo settore che operano a livello locale. Per quanto il tema della "partecipazione" rappresenti una dimensione analitica molto più complessa e ampia rispetto agli aspetti indagati nel corso dell'indagine, si è ritenuto opportuno restringere il campo semantico di tale concetto per rispondere con maggiore efficacia agli interrogativi della ricerca. Questa dimensione è stata approfondita nella sezione del questionario intitolata "Network e capitale sociale", chiedendo agli intervistati di indicare se avessero partecipato nel corso degli ultimi dodici mesi ad attività promosse da associazioni o da altre organizzazioni non profit presenti sul territorio. Quest'ultimo aspetto è stato indagato per approfondire non solo in che misura la presenza sul territorio di

⁴Entrando nel merito delle dodici dimensioni del BES, ne sono state scelte nove per costruire il questionario. Si tratta di ambiti strettamente legati al concetto di *qualità della vita percepita* nel contesto del centro storico. Le dimensioni sono: "ambiente", "benessere economico", "relazioni sociali", "sicurezza personale", "benessere soggettivo", "paesaggio e patrimonio culturale", "qualità dei servizi", "lavoro e riconciliazione della vita", "educazione e formazione". In particolare, queste ultime due dimensioni sono state unite in un unico blocco "dati personali".

organizzazioni non profit rappresenti per gli abitanti un punto di riferimento verso cui guardare per rispondere in maniera concreta a problematiche di carattere sociale, attribuendo a tali enti un ruolo talvolta "integrativo", talvolta "sostitutivo" delle istituzioni. Ma anche per riflettere sulla capacità del corpo sociale di reagire a situazioni di rischio e ad eventi che possono alterare uno stato di equilibrio del quartiere, incidendo sulla qualità della vita percepita.

In generale, gran parte degli items sono stati rilevati utilizzando scale di misurazione che collegano il grado di "accordo" o "disaccordo" con dichiarazioni specifiche, al fine di comprendere le opinioni degli intervistati rispetto alle diverse sezioni tematiche. In altri casi, sono state formulate domande a scelta multipla o domande con modalità di risposta dicotomica.

La versione definitiva del questionario sulla qualità della vita si compone di 36 domande, cui seguono altre 10 brevi informazioni di tipo anagrafico (es. sesso, età, titolo di studio ecc.) e si divide in 7 sezioni tematiche:

1. «Rapporto con il quartiere» → 7 domande
2. «Ambiente e turismo» → 5 domande
3. «Servizi» → 11 domande
4. «Network e capitale sociale» → 5 domande
5. «Sicurezza» → 5 domande
6. «Benessere soggettivo» → 3 domande
7. «Anagrafica di base» → 10 domande

La popolazione statistica di riferimento è rappresentata dai residenti (18.298 individui, al 2016 – Ufficio statistiche del Comune di Napoli) del quartiere Pendino, uno dei quartieri che ricadono nella II Municipalità del comune di Napoli, insieme ai quartieri di Avvocata, Montecalvario, Mercato, Porto e San Giuseppe. L'unità di analisi in questo caso è il singolo residente. La scelta di circoscrivere la popolazione di riferimento a questa specifica area del centro antico di Napoli segue le scelte metodologiche che hanno guidato il lavoro di campo, centrato "territorialmente" su tre direttrici principali: il Decumano Superiore, Maggiore e Inferiore. Come lista di campionamento sono state utilizzate le liste elettorali messe a disposizione dall'ufficio municipale, circoscritte a tutti gli abitanti residenti nell'area. Da tale elenco è stato poi scelto un campione casuale semplice, composto da 312 cittadini.

La seconda direttrice di ricerca è dedicata alla dimensione della resilienza sociale. Come vedremo in dettaglio più avanti, la resilienza è un concetto mutuato dalle scienze fisiche che rimanda alla capacità dei corpi di ripristinare le caratteristiche iniziali dopo uno shock, entrato (insieme ai concetti di rischio, vulnerabilità e sostenibilità) nel corpus di categorie cui spesso le scienze sociali fanno riferimento per capire come una società locale reagisce al rischio, risponde ad eventi shock e a situazioni di crisi.

Un concetto, quello di resilienza, non semplice da rilevare nel campo delle scienze sociali. In questa sede si è scelto di studiare la resilienza ricorrendo alle categorie analitiche e alle tecniche di indagine della Social Network Analysis (SNA) (Salvini, 2005), una metodologia utilizzata anche in altri campi di indagine per analizzare il fenomeno della resilienza dal punto di vista relazionale (Castiello, Mosca, Villani, 2015). Sono stati, pertanto,

ricostruiti network organizzativi formali e informali con l'intento di rilevare la dotazione di capitale sociale del territorio; reti tra cittadini attivi nel quartiere che aggregano istanze collettive, provano a connettere istituzioni e organizzazioni private, enti ecclesiastici, rispondono in forma auto-organizzata a manifestazioni di disagio sociale, restituiscono al quartiere spazi pubblici abbandonati, agiscono risorse di capitale sociale, risorse organizzative, professionali e danno alla dimensione relazionale – anche mediata attraverso l'agire di piccole organizzazioni – un peso rilevante nella percezione della qualità della vita dei cittadini.

Come anticipato in apertura, sul piano empirico questa scelta ha determinato un cambio di unità di analisi. Al centro dell'indagine troviamo in questa fase della ricerca le organizzazioni del terzo settore, individuate, in prima battuta, attraverso una serie di domande poste ai cittadini durante la somministrazione del questionario. Ciò ha consentito di definire un primo gruppo di enti non profit particolarmente intraprendenti nel quartiere, ampliato successivamente attraverso la consultazione di fonti documentali e mediante l'esplorazione diretta sul territorio condotta dal gruppo di ricerca. Questo primo elenco è stato poi riorganizzato in ragione della prossimità delle sedi organizzative di tali enti alle tre aree di interesse del centro storico (Decumano inferiore, Decumano maggiore, Decumano superiore) e ampliato con un metodo di campionamento a valanga.

Sono state individuate 36 organizzazioni non profit, ai cui rappresentanti (con vari ruoli: presidenti, soci, volontari...) è stata somministrata una traccia di intervista semi-strutturata, articolata su due dimensioni chiave: la prima, finalizzata a individuare un evento shock che avesse generato sul territorio manifestazioni di resilienza sociale, spingendo le organizzazioni ad agire risorse di capitale sociale; la seconda, volta a ricostruire i legami tra le organizzazioni, con l'intento di analizzare i flussi di informazioni attivati sul territorio e la capacità degli attori di veicolarli nelle reti di cui sono essi stessi parte attiva.

3. La qualità della vita nel contesto urbano

Negli ultimi decenni, il concetto di qualità della vita è cambiato contestualmente ai mutamenti occorsi nei bisogni della popolazione e nei modelli culturali, sociali e di valore di riferimento. Il quadro teorico del concetto – sviluppato a partire da riflessioni filosofiche sui bisogni primari e secondari dell'individuo (Inglehart, 1983) – è gradualmente diventato più complesso, al punto tale da abbracciare una moltitudine di fattori che situano il concetto di qualità della vita nel cuore di molte discipline (dall'economia all'ecologia, dalla psicologia alla sociologia).

Studi nazionali e internazionali su questo argomento hanno contribuito a consolidare una tradizione di ricerca che a partire dai risultati del Movimento degli indicatori sociali negli anni '60 ha posto lo stato del benessere materiale e immateriale dei cittadini al centro del dibattito, con sfumature diverse.

Come ricorda Nuvolati (2003, 2009, 2010), dopo le prime importanti ricerche condotte negli anni '70 e '80 (Campbell, Converse e Rodgers, 1976, Andrews e Szalai, 1980; Stull 1987; Baldwin *et al.* 1990), il numero di studi sul concetto di qualità della vita è aumentato, con approfondimenti teorici ed empirici che hanno coinvolto anche diversi studiosi italiani

(Graziosi, 1979, Gadotti, 1986, Schifini e D'Andrea, 1988, Spanò, 1989 Vergati, 1989, e Cicerchia, 1996).

In generale, la stretta relazione tra le dimensioni della "qualità della vita" e di "benessere" spesso rende in letteratura l'uso di entrambi i termini intercambiabile. Ma ciò che appare opportuno sottolineare in relazione alle riflessioni teoriche e metodologiche sulla qualità della vita è il riferimento costante a un insieme multidimensionale di domini: economia, salute, relazioni sociali, ambiente e sicurezza (Hajiran, 2006). C'è un diffuso accordo, infatti, tra studiosi di diverse discipline nel definire la qualità della vita come un concetto ampio, che comprende l'intera gamma di fattori che influenzano la vita quotidiana degli individui, al di là degli aspetti strettamente materiali (Stiglitz JE, Sen A., Fitoussi J.P., 2009).

Nel campo delle scienze sociali, studiare la qualità della vita consente di osservare i cambiamenti relativi agli stili di vita e identificare una serie di problemi che assumono un significato particolare nelle società postindustriali. Questi cambiamenti riguardano, in generale, una molteplicità di dimensioni (materiali e immateriali) che possono essere associate allo stato di benessere degli individui. Povertà, inquinamento, sicurezza, isolamento sociale, disponibilità di servizi, etc., sono solo alcuni dei fattori che contribuiscono a definire il concetto di qualità della vita e che sono particolarmente evidenti quando analizziamo il "contesto urbano".

Negli ultimi anni, la ricerca empirica ha prestato particolare attenzione allo studio della qualità della vita in contesti urbani, con l'obiettivo di stimare quanto una città sia vivibile nei suoi molteplici aspetti. In questo senso, parlare di qualità della vita nel contesto urbano significa analizzare in profondità i luoghi in cui questi fenomeni (povertà, inquinamento, sicurezza, isolamento sociale, etc.) sono più eclatanti e in grado di influenzare i bisogni, gli stili di vita e le aspettative emergenti della popolazione. Tali considerazioni ci portano ad analizzare un contesto - la città - in cui fattori economici e culturali, elementi materiali e immateriali, si intrecciano e determinano la qualità della vita come risultato di un processo che non dipende dalla semplice presenza di una infrastruttura, ma piuttosto dal vero "uso" della città stessa. Lo spazio urbano, in senso fisico e sociale, è il "confine" in cui le condizioni di vita, l'accessibilità e la fruibilità dei servizi possono influire sul benessere dei cittadini. Sebbene la qualità della vita nelle città resti un fenomeno non facile da leggere (Martinotti, 1988), condizionato dalla stessa complessità e dimensione dei contesti urbani (Gasparini, 2000), analizzare il fenomeno è fondamentale per rispondere ai bisogni sociali dei cittadini, ed è uno dei principali obiettivi delle politiche del governo locale, anche in relazione alla capacità dell'attore pubblico di rispondere alle esigenze situate in particolari spazi urbani.

4. Le dimensioni della qualità della vita nel centro storico di Napoli

Le riflessioni appena proposte definiscono il quadro concettuale dentro cui si è mossa l'indagine sulla qualità della vita nel centro storico di Napoli.

Una survey che ha portato alla raccolta nel complesso di 312 questionari, un campione di intervistati che si distribuisce equamente rispetto al sesso (49,5% maschi e 50,5% femmine), con un'età media di 41 anni, composto in netta prevalenza da italiani (89,8%), in maggioranza occupati (40,4%) e studenti (26,8%) e con un livello di istruzione medio-alto.

Si tratta di un gruppo di intervistati caratterizzato da una profonda conoscenza dei problemi del centro storico: molti di questi individui sono cresciuti nel vicinato e hanno scelto di vivere lì anche dopo aver lasciato la famiglia d'origine, trasferendosi per vivere da soli o creare un proprio nucleo familiare con il chiaro intento di continuare ad abitare nella stessa area.

Da una prima analisi dei dati, le principali questioni che sembrano incidere sulla qualità della vita degli intervistati possono essere riassunte come segue (tabella 1): sui temi legati al modo in cui è possibile migliorare la qualità dell'ambiente, la "pulizia degli spazi pubblici" rappresenta, nella percezione degli intervistati, il fattore su cui è necessario agire con una certa urgenza, insieme a questioni legate alla "messa in sicurezza degli edifici" e al "miglioramento dell'arredo urbano (strade, tombini, panchine, marciapiedi, ecc.)".

L'uso di spazi pubblici gioca, dunque, un ruolo importante nelle percezioni degli intervistati. Per coloro che vivono nel centro storico della città, gli spazi pubblici acquistano un significato particolare nelle pratiche quotidiane di socializzazione. Tra le caratteristiche più significative di questa zona ritroviamo la vivacità della vita notturna e la sua alta densità turistica, due aspetti che generano, tuttavia, un continuo affollamento delle aree pubbliche.

	Mediana
<i>Pulizia degli spazi pubblici</i>	4,0
<i>Messa in sicurezza degli edifici</i>	4,0
<i>Miglioramento dell'arredo urbano</i>	4,0

Tabella 1– Interventi per migliorare la qualità ambientale. (1 per nulla importante; 5 decisamente importante)

Fonte: ns. Elaborazioni su dati della survey.

Gli aspetti sopra citati sono quelli che gli intervistati hanno ritenuti (più di altri) importanti per il miglioramento dell'intera area, la cui rilevanza è ancora più significativa se consideriamo l'enorme crescita dei flussi turistici registrata negli ultimi cinque anni. La dimensione del turismo è un importante fattore trainante per lo sviluppo economico del centro antico. Gli intervistati sembrano essere consapevoli del valore sociale, economico e culturale che il turismo può generare. Nonostante la particolare struttura urbana dell'intera area – caratterizzata da strade strette e vicoli che possono diventare molto affollati durante periodi a forte intensità turistica – possa creare disagi in molti periodi dell'anno, l'aumento dei flussi turistici rappresenta una risorsa per l'economia locale, che valorizza il prestigio della zona, rende il quartiere più attraente e vivace e genera importanti ricadute anche sul fronte occupazionale.

	Mediana
Incrementare l'economia dell'area	4,0
Migliora il "prestigio" dell'area	4,0
Crea nuovi posti di lavoro	4,0

Tabella 2 – I flussi turistici contribuiscono a... (1 per nulla d'accordo; 5 completamente d'accordo)

Fonte: ns. Elaborazioni su dati della survey.

Nessuna conseguenza negativa sembra emergere, dunque, rispetto al modo in cui i cittadini percepiscono la dimensione del turismo e la collegano alla percezione della propria

qualità della vita. Tutti gli aspetti inclusi nel questionario che esplorano vari tipi di inconvenienti potenzialmente attribuibili all'aumento dei flussi turistici mostrano punteggi bassi, confermando la percezione positiva che i cittadini hanno dell'indotto turistico.

I principali fattori di insicurezza sociale sono riconducibili a fenomeni quali, "micro-criminalità" e "racket", problematiche che raggiungono il punteggio mediano più elevato tra le questioni esaminate. Gli intervistati generalmente concordano nel confermare la presenza di episodi criminali nell'area, ma i risultati della survey non ci consentono di assegnare a questi fenomeni un ruolo "assoluto" nel determinare un'impressione chiaramente negativa della qualità della vita in questo quartiere.

	Mediana
Micro-criminalità	4,0
Racket	4,0

Tabella 3 – Fattori di insicurezza sociale. (1 per nulla importante; 5 decisamente importante)
Fonte: ns. Elaborazioni su dati della survey.

La presenza di fenomeni criminali è riconosciuta in maniera chiara e manifesta e inquadrata come problematica rilevante, ma non sembra "erodere" la soddisfazione di vivere all'interno del centro storico. Nonostante episodi criminali avvenuti nel quartiere, gli intervistati non percepiscono l'area come particolarmente pericolosa e rispetto alle problematiche evidenziate nel questionario, la dimensione dell'insicurezza non sembra avere un forte impatto sulla percezione della qualità della vita (mediana 2.0 - tabella 4).

In generale, gli intervistati hanno una percezione positiva della propria vita e del proprio benessere, positivamente correlata (soprattutto) alle dimensioni legate alla sfera relazionale e alle condizioni disalute.

	Mediana
Relazioni	4,0
Salute	4,0
Tempo libero	3,0
Status economico	3,0
Sicurezza	2,0

Tabella 4 – Benessere soggettivo: condizioni specifiche. (1 per nulla soddisfatto; 5 completamente soddisfatto)
Fonte: ns. Elaborazioni su dati della survey.

	%
Per nulla soddisfatto	1,1
Poco soddisfatto	14,9
Soddisfatto	22,5
Abbastanza soddisfatto	43,2
Completamente soddisfatto	18,3

Tabella 5 – Livello di soddisfazione per "salute". (1 per nulla soddisfatto; 5 completamente soddisfatto)
Fonte: ns. Elaborazioni su dati della survey.

Come mostrato in Tabella 4, sulla base dei valori mediani, la condizione economica non costituisce un fattore determinante e il livello di reddito degli intervistati non sembra modificare la percezione della qualità della vita e degli stili di consumo del nostro campione. Lo stesso risultato emerge in un'analisi del cluster studentesco, in cui lo status economico entra solo marginalmente nell'autovalutazione del proprio benessere. Gli aspetti più significativi riguardano la salute (tab. 5) e le relazioni personali (tab. 6).

Più dell'80% degli intervistati non ha avuto seri problemi di salute, ma il fattore che meglio rivela il benessere individuale percepito è quello relativo alle relazioni. Gli intervistati sono molto soddisfatti delle proprie reti familiari e amicali: legano il proprio stato di benessere alla possibilità di poter contare sul supporto (di varia natura: economico, psicologico...) di una densa rete di legami che hanno costruito nel quartiere, una dotazione di capitale sociale che in parte ereditano dai legami familiari, e in parte dà valore alla dimensione del vicinato che torna ad essere per buona parte degli intervistati una risorsa relazionale costruita su base fiduciaria. Accanto alle dimensioni familiari e amicali emerge (anche se con pesostatistico meno significativo) il tema legato al coinvolgimento dei cittadini rispetto alle iniziative promosse da varie organizzazioni di volontariato ed enti religiosi presenti sul territorio. In relazione a questo aspetto, il dato che emerge dalla survey si presta ad una duplice lettura.

Da un lato, il 20% del campione ha dichiarato di partecipare attivamente ad iniziative proposte da enti non profit moltoattivi sul territorio, che animano il quartiere con azioni (come si vedrà nei paragrafi successivi) dalla forte valenza sociale e che mostrano la capacità del terzo settore di assumere un ruolo pro-attivo, mettendo in connessione diversi soggetti (pubblici e privati) all'interno di reticoli in cui transitano risorse organizzative, professionali, economiche. Iniziative che, a detta degli stessi intervistati, rafforzano il senso di appartenenza al quartiere e intercettano problematiche che possono condizionare la percezione della qualità della vita dei cittadini (il tema della microcriminalità e la presenza sul territorio di episodi di camorra rappresentano, come visto, una di queste criticità). Dall'altro, invece, nel campione è presente una quota più robusta di cittadini (43%) che, pur non essendo coinvolta direttamente in iniziative di questo tipo, è informata sulla presenza nel quartiere di molte

	%
Per nulla soddisfatto	2,9
Poco soddisfatto	9,5
Soddisfatto	14,3
Abbastanza soddisfatto	45,6
Completamente soddisfatto	27,6

Tabella 6 – Livello di soddisfazione per "relazioni". (1 per nulla soddisfatto; 5 completamente soddisfatto)

Fonte: ns. Elaborazioni su dati della survey.

organizzazioni non profit che si adoperano con insistenza per raccogliere istanze di carattere collettivo. Al di là delle percentuali, le indicazioni che emergono dall'indagine offrono spunti di riflessione rispetto al peso specifico che queste organizzazioni hanno nel generare (e agire) sul territorio risorse di capitale sociale, attivare attori, valorizzare spazi urbani attraverso azioni di recupero di aree e strutture in disuso. Risorse (e risposte) che lasciano

intravedere la capacità della comunità locale di mobilitare, *anche* attraverso l'azione di corpi sociali intermedi (come le organizzazioni di volontariato), un tessuto sociale che appare essere ricettivo e reattivo dinanzi a fenomeni che rischiano di rompere gli equilibri del quartiere, di limitare il modo in cui i cittadini vivono e si rapportano con i "luoghi" del centro storico, di erodere uno stato di benessere soggettivo che orienta e condiziona la percezione della qualità della propria vita. Come detto in apertura, abbiamo provato a leggere l'azione di queste organizzazioni dei gruppi informali individuate sul territorio attraverso il concetto di resilienza, ricostruendo network organizzativi e reticoli informali composti da gruppi di cittadini particolarmente attivi sul territorio, dentro le cui maglie transitano solidarietà, social support, fiducia; reti capaci di coinvolgere il corpo sociale, di rispondere a problematiche collettive e di contribuire (anche indirettamente) a migliorare la qualità della vita degli abitanti del centro storico, dando forma a pratiche di resilienza sociale.

5. Resilienza sociale: una definizione

Nelle scienze sociali il concetto di resilienza è utilizzato per denotare la resistenza o la flessibilità degli ecosistemi nel reagire ad eventi inaspettati. Spesso associato a caratteri quali "dinamicità", "adattabilità" e "trasformabilità", il concetto di resilienza cattura le forme, le dinamiche e i processi attraverso cui gli ecosistemi assorbono disturbi e si riorganizzano per conservare inalterate le proprie funzioni, strutture e identità (Walker e Meyers, 2004).

Declinata nel contesto delle comunità urbane, la resilienza esprime la capacità degli individui e delle organizzazioni di resistere a shock (naturali o antropici) per ripristinare le condizioni a essi antecedenti. Tale processo, noto in letteratura come resilienza sociale (Adger, 2000), identifica come resilienti quelle comunità in cui è possibile rilevare una rete di risorse, non solo di natura economica ma legate anche alla capacità del corpo sociale di reagire, adattarsi o trasformarsi in funzione del cambiamento generato da eventi inattesi (Norris *et al.* 2008). La comunità resiliente è in grado di sviluppare azioni che rafforzano la competenza individuale e di gruppo nel rispondere efficacemente alle avversità che sfidano il proprio ambiente fisico e sociale, raggiungendo un livello di funzionamento migliore rispetto alla condizione precedente, mostrandosi capace di ritrovare un equilibrio dopo la situazione di crisi e di modificarsi in rapporto alle pressioni provenienti dall'esterno, che ne sollecitano le strutture e le risorse.

Accanto a una dimensione strettamente soggettiva, che pone l'accento sulla presenza di risorse individuali (di carattere psico-motivazionale), viene presa in considerazione una dimensione sociale che evidenzia due aspetti specifici: da un lato, la presenza all'interno di una comunità di valori, norme e sistemi di significato condivisi; dall'altro, il sostegno sociale fornito da reti di cittadini e organizzazioni formali e informali. Ed è su questo secondo aspetto che ci soffermeremo, perché la presenza di network (formali e informali) può indurre al rafforzamento del senso di appartenenza dei singoli e la propensione a sviluppare azioni collettive in caso di eventi critici. Si tratta di un tipo di resilienza che potremmo definire "pro-adattivo": il sistema contiene in sé le capacità adattive che gli consentono di riorganizzare spontaneamente, a seguito di uno shock, la sua struttura sotto il profilo bio-psico-sociale e di trovare nuovi sentieri di crescita (Corbisiero, 2013; Canfora, Corbisiero 2014). Si tratta di un processo di tipo dinamico in cui l'azione delle reti sociali rappresenta uno strumento rilevante che permette un rimbalzo in avanti della comunità (urbana), anziché un semplice ritorno ad una situazione precedente come la definizione di resilienza impone (Martin e Sunley, 2013).

In quest'ottica, un ecosistema urbano può esibire una risposta resiliente assumendo un assetto nuovo e più resistente. In un centro urbano – e in particolare in un centro storico – le reti fisiche (costituite da infrastrutture e servizi) si intrecciano e sovrappongono (ampliandoli) a network territoriali composti da individui, organizzazioni, corpi sociali intermedi. Reti familiari e amicali; reti tra organizzazioni del terzo settore, istituzioni, scuole, comitati di quartiere, enti ecclesiastici rappresentano solo alcuni esempi di un tessuto connettivo locale in cui può esprimersi la capacità del territorio di attivare sinergie virtuose, muovere reti comunitarie di sostegno, mettere in atto strategie di informazione e comunicazione sfruttando la fluidità dei network che vi si configurano.

La resilienza di una comunità può essere letta, quindi, attraverso una prospettiva di analisi che guarda con particolare interesse alla dimensione relazionale del fenomeno, qui intesa come capacità di attivare reti locali in cui si condensano legami, si definiscono opportunità per progettare e sviluppare interventi attraverso la messa in rete di risorse organizzative, relazionali, economiche, informative. Uno spettro di risorse che la presenza di reti localmente diffuse può contribuire a veicolare, accrescendo la capacità delle comunità di reagire o mitigare fattori di rischio, che in generale – e nel caso specifico della realtà urbana di Napoli – si esprime anche nella presenza di fenomeni di natura antropica, che si traducono in “rischi sociali”.

6. Reti resilienti: dono, solidarietà e risorse nascoste

Il peso specifico che possono avere le risorse radicate (embedded) in una rete di relazioni tra individui o tra organizzazioni (ad es. norme e fiducia) nel facilitare il coordinamento e la cooperazione all’interno della collettività, può dipendere anche dall’azione di identità organizzative eterogenee o piccoli gruppi di individui che strutturano obiettivi di rilevanza collettiva, ponendosi come soggetti co-agenti nella definizione di interventi per mitigare o contrastare gli effetti dei rischi sociali.

Network territoriali che abbiamo qui definito “reti resilienti”: un tessuto di legami localizzato, attivo o attivabile per supportare la gestione di eventi inattesi, situazioni di disagio diffuso e permanente, generate dalla presenza di alcuni fenomeni di emarginazione e disagio sociale (tra cui criminalità, disabilità, condizione di senza fissa dimora, immigrazione, famiglie e minori in condizioni di rischio), che si muove in un contesto urbano – il centro storico – che si presenta alquanto problematico in ragione della presenza simultanea di più condizioni di disagio. Ma sono retiche supportano anche processi che hanno restituito alla cittadinanza spazi urbani, rispetto ai quali cittadini e organizzazioni locali sono intervenuti mettendo in campo strategie di risposta collettiva.

In questo paragrafo analizzeremo sia la dimensione formale delle reti, riprendendo il caso di un network locale che vede protagoniste varie organizzazioni presenti sul territorio, sia la dimensione informale, attraverso pratiche di resilienza attivate da piccoli gruppi di cittadini.

Un caso esplicativo, in cui è bene evidente la capacità di resilienza espressa all’interno di un network tra organizzazioni, è quello presentato nel grafo sottostante (figura 1). La rete rileva i legami tra diverse organizzazioni (istituzioni pubbliche, enti religiosi e soggetti del terzo settore) presenti in una specifica area del centro storico di Napoli: il Decumano Maggiore⁵.

⁵ Per la raccolta del dato relazionale sono stati raggiunti 10 testimoni privilegiati, tutti rappresentanti degli enti non – profit coinvolti nel corso dell’indagine. Attraverso il contributo conoscitivo fornito da questi attori è stato individuato, in prima battuta, l’evento rispetto al quale sono state attivate sinergie virtuose, spingendo i diversi attori a configurare sul territorio “reti resilienti” in grado di veicolare informazioni e risorse funzionali ad una reazione del corpo sociale ad una situazione critica.

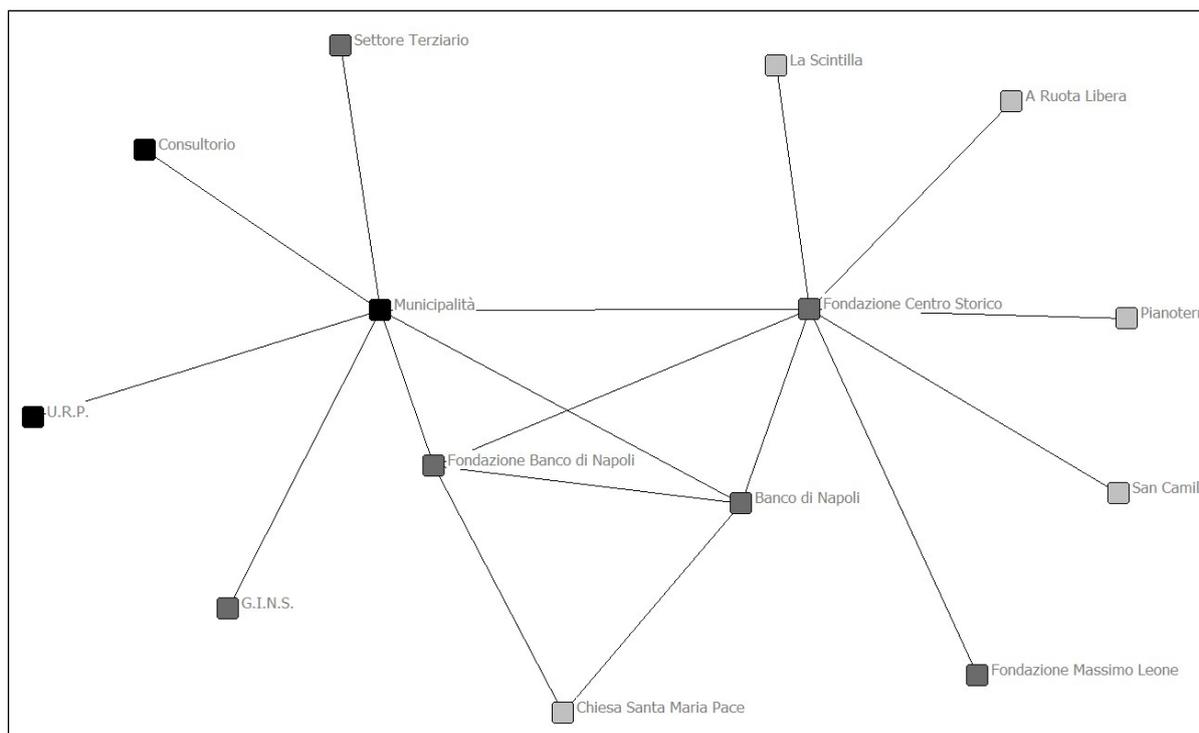


Figura 1 – Rete resiliente: Decumano Maggiore

Il network si compone di 14 nodi e assume la configurazione di un network 'a maglia larga', ovvero una rete a bassa densità di legami (18%), in cui sono presenti due sotto-network messi in connessione attraverso l'intermediazione di due attori: la Fondazione Centro Storico e la IV Municipalità. Questi due nodi presentano gli indici di centralità (degree) più elevati all'interno del network e rappresentano nodi "ponte" che coinvolgono all'interno della rete numerose associazioni. La loro funzione, insieme al ruolo ricoperto dalla Fondazione del Banco di Napoli, è centrale nei processi di costruzione del network: questi attori animano la parte centrale della rete, sono punti focali per la realizzazione di numerose iniziative e progetti, coinvolgono un ampio gruppo di associazioni locali con le quali intrattengono costanti rapporti di collaborazione.

La Fondazione della Comunità del Centro Storico, ad esempio, è un'organizzazione non profit che svolge diverse attività di utilità sociale con lo scopo di promuovere lo sviluppo civile, sociale, culturale e ambientale del territorio. La Fondazione Banco di Napoli contribuisce al finanziamento di numerosi progetti promossi da associazioni locali, alcune delle quali presenti nell'area più "periferica" del network. Si tratta di organizzazioni che non hanno legami diretti tra loro, ma solo con Fondazione Centro Storico o con la IV Municipalità. Per quanto possano apparire nodi isolati, va detto che si tratta di associazioni in possesso di una dotazione di capitale relazionale significativa, costruita attraverso una fitta rete di collaborazioni con altre realtà del terzo settore attive in ambiti territoriali esterni al centro storico di Napoli. Associazioni come Pianoterra, A ruota libera e San Camillo, La Scintilla e G.I.N.S. sono tutti enti che hanno sede sul territorio e organizzano servizi e attività per particolari categorie di bisogni. La stessa Fondazione Massimo Leone svolge una serie di attività che vanno ben al di là dei confini territoriali della rete, progetti che hanno avviato (e consolidato) processi di cittadinanza attiva, rafforzato la presenza di un network capace di rispondere in maniera flessibile e in forme auto-organizzate ai bisogni del territorio.

In questo spaccato relazionale, la dimensione della resilienza trova spazio nella capacità di alcuni nodi di porsi al centro di processi complessi, di coordinare ed essere essi stessi promotori di iniziative che agiscono su "rischi sociali", legittimando l'emergere di una cultura civile e di pratiche sociali innovative dove la base comunitaria diviene un elemento centrale del processo e l'interazione tra amministrazioni locali, organizzazioni for profit, attori del terzo settore, famiglie, singoli cittadini etc., genera risorse e accresce la capacità di reazione della comunità.

Si tratta di dinamiche che si cristallizzano in maniera ancora più evidente quando si guarda con particolare attenzione ai tessuti di relazioni informali che si configurano nel quartiere⁶. Relazioni, talvolta estemporanee, che danno vita a "reti resilienti" particolarmente attive e intraprendenti. Supporto sociale e riqualificazione del territorio sono gli ambiti di azione privilegiati da questi reticoli. Questo micro-universo resiliente è ancorato a singoli individui o piccoli gruppi di cittadini e piccole organizzazioni di volontariato in grado di agire un notevole potenziale di risorse di capitale sociale organizzativo. Ma soprattutto, rimanda ad un registro di reciprocità generalizzata che i luoghi comuni sulla modernità tendono a non riconoscere, soprattutto nei contesti urbani. I network che prendono corpo da queste relazioni che attraversano la stratificazione sociale, si autoalimentano in una sorta di effetto montante e sembrano in qualche misura mitigare le differenze di status a livello locale. Di seguito due casi particolarmente emblematici.

Il primo si situa nel Decumano maggiore, alla fine di via dei Tribunali. Si tratta di una chiesa riscoperta dal signor C., danneggiata nelle strutture e da tempo chiusa e abbandonata. Come spesso accade per gli spazi in disuso, la chiesa era diventata una sorta di ospizio per topi e piccioni, in grave degrado. Il nostro intervistato, insegnante in pensione che abita in zona, l'ha riscoperta e ha deciso di rimetterla in uso a fini sociali. Il primo problema è stato quello di ripulirla: ci riesce, quasi a gratis, con l'aiuto di un suo amico che gestisce un'agenzia di pulizie. Attivando il proprio network di amicizie e conoscenze, il signor C. riesce a fare di questo luogo una farmacia sociale: molti vi portano medicinali e farmaci che si ritrovano in più in casa propria; amici medici prestano gratuitamente le proprie competenze ai soggetti bisognosi che abitano il quartiere, anche immigrati, che per effetto "passaparola" arrivano in numero sempre maggiore alla vecchia chiesa.

«Da quando ci siamo affacciati in questa zona con lo studio medico, abbiamo cercato di portare persone, purtroppo ammalate, che avevano bisogno di una struttura dove poter avere una assistenza gratuita. Quindi c'è un via-vai di persone (...) stiamo movimentando la zona» (Int. sign. C., luglio 2016).

La rifunzionalizzazione della chiesa ha generato altri effetti positivi. Al suo interno sono state riscoperte opere di notevole valore artistico che, in poco tempo, hanno attratto i turisti della zona. Un effetto moltiplicatore ha poi coinvolto le attività commerciali che gravitano in quell'area e che lentamente hanno superato la fase di crisi profonda in cui si trovavano:

⁶ Questa fase della ricerca si arricchisce, oltre che delle informazioni raccolte attraverso le fasi precedenti anche di esplorazioni etnografiche ripetute nei tre Decumani del centro antico di Napoli, interviste in profondità con alcuni abitanti e molte conversazioni spontanee con i passanti e i commercianti incontrati nel corso delle esplorazioni.

«Per portare gente abbiamo fatto anche mostre di pittura gratuite in questa chiesa. Vengono tantissimi turisti perché questa chiesetta, nonostante la piccolezza dei manufatti, in realtà racchiude degli scrigni meravigliosi, delle opere d'arte che pochi conoscono. Per esempio, c'è quel quadro del Di Maio, del 500.» (Id.).

Il processo non è ovviamente così lineare come può apparire dalla sintesi offerta in queste poche righe. Passa attraverso conflitti e contrattazioni (con i tentativi della Chiesa di riportare il sito alle funzioni originarie; le prime velate resistenze degli abitanti all'aumento del flusso di immigrati, ecc.) ma attiva anche relazioni virtuose, nutrendo il capitale sociale locale: giovani volontari prestano il loro contributo all'accoglienza degli utenti della farmacia, per la pulizia degli ambienti, come guide per i turisti; la Fondazione Banco di Napoli e la Fondazione di Comunità del centro storico di Napoli (organizzazioni che abbiamo già ritrovato nel network su presentato) partecipano all'iniziativa finanziando parte delle attività.

Il secondo caso emblematico, forse più noto, riguarda Santa Fede Liberata: un palazzo posizionato accanto ad un vecchio convento, in una delle strade che da San Biagio dei Librai porta a San Giovanni Maggiore. Un palazzo antico e di pregio architettonico, con un grande cortile interno, per lunghi anni abbandonato al degrado. Anche questo palazzo, dice il nostro testimone, è stato letteralmente "liberato dalla monnezza". Un comitato di cittadini che si è costituito spontaneamente e si è dato il nome di "Comitato Centro Storico" ha adottato il cadente palazzo e si è adoperato per recuperare il sito e renderlo fruibile per la comunità. Oggi il cortile di Santa Fede liberata ospita mostre ed eventi, è dotato di una cucina che offre pasti anche ai bisognosi e i lavori sono sempre in corso per articolare l'utilizzo sociale dell'intero palazzo:

«(Santa Fede) liberata dalla monnezza, perchè era chiusa. Un comitato di persone un giorno ha deciso, che poi era il mio sogno, all'improvviso...era una discarica a cielo aperto con erba alta ecc. È stata ripulita, sono state fatte delle feste autofinanziate.» (Int. membro del comitato, marzo 2016).

Questo caso è interessante anche perché mette bene in evidenza l'effetto incrementale che possono avere le dinamiche che partono dal basso. La liberazione di Santa Fede, come abbiamo visto, parte da un piccolo gruppo di persone per poi coinvolgere, via via, un numero sempre più ampio di soggetti: dagli studenti fuorisede, agli abitanti del quartiere, a professionisti anche non residenti. Il nostro intervistato definisce questo processo di recupero dello spazio come una "bomba umana", che ha permesso di riconsegnare alla cittadinanza uno spazio autogestito:

«Il Comitato centro storico, si chiama: due architetti, persone di vario ceto sociale, poi sono intervenute altre persone... sta diventando una bomba umana!»

Le ricadute in termini di rivitalizzazione del territorio, anche se non immediatamente percepitesul piano della qualità della vita dei cittadini rispetto alla possibilità di beneficiare di un nuovo (o per meglio dire "ritrovato") luogo di socialità, sono inequivocabili.

7. Riflessioni conclusive

Il centro antico rivela un fitto tessuto di relazioni che attraversa la stratificazione sociale e che, muovendosi su un doppio registro di tradizione e modernità, alimenta pratiche di contrasto al disagio sociale così come di riqualificazione urbana e recupero dei beni culturali. I networks che si strutturano sulla base di questo articolato quanto fluido tessuto sembrano dipanarsi su piani diversi: quello organizzativo (associazioni, terzo settore, fondazioni, ecc.); quello dei piccoli gruppi di cittadini (comitati, aggregazioni spontanee, ecc.), quello dei rapporti individuali di reciprocità. Non sempre questi piani di lettura sono collegati ed è difficile dire se una maggiore connessione tra questi livelli potrebbe risultare più o meno funzionale alla configurazione di una «comunità resiliente», capace di fronteggiare al meglio situazioni di rischio e vulnerabilità sia sociale che materiale. Sta di fatto che la dimensione della resilienza, letta in chiave relazionale, come abbiamo provato a fare in queste pagine, può avere un effetto latente, forse non immediato, sul livello di qualità della vita percepita. Perché genera un notevole potenziale di capitale sociale organizzativo che costituisce di per sé una delle componenti centrali della resilienza comunitaria, del sentirsi parte, seppur tra tanti conflitti e contraddizioni, di un corpo sociale che talvolta inconsapevolmente e in maniera spontanea, talvolta in forma organizzata, attraverso l'azione degli enti non profit e di altre organizzazioni locali, affronta problematiche, reagisce a stati di incertezza. Non senza molteplici conflitti che nascono già in seno alla cittadinanza stessa, dove la riappropriazione di spazi e luoghi pubblici è vista dai gruppi di cittadini come perdita di uno spazio che per consuetudine e prassi quotidiana era considerato "privato"; pratiche di "resilienza" che trasformano i luoghi dell'identità collettiva in spazi che assumono una connotazione sociale e culturale considerata talvolta come rottura di equilibri consolidati. Possiamo definirli "effetti latenti" della resilienza di comunità, pratiche che muovono dal basso l'azione di cittadini e organizzazioni verso obiettivi in potenza condivisi e condivisibili, ma che in alcuni casi possono accentuare fratture e distanze sociali all'interno di un'area urbana, come il centro antico di Napoli, in cui convivono contraddizioni e frizioni.

E in questo fluido processo che porta alla costruzione e ricostruzione di reti sul territorio, il ruolo del terzo settore assume un peso specifico non trascurabile. Le associazioni di volontariato, le fondazioni e gli altri attori non profit mappati sul territorio si pongono come connettori e promotori di iniziative che "muovono" la cittadinanza in un contesto urbano problematico ma ricco di "risorse nascoste", dove è soprattutto la presenza di pratiche sociali informali ad offrire l'opportunità di colmare vuoti di policy e riscoprire lo spazio urbano con sue forme di resilienza urbana. Si tratta di dinamiche che lasciano intravedere interessanti risvolti rispetto all'appropriazione di spazi urbani da parte della cittadinanza, ma che al contempo si aprono a tutta una serie di riflessioni su modalità, forme e processi attraverso cui il corpo sociale tra tante difficoltà e conflitti trova supporto nell'azione dei soggetti pubblici. L'accento posto sulla dimensione più informale e "spontanea" che connota il tessuto di relazioni su cui poggiano i processi di recupero di aree ed edifici dismessi, nasconde in sé conflitti e criticità che lentamente emergono nel rapporto e nel ruolo che le stesse istituzioni pubbliche, municipali e comunali, hanno costruito con i principali attori attivi sul territorio. Soggetti pubblici che ritroviamo nelle esperienze analizzate, ma che si collocano ancora all'interno di una governance che talvolta appare lenta, con una guida pubblica da irrobustire e da cui la "resilienza" di una comunità sembra non poter prescindere, nel medio e lungo

periodo, per supportare attraverso politiche mirate ciò che la cittadinanza, anche con il contributo delle organizzazioni non profit, riesce ad ottenere. Un conflitto che da latente (e in molti casi silente) può essere innescato in concomitanza dell'accentuarsi di problematiche sociali che emergono quando si va a fondo sulle questioni che incidono sulla qualità della vita percepita dai cittadini e su cui forme di resilienza "pro-adattiva", innescate anche da piccoli gruppi di cittadini, possono in prima battuta intervenire, ma che necessitano per avere effetto duraturo di sollecitazioni e sostegno di una governance locale allargata, che si avvantaggi della immediatezza e della spontaneità di azioni promosse da quelle che abbiamo definito reti resilienti, ma che sia in grado di capitalizzare al meglio le ricadute positive che le spinte dal basso prodotte da tali reti sono in grado di generare.

Riferimenti bibliografici

- Adger, W.N. (2000). Social and ecological resilience: are they related?. *Progress in Human Geography*. vol 24, pp. 347-364.
- Andrews, F., Szalai, A. (a cura di) (1980). *Quality of Life: Comparative Studies*. London: Sage.
- Baldwin S., Godfrey, C., Propper, C. (a cura di) (1990). *Quality of Life. Perspectives and Policies*. London: Routledge.
- Burt, R.S. (1992). *Structural Hole*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Canfora, F., Corbisiero, F. (2014). Centro Direzionale di Napoli. Un archetipo "smart". *Tema*. Vol. 7(3), pp. 315-332.
- Castiello, M., Mosca, M., Villani, F. (2015). *Analisi di resilienza delle reti complesse ed efficacia delle politiche pubbliche di contrasto alla criminalità*. Milano: Franco Angeli.
- Campbell, A., Converse, P.E., Rodgers, W.L. (1976). *The Quality of American life: Perceptions, evaluations, and satisfactions*. New York: Russell Sage Foundation.
- Cataldo, R., Corbisiero, F., Delle Cave, L., Grassia, M.G., Marino, M., Zavarrone, E. (2019). *The Quality of Life in the Historic Centre of Naples: the use of PLS-PM Models to measure the Well-Being of the Citizens of Naples*. Berlin: Springer.
- Cicerchia, A. (1996). Indicators for the measurement of the quality of urban life. *Social Indicator Research*. 39(3), pp. 321-328.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Corbisiero, F. (2013). *Di terra e di vento. Per una pianificazione ecosostenibile del territorio*. Roma: Carocci.
- Gadotti, G. (1986). Riflessioni sulla definizione e misurazione della qualità della vita. *Sociologia urbana e rurale*. Vol 21, pp. 129-146.
- Gasparini, A. (2000). *Sociologia degli spazi. Luoghi, città, società*. Roma: Carocci.
- Graziosi, M. (1979). Problemi nella misurazione del benessere sociale: indicatori oggettivi e soggettivi. *Quaderni di sociologia*. vol 28(1), pp. 71-101.
- Hajiran, H. (2006). Toward a Quality of Life Theory: Net Domestic Product of Happiness. *Social Indicators Research*. vol. 75(1), pp. 31-43.
- Inglehart, R. (1983). *La rivoluzione silenziosa*. Milano: Rizzoli.
- Kreps, G.A. (1984). Sociological Inquiry and Disaster Research. *Annual Review of Sociology*. vol. 10, pp. 309-330.
- Martin, R., Sunley, P. (2013). On the Notion of Regional Economic Resilience: Conceptualization and Explanation. *Papers in Evolutionary Economic Geography* 1320, pp. 1-45.
- Martinotti, G. (1988). "Problemi di metodo per una analisi della qualità della vita urbana nelle grandi città italiane". In Schmidt di Friedberg, P. (a cura di), *Gli indicatori ambientali: valori, metri e strumenti nello studio dell'impatto ambientale*. Milano: Franco Angeli.
- Norris, F.H., Steven, P.B., S P Wyche, K.F., Pfefferbaund, R.L. (2008). Community Resilience as a Methaphor, theory, Sets of Capacities and Strategies for Disaster Readness. *American Journal of Community Psicologia*. vol 41, pp. 127-150.
- Nuvolati, G. (2003). "Socioeconomic Development and Quality of Life in Italy". In Sirgy, J., Rahtz, D., Samli A. (a cura di), *Advances in Quality-of-Life Theory and Research*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

- Nuvolati, G. (2009). "Quality of life in cities: A question of mobility and accessibility". In Møller, V., Huschka, D. (a cura di), *Quality of Life and the Millennium Challenge*, New York: Springer.
- Nuvolati, G. (2010). La qualità della vita. *Quaderni di Sociologia*. vol. 52, pp. 97-111.
- Putnam, R. (1993). *Making democracy work: civic tradition in modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Salvini, A. (2005). *L'Analisi delle reti sociali*. Pisa: Pisa University Press.
- Sarig A. (2001). "Components of Community Resilience" (unpublished paper, Hebrew: unpublished paper). Op. cit. in Doron, E. (2005). Working with lebanese refugees in a community resilience model. *Community Development Journal*. Vol. 40(2), pp. 182-191.
- Schifini D'Andrea, S. (1988). *Livello e qualità della vita*. Università degli Studi di Firenze: Dipartimento Statistico.
- Scott, L. (2004). *Social Network Analysis: A Handbook*. New Haven, London: Sage.
- Sonn, C.C., Fisher, A.T. (1998). Sense of community: community resilient responses to oppression and change. *Journal of Community Psychology*. vol 26, pp. 457-472.
- Spanò, A. (1989). Benessere e felicità nella prospettiva della teoria della qualità della vita. *La critica sociologica*. vol 90-91, pp. 69-120.
- Stiglitz, J., Sen, A., Fitoussi, J.P. (2009). *Report of the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*, Paris. (available at: www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/index.htm)
- Stull, D. (1987). "Conceptualisation and Measurement of Well-Being". In Borgatta, E., Montgomery, R. (a cura di), *Critical Issues in Ageing Policy. Linking Research and Values*. London: Sage.
- Vergati, S. (1989). *Dimensioni sociali e territoriali della qualità della vita*. Roma: Euroma.
- Walker, B.H., Meyers, J.A. (2004). Thresholds in Ecological and Socio-ecological Systems. *Ecological and Society*. vol. 9(2), art. 3.

Campania university students' motivations to migrate*

Francesco Santelli¹

1. Students' migration phenomenon in intellectual migration framework: definitions and brief history.

From second post-war period, Italian territory has been denoted by migration flows from South to North and people who were migrating in that years were for the vast part belonging to the working-class. Such migration flows have reached a peak during the years '50-'70, years referred to as "boom economico" (economic boom) during which workers from Southern regions, and from agricultural world especially, have moved to regions and cities in the North with higher level of industrialization in order to find a better job position, especially as workers in factories (Pugliese, 2002). Let consider that within five years, from 1958 to 1963, about one 1,300,000 people have moved from South to the North.

But already during that period, and even to a greater extent after the end of the '70, a portion of the Southern population, has started to migrate due to education purposes, leading to the beginning of the intellectual migration phenomenon, that has reached a comparable extent to the recent years in mid '90s. It is just in that years that intellectual migration phenomenon has been addresses and studied in order to understand the underlying dynamics in spread of education and human capital resources among different geographical areas within a Country, with a particular emphasis on the consequences related to the different level of regional development (Affuso and Vecchione, 2012). The share of young people that still currently moves from South to North to undertake higher education is embedded in this historical trajectory from South to North that has started for working purposes, decades ago, in the belief that is possible, now as then, to achieve a better level of quality of life in a different area of the Country (Nifo e Vecchione, 2012).

It is in this framework that the present contribution places itself, to explore the internal migration of Italian university students, mainly at a regional level of analysis. This kind of mobility, as well as representing the socio-economical gap that characterizes Italian regions, it is a mechanism to answer to the principle to reach a balance between supply and demand in educational context, allowing students and universities to find their "local optimum". Adopting this perspective, comprehension of dynamics that influence migratory flows of Italian students are crucial to make consistent statements about competition among universities. As several authors have pointed out, students' mobility plays a key role to understand the state of art about relationships between supply and demand in education field, especially looking at provincial and regional level (Demarinis *et al.*, 2011).

After the reorganization of academic governance, starting from 2004 reform established by the government in charge at the time, with the decree number 207, the number of universities on Italian soil has increased, as well as decentralized headquarters compared to traditional universities, located usually in big cities. This has been a continuation, to some

* Data ricezione 1/05/2019. Versione finale approvata 7/06/2019.

¹ Università di Trieste-

extent, of the main proposals coming from the Bologna Process agreements, that took place in 1999, that have paved the way for an increasing competition and for a greater complexity in academic paths. Given that one of the greater obstacles to the decision to undertake university education is the distance from place of origin to the university physical seat, such decree has encouraged a greater number of students to enroll from suburb areas, previously not easily linked to university headquarters. Such shift in enrollments dynamics has changed the way athenaeums compete in supply and demand mechanism, with traditional universities that have been forced to face a new challenge.

From 2017 Almalaurea official publication about students' condition in Italy, it comes out as the increasing in availability of university headquarters, located nearly in every province in every region, has discouraged the mobility for academic aims, especially at medium or long range. Furthermore, students belonging to higher social- economic status (with both parents that achieved at least a bachelor degree), are the ones more likely to begin a migratory experience in order to accomplish higher education. These are students that aim to reach a status consistent with the family of origin expectations. To be more precise, figures from Almalaurea analysis state that in 2017 almost the half of the graduated students (46,2%) has achieved the graduation in the province of residence where the high school diploma has been accomplished. The 25,5% has instead moved to a neighboring province, while a 12,5%, has achieved degree in a province not neighboring but still in the same macro-area. Same percentage, 12,5%, has moved to a province located in another macro-area, while 3,1% are students coming from abroad. Therefore, almost 72% of students that achieved degree have been enrolled in same province of residence or at the most in neighboring province. In this percentage, the most part is made up by students with bachelor degree (75,3%) and with a single 5-years degree (73,9%), while students that have achieved a master degree are significantly less (63,9%). As pointed out also by the following year analysis (Almalaurea 2018), master students are the most likely to move, even on a long range, for university aims.

Starting from these preambles, it seems interesting to investigate main motivations that push students to undertake their own highest education path outside the province of origin.

About these topics, many authors have highlighted such mobility has several factors that can influence it: from the pure attractiveness of universities to exogenous and endogen factors. Exogenous factors, in descending importance order, the accessibility level of university headquarters in terms of both costs and quality of local transport system, the cultural environment and the quality of spare time in the city where university is located, and then a secondary role is played by the cost of renting an accommodation and the quality life level overall. Within the latter, most important factors are the availability of degree programmes that are consistent with students' expectations in terms of both teaching and job opportunities, the quality of teaching in itself and the quality of services available for students (Dal Bianco *et al.*, 2010).

To better understand motivations behind this mobility, next sections are conceived to introduce first of all the network of migration flows of university students, especially in terms of macro-area and regional framework. The focus is, in the final part of the work, about students that are moving from Campania to enroll in university that are located elsewhere in Italy. The statistical model to investigate determinants of migration will be performed on such students.

2. Migration flows of university students

To properly understand within the correct perspective university students' mobility, it has to be highlighted, as already mentioned in first section, how such mobility reproduces for several aspects similar dynamics already known in the historical internal migration route in Italy, from South to North.

From the point of view of each individual student, it is clear that the decision to undertake a process of "academic mobility" is not a decision that is univocally positive or negative by itself. Reasonably, the opportunity that in a crucial phase of personal growth and education, a young person is able to come into contact with different geographical entities, different people and different institutions, without being statically fixed in the place of origin, is commonly conceived as a factor that helps a student in his process of growth (Pitzalis, Porcu, 2015).

Moving instead to a macro level, and so analyzing dynamics with respect to entities of aggregated level such as provinces, universities or regions, the point of view about migratory flows can be addressed as much more polarized. In this approach of ecological type, assessments shift from single student experiences to analyses that take into account mid and long-term objectives for what concerns academic policies and complex institutions sustainability issues, within which a particular emphasis is usually given to criteria used to allocate resources among institutions (Banfi, Viesti, 2015).

Within such framework, let recall how governance structure in Italian education system has changed deeply in "modern" key (Barone *et al.*, 2009; Neave, 2012). It has changed to the point that, analyzing migratory flows, it can't be neglected how universities compete in a quasi-market competitive system. First aim of each university is therefore to keep students that reside in the its own province-region, and secondary aim is to try to "attract" students from other geographical territory, "removing" them from other universities natural catchment areas (Viesti, 2018).

Given these statements, it results particularly interesting to investigate dynamics of students' mobility with respect to regional level, under the assumption that the natural catchment area of a university located in a given region is the share of young people living in the same region. The aim will be so to depict a general overview of such quasi-market dynamics, with particular emphasis on the route from South to North. Further, Campania region data will be deepened, pointing out how this Southern region is behaving strongly different compared to the other Southern regions for what concerns several aspects.

For the aims of this work, we have defined "regional academic migration" the case in which a university student enrolls in an athenaeum located in a different region compared to the one where he lives. According to most recent data available, depicted in Table 1, South macro-area is able to "keep" inside it only about 77% of students at the moment of enrollments (both bachelor and 5-years degree). To put in other words, almost one student out of 4 from South decides to undertake university in the Center or in the North, starting a relocation that in much cases will be permanent. The other 3 macroareas, instead, perform significantly better from that point of view, keeping about 90% of enrolled students.

Origin	Destinations				ORIGIN SUM	% not migrant
	CENTER	NORTH-EAST	NORTH-WEST	SOUTH		
CENTER	<u>52738</u>	2844	2529	1509	59620	0,88
NORTH-EAST	1627	<u>44527</u>	3553	418	50125	0,89
NORTH-WEST	1666	3826	<u>64368</u>	497	70357	0,91
SOUTH	10193	6445	7966	<u>81284</u>	105888	0,77
DESTINATION SUM	66224	57642	78416	83708	285990	

Table 1 – Enrolled in academic year 2017-2018 for macro-area of origin and macro-area of destination. On the main diagonal, underlined, figures of students enrolling in same macro-area of origin. Source: elaboration using official data from ministerial MIUR database

From that 23% of students from South that decide to enroll elsewhere in Italy, about 10% decides to undertake university in Center, with main destination Rome that provides numerous athenaeums, with a wide teaching supply for students. About 13% chooses instead North universities, with a slight prevalence of North-West (7,5%) over North-East (6,1%) (as can be seen in Table 1).

But percentages don't give the whole idea of the phenomenon. The outgoing flow of enrollments from South as a whole is about 24000 units, about 23%; these figures remark the relevance of the migration at the enrollment moment. Further, a comparison among macroareas can be made using incoming and outgoing students, in a market balance perspective. Within this tradeoff linked to a quasi-market approach, regions belonging to Center area gain about 6600 students, North-East gain about 7500 students and North-West gain about 8000. Southern universities lose 22180 students, becoming so the main source of enriching of universities in the other macroareas.

The main issue is that, in the face of a tragic outflow, there is only a negligible incoming flow from Center and North to the South. Aggregating all the students incoming to the South, these are only 2500, leading to assume Southern universities not able to attract students in consistent way from other regions.

Region of residence	Enrolled residing in region	Of which: Enrolled in region	Enrolled outside region	Incoming students	Emigration rate
ABRUZZO	7001	4130	2871	2536	1,13
BASILICAT.	3087	740	2347	229	10,25
CALABRIA	10139	6060	4079	199	20,50
CAMPANIA	31791	27462	4329	3512	1,23
E.ROM.	19286	16089	3197	12724	0,25
F.V.G.	5221	3831	1390	1615	0,86
LAZIO	31261	27930	3331	7763	0,43
LIGURIA	6741	4663	2078	717	2,90
LOMBARDI.	44281	38913	5368	13078	0,41
MARCHE	7873	5335	2538	2707	0,94
MOLISE	1668	599	1069	453	2,36
PIEMONTE	18814	15509	3305	5318	0,62
PUGLIA	21304	13711	7593	695	10,93
SARDEGNA	6932	5711	1221	60	20,35
SICILIA	23966	16658	7308	953	7,67
TOSCANA	16236	13827	2409	4517	0,53
T.A.A.	3386	1481	1905	1919	0,99
UMBRIA	4250	2927	1323	1218	1,09
V.D'AOSTA	521	127	394	91	4,33
VENETO	22232	15705	6527	4278	1,53

Table 2 – Enrolled 2017-2018, for each region and a computed regional emigration rate. In bold Southern regions. Source: elaboration using official data from ministerial MIUR database.

Zooming in, from macroareas to a pure regional level, it is possible to outline peculiar features of each region, sometimes even in opposite trend with respect to the referring macroarea. In Table 2 figures about regional level enrollments are presented. First of all, students enrolling at university residing in each region are divided between inside region and outside region (first column is the sum of the second and the third). The fourth column depicts the incoming flow of students for each region.

At the end, in the last column it is computed a “regional migration rate”, simply defined as the ratio between residing in region enrolled outside (third column) and incoming flow (fourth column). Regions with a computed value close to 1 are basically on balanced figures between incoming-outgoing. A positive balance is represented by a value between 0 and 1, and regions with a negative balance show value of the rate higher than 1.

It has to be pointed out how the same identical value of 1, due to the fact that this measure is a rate, could be given by both a) a context of substantial absence of incoming and outgoing flow b) an intense outgoing and incoming flow of students, but of the same amount.

All the Southern regions (in bold in table 2) show, as expected, an emigration rate higher than 1. However, some substantial differences are noticeable. Regions such as Calabria and Sardegna have the highest value among all regions, higher than 20. But two Southern regions have value close to 1: Campania and Abruzzo. These are closer, as behavior, to Center and Northern regions rather than to Southern regions.

Most of the regions belonging to Center, North-East and North-West have a value lower than 1. The lowest computed value is 0.25 for Emilia-Romagna, that highlights how incoming flow is 4 times higher than outgoing number of students. Other four big regions, Lazio, Lombardia, Toscana and Piemonte, have a value lower than 1, indicating a high attractiveness power. This dynamic follows a pattern linking five big metropolitan areas of Center-North, that are Rome, Firenze, Bologna, Torino and Milano. Veneto and Liguria, even if belonging to areas with a higher degree of development, are left out from this trend: both regions present an emigration rate higher than the value computed, for example, for Campania and Abruzzo. Other regions are characterized by a huge amount of flows in both directions, especially if considered the size of the relative number of potential students residing within such regions. Abruzzo above all, but also Marche and Umbria, and to a less extent Molise and Friuli Venezia Giulia. These regions have a value of emigration rate close to 1: many students undertake university in other regions, thus becoming part of the outgoing flow, but about the same number of students are attracted by universities of these regions, so that there is a counterbalancing effect. At the end, these small universities are anyway able to attract a relevant number of students from other Italian regions.

3. A focus on Campania region: why is it acting differently?

Campania region, for what concerns university enrollments, seems to play a peculiar role within South, showing different dynamics with respect to other Southern regions. This is for sure a preamble that explains why it is so crucial to understand better the behavior of Campania region, that shows features that are pretty different from the well-known historical migration trajectory, from South to North. Therefore, it looks important to deepen why is Campania acting differently.

First of all, an aspect that can't be underestimated, is the demographic context of Campania. Such region is the most populous among Southern regions, and the third overall in Italy, behind only Lombardia, in first place, and Lazio for few inhabitants.

Area	% 0 - 14	Aging index	Average age
<i>Italia</i>	<i>14</i>	<i>151.4</i>	<i>44</i>
Piemonte	13	182.5	45.8
Valle d'Aosta	14.1	153.7	44.6
Liguria	11.6	238.2	48.1
Lombardia	14.3	147.6	44
Trentino Alto Adige	15.7	122.7	42.4
Veneto	14.2	146.8	44
Friuli Ven. Giulia	12.7	191.8	46.2
Emilia-Romagna	13.5	170.1	45.3
Toscana	12.9	187.5	46
Umbria	13.1	181.9	45.6
Marche	13.4	172.5	45.1
Lazio	13.9	149.3	43.9
Abruzzo	13	170	44.7
Molise	12.3	183.3	45.2
<u>Campania</u>	<u>15.9</u>	<u>106.4</u>	<u>40.9</u>
Puglia	14.5	134.6	42.7
Basilicata	13.1	158.6	44
Calabria	14	139.3	42.9
Sicilia	14.8	131	42.4
Sardegna	12.2	169.2	44.6

Furthermore, it may be noted that (Table 3) Campania is the region with the highest percentage of young people ranging from 0 to 14 years old, with the lowest aging index and with the lowest average age of the entire population.

From a demographic point of view, this is highly linked to the current context where authors underline with increasing emphasis the phenomenon of “desertification of South Italy” (Fondazione Res, 2016). It is a metaphor stressing how there is a constant loss of human and economic resources of Southern regions, with migrations, intellectual migration specifically, that can be conceived as an indirect tool to increase regional gap within Italy. Therefore, to analyze the choices about education of enrolling students residing

in Campania can help to better understand future choices of a significant number of students, especially Southern ones. In that perspective, the general idea is that what happens in Campania is a workshop, wide and heterogeneous, within which analyze migratory flows and choices, in order to have also a general idea of future scenarios.

Enrollments of students who reside in Campania, for academic year 2017-2018, are 31791, of which 27462 (more than 86%) decides to enroll in universities located in Campania. The region, with 6 universities, is the Southern one that provides the highest number of athenaeums, and so also from this point of view Campania stands as a region able to face the challenge of the increasing decrease of tertiary teaching availability in the South. The 4239 “migrants” from Campania allocate themselves among other regions as highlighted in Table 4.

Destination	Enrolled	Macro-area	
PIEMONTE	157	NORTHWEST	
LOMBARDIA	714	NORTHWEST	
LIGURIA	11	NORTHWEST	TOT. 882 (20%)
T.A.A.	22	NORTHEAST	
VENETO	59	NORTHEAST	
F.V.G.	24	NORTHEAST	
E. ROMAGNA	446	NORTHEAST	TOT 551 (12,7%)
TOSCANA	367	CENTER	
UMBRIA	54	CENTER	
MARCHE	105	CENTER	
LAZIO	1609	CENTER	TOT 2132 (50%)
ABRUZZO	343	SOUTH	
MOLISE	272	SOUTH	
PUGLIA	51	SOUTH	
BASILICATA	70	SOUTH	
CALABRIA	12	SOUTH	
SICILIA	9	SOUTH	
SARDEGNA	4	SOUTH	TOT 761 (17,5%)

Table 4 – Enrolled students for academic year 2017-2018 residing in Campania and not enrolled in Campania (total 4239), for region and macro-area. Source: elaboration starting from data available on official ministerial database MIUR

In table 4 it is clear how main destination is Center macro-area, with Lazio that alone receive about 37% of students' migration from Campania. As absolute values, that is that more than 1600 students, a number equal to two times the enrolled at Sannio University (about 800) located in Campania, and similar to the enrolled at Parthenope University of Naples (1800). Due to these figures, to some extent we can define a sort of further athenaeum of Campania located in Lazio (Santelli, Scolorato, Ragozini, 2019). To the second place, as destination, there is Lombardia region (16%), while Emilia Romagna is chosen by about 10% of Campanian students migrating. South as a whole is chosen instead by 17.5% of students, choosing for the great part Molise, Abruzzo and, to a minor extent, Basilicata.

To sum up, from these data Campania seems to polarize a serious of patterns related to Southern students. They prefer to migrate to biggest metropolitan areas of Center and North, such as Milano, Roma, Bologna, Firenze and Torino. They tend also to experiment a mobility towards neighboring regions. For the large part, by the way, let recall that their first choice is to remain in the region of origin (more than 86% for what concerns tertiary enrollment).

From the bar chart in Figure 1, that shows main universities of destination regardless of the region, most chosen athenaeums are all located within Campania, including telematic University Pegaso. These are followed by four universities of Center-South (Sapienza of Rome, University of Molise, University of Cassino and Southern Lazio and University D'Annunzio of Chieti-Pescara). Only then there are the bigger universities of Northern Italy, behind in this ranking. Given that there is a substantial absence of migration towards regions placed to the South of Campania, we can profile a migration route that is first of all towards bordering

regions of Center-South located at North of the region, that act as attractor in a greater measure than Northern regions.

It is plausible to assume a high degree of commuting among those students that from Campania move to study to Cassino, Rome or Molise. Broadly speaking, it may be outlined how those, even if enrolling outside from Campania, behave completely different from those enrolling to Center-North, such as in place like Firenze, Bologna, Milano or Torino. Likely, they are indeed not moving definitively their residence, but undertaking university in a daily commuting perspective. The other are, instead, realistically starting a process of relocation that begins for academic and education purposes, and becomes then definitive cause it is followed by job and work motivations.

4. A study on determinants of students moving from Campania for academic purposes

As already mentioned in previous sections, there are several factors that are involved into the individual decision to undertake a process of academic mobility. Students that are pushed to migrate for such reasons are coming, likely, to that decision taking into account a variety of factors, rather than take the decision based on just one determinant. Further, in this ecological framework of analysis as it is proposed, it is useless, as well as utopian, to try to retrieve to original cause of each student, given that the only information available is the observed interregional mobility, as second level aggregated phenomenon.

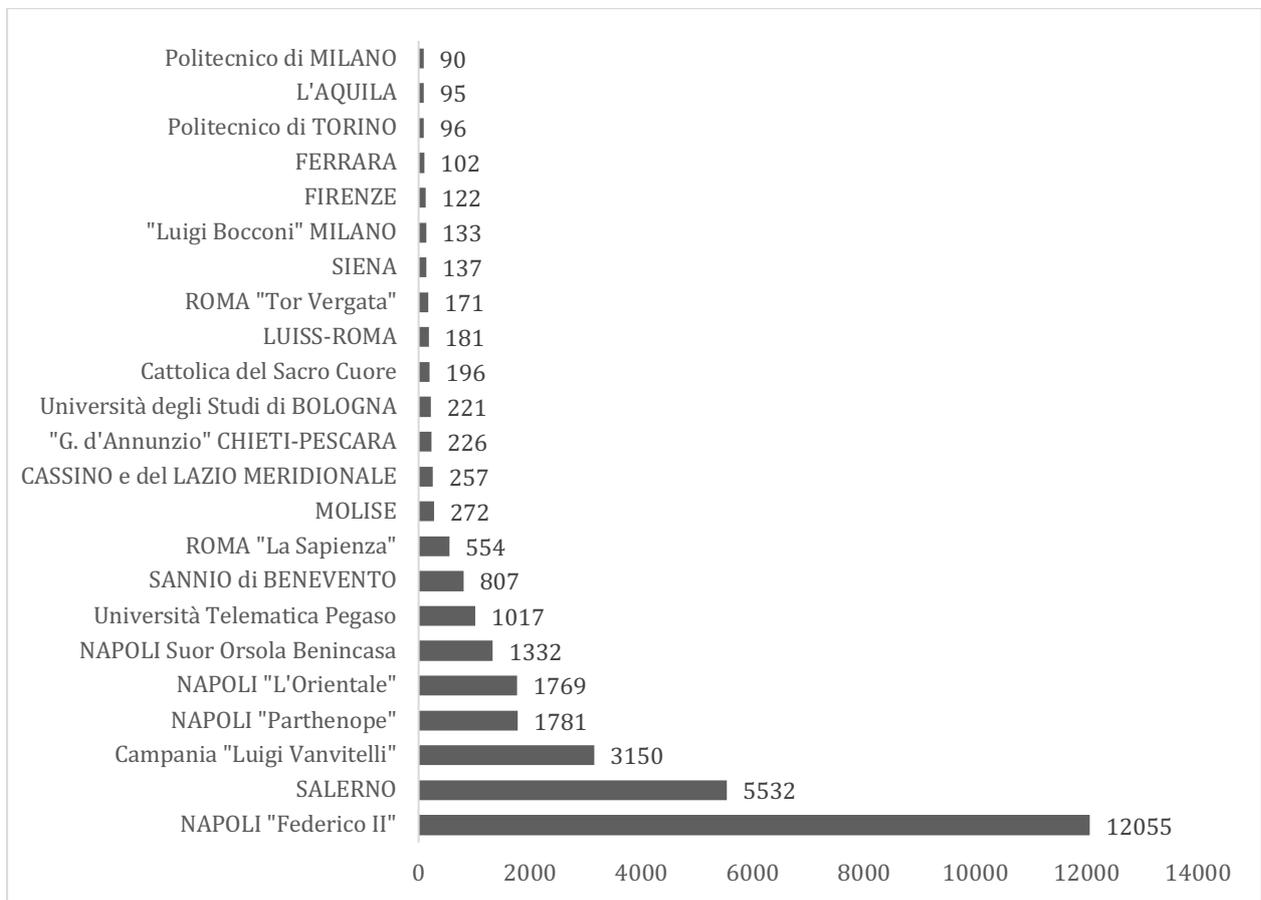


Figure 1 – Enrolled students from Campania for the academic years 2017-2018, first 23 universities.

Consistently with these methodological preambles, this part of the work aims to describe and figure out the effect of a series of plausible determinants to the overall migration issue, as second level analysis. The aim is not, as for example in discriminant analysis, to observe the mobility of each student and then place him accordingly to one or the other determinant. In the statistical model, the role of macro-determinants will be to draw guidelines to select predictors to include in the final model. The response variable will be indeed the total number of students enrolled outside from Campania but residing in Campania; all the other variables have to be conceived as potential independent variables able to explain a part of the dependent variable.

Literature review and main findings of the exploratory approach have led, up to this point, to define four macro-determinants, that are thus conceived as “boxes” within which is possible to identify variables that are measurable. Such variable will be then chosen accordingly to a variables’ selection procedure. These four macro-determinants are the following:

4.1 “Forced-type Migration”

For this type of migration, we suppose that the student has decided to enroll outside from Campania mainly due to two reasons: the willing to enroll for a degree that is not available in Campania or for a degree with a restricted number of admissions, so to not allow all the students to follow it in region. As said, Campania is able to provide a huge number of universities and different degrees, with a high level of heterogeneity. But some specific kind of degrees, such as DAMS, a degree conceived for visual art, movie, theater, cinema and television, are available only in few cities across Italy. Therefore, student pushed by a strong interest in that disciplines, are “forced” to migrate in order to accomplish their studies.

As absolute values, it is way more relevant the phenomenon of migration due to “restriction on admissions” (numero chiuso). To be more precise, it has to be underlined as some peculiar class of degrees, that are all the degrees related to medicine and health field, named L/SNT1, L/SNT2, L/SNT3, and L/SNT4, that are affected by a outgoing flow that is by far greater if compared to the average behavior of the other degrees. Taking into account the health field as a whole, enrolled from Campania are 2857, of which 2111 in the 3 universities in Campania able to provide degrees related to classes L/SNT1, L/SNT2, L/SNT3, and L/SNT4: Federico II University of Naples, University of Campania “Luigi Vanvitelli” and University of Salerno. While overall about 87% of students decide to keep staying in Campania, for what concerns health field degrees the percentage decrease up to 73%. Main destinations are universities located in Rome: University of Sapienza, 347 enrolled from Campania, University “Tor Vergata” of Rome, 125 enrolled from Campania, University Cattolica “Sacro Cuore” of Rome, 95 enrolled from Campania and lastly Campus Bio-Medico of Rome, 15 from Campania. The class with the lowest percentage of students enrolled in region is L/SNT1, related to midwifery jobs (58% in region, 42% outside region).

For this kind of determinant, is has been chosen to include into the statistical model a variable related to the “size” of the university, in terms of number of students. The general idea is that students are interested to undertake courses where university are able to provide a wide variety of teaching programmes, as well as courses so big to ensure a greater number

of places in courses with fixed quota. Given that the statistical analysis takes into account only regional environment and universities features, but not degrees per se, the total number of students seems a promising proxy related to this macro-determinant.

4.2 “Anticipatory type migration”

Students that decide to continue studies from high school to universities are usually pushed by strong motivations linked to their own education. It is plausible, however that factors belonging to other frameworks such as job opportunities, economic context, social and cultural life, may have an impact on the final decision about enrollment. Within this perspective, the idea of moving the residence towards big metropolitan areas that are known for being dynamic and modern, in order to exploit the services of “European level” that they offer, is for sure an aspect that cannot be underestimated. Further, these big cities usually are able to provide students a broad and heterogeneous cultural life.

Overall, the idea that the migration from South to North is somehow inevitable is part of the unconscious background of many southern students or freshmen, as well as of their families, also because there is an historical trajectory that have pushed about 2 million people from South to North in the last 20 years searching for jobs (source: ISTAT). This will lead students to start to think that, at the enrollment moment, they can put themselves in a new context that will likely anyway accommodate them in the next years to seek employments. Given these dynamics, this kind of migration has been called “anticipatory”. In the statistical model, linked to this macro-determinant, the following regional variables have been included: unemployment rate (source: ISTAT), European Regional Competitiveness Index and the institution quality index.

4.3 “Migration towards prestigious universities”

As well as determinants linked to specific favorable contexts and specific degree teaching programmes, also the prestige of an athenaeum can affect students’ decisions at the enrollment moment. To affirm that an athenaeum is more prestigious than another, just like to draw up rankings based on that supposed prestige level, is a very dangerous procedure, that can be easily turned in a manipulation tool. In the variables’ selection phase of the statistical model, it has been decided to include variables related to a latent and hardly measurable concept of “prestige” and, at the same time, able to have a substantial effect on the enrollment decision. Let consider also that most of the time big universities are at the same time prestigious by definition. The aim of this section is to underline how and if some variables have a statistical effect on the response variable, but it is beyond this work's scope to outline a real prestige attribution to each university. For these reasons, the variable that will be included in the model is the ranking draws up by the newspaper “Sole24Ore”. It is a newspaper with a wide spread, and it is common opinion to think that is one of the most influent ranking, in Italy, for what concerns academic context. It has, for sure, relevance in forming public opinion about universities. Furthermore, it has been decided to include a dichotomic variable into the model related to the private or public governance of the university, to test if being private ensures a competitive advantage.

4.4 “Mobility for geographic proximity”

Some students, rather than modify their own residence moving towards other regions, decide to enroll at university in a “commuting perspective”. It means that they commute daily into another region to attend courses and to study, coming back to Campania region at the end of the day. Campanian athenaeums are, indeed, not always very well linked to all the remote areas of the region in an efficient way, and the paradox is that from some municipalities it is faster and easier to reach universities located outside region (in Lazio, Molise and Basilicata) instead of reaching universities of Campania. This is not a migration strictly speaking, but is still worthy to include it in the analysis also cause many financial resources to the universities are allocated proportionally to the number of enrollments.

For this reason, to test this potential effect on the overall enrollments outside Campania, is has been added into the model a dichotomous variable related to the regional contiguity location of the university (1 = bordering region, 0 = not bordering region).

The methodological choice to use a statistical model with multilevel approach, is affected by the nature of both dependent variable and predictors, both selected with respect of the previous research hypothesis. As already mentioned, dependent variable is the total number of enrolled coming from Campania region in each university. Multilevel models (Snijders and Kenny, 1999), have been conceived to build regression models to taking consistently into account the natural hierarchical structure of data, with some phenomena recorded at a “micro level” and some others recorded at “macro level”. In this specific case, some variables are related to features linked to athenaeums (1st level, or micro level), and universities are in turn “nested” in regions (2nd level, or macro level). It is worthy to note that there is a sort of interdependence among universities, that when located in the same region will show same identical values for what concern variables of 2nd level. Within this statistical approach, the following issues will be tested:

- 1st level predictors that have an or have not an impact on the total number of enrollments from Campania.
- 2nd level predictors that have an or have not an impact on the total number of enrollments from Campania.
- Which variables of 1st level have an effect that changes significantly from region to region (random slope)
- If the intercept (the quantity related to the average number of enrolled from Campania estimated by the model when all the other predictors are set equal to 0) can be considered a random variable that changes from region to region and not a fixed value.

Data are related to the academic year 2013-2014, retrieved from official ministerial database MIUR. Universities included in the model are 66 (n° of observations = 66). Some universities have been excluded from the analysis: online universities, because they have a completely different pattern from traditional universities, the ones from Campania, cause the

model want to infer only about emigration flows from Campania, and two athenaeums with some incomplete data.

Final model has been selected by means of *AIC stepwise variables selection*, where AIC stands for "Akaike Information Criterion". It selects at the end the model that minimizes this quantity, adding and removing iteratively all the predictors.

Final model is the following:

$$N. \text{ students from Campania} = 1.35 + \text{random intercept} + 0.06 * \text{Ranking} + 1.26 * \text{Private} + 2.46 * \text{Bordering} + 0.89 * \text{Size (n}^\circ \text{ students)} + \text{random part.}$$

The adjusted R^2 for this multilevel model is equal to 0.612, showing a reasonable amount of goodness of fit given by explanatory variables. It has to be pointed out that several variables have been transformed in order to improve model fitting, parameters estimation consistency and to obtain an easier interpretation. This is the case also for what concerns the response variable, that has been standardized. Ranking have been reversed, so highest values are associated with better positions in the ranking. It is possible to rank predictors in descending order of relevance (global marginal effect): 1) Size (n° students), 2) Ranking, 3) Bordering dummy, 4) Private dummy.

So, Campanian students that enroll themselves outside region choose, first of all, big universities, with a huge number of students, likely able to provide both a wide and heterogeneous teaching programme, and a greater number of availabilities for what concerns "restriction on admissions" degrees. Campanian students that migrate are "affected" by the Sole24Ore ranking, and so are likely to choose first universities that are placed at the top of such ranking. Furthermore, they choose, *ceteris paribus*, universities that are in bordering regions. In particular, towards Lazio, Molise and, to a minor extent, Basilicata. Last effect in order of importance is the private dummy: it is significant from a statistical point of view, but its effect is not that high.

The final model does not include as significant all the variables of 2nd level, that are related to the political, cultural and economic context at regional level. It seems so the choices for what concerns tertiary enrollment, that is the passage from high school to first year of university, are mainly based on universities features and not regional framework. This leads to assume that all the factors linked to the "anticipatory migration" are not confirmed in this model. One plausible hypothesis is that these factors have a stronger effect on the enrollments in the passage from bachelor degree to master degree. Many students decide indeed to start higher education in the same region of residence (also due to economic reasons) and then move to put themselves in a better geographical framework just after some years.

For what concerns random effect on the intercept, it is worthy to interpret only the regions with a statistically significant difference of the regional intercept with respect to the grand intercept (that is supposed to be shared with all the 20 regions). Over 17 regions out of 20 have an intercept that is not statistically different from the overall intercept. The only region with a negative intercept is Lazio. Main motivation is that there is a "congestion effect": all the variables of the model have a positive effect on the universities of Lazio, that attract indeed a lot of students from Campania. But not as many as the model estimates. The

“congestion (or saturation) effect” is an attempt to define the case when there is a physiological limit on the overall number of students from Campania that can move to Lazio; in that region there are too many athenaeums, and they attract a lot from Campania, but the model does not include an explicit parameter for the physiological limit.

Positive values of intercept are instead observed for Marche and Abruzzo, regions able to attract more students than the overall figures computed by the model. It is mainly due to the fact that there is not a layer of the model related to the specific degrees with restriction on admissions. Figures are the following: 133 students to Marche and 444 students to Abruzzo. Main destination are degrees with restriction on admissions: psychology studies, physical education studies, health studies and legal services science.

5. Conclusions and further developments

The aim of the present work has been to give a contribution on the plausible determinants that push university students to migrate from Campania. The phenomenon can't be addressed without being embedded in the more general context of intellectual migration. Indeed, people that undertake higher education degrees elsewhere, are likely not coming back home in the following years; this leads to assume that, such decision, is a crucial step of a more general true migration path. It has been discussed also how, students outgoing from Campania region, are just a peculiar bit of the 2 million people that have moved from South to North in the last 20 years. This kind of internal migration is conceived, in the core of this work, as a full negative phenomenon for the regions of origin, without even the remittances mechanism that is present in the international migration. Furthermore, recent changes in academic governances suggest the birth of a *quasi-market* regime among universities, that compete for students making use also of aggressive strategies. All these elements increase the interest in knowing more about this kind of migration, that is used as a tool to achieve social mobility by ambitious students and that increases, as a whole, global inequalities among Italian regions.

Campania is just one specific region, but for many reasons discussed in chapter 3, what happens there, is a very interesting workshop for national dynamics as a whole.

Main findings of the statistical model suggest that, first of all, some degrees classes are more affected by outflows from Campania than others. Especially degrees with restrictions on admissions. Then, several other factors linked to the four working hypotheses discussed in chapter 4 have an impact on the enrollments, and they are all related to universities features. Students, *ceteris paribus*, choose more often universities that are in the top positions of the rankings, that are private, that are located close to Campania and that are “big” in terms of students’ population. Factors related to the regional environment (social, political or economic) does not influence the enrollments from Campania in this step, that is from high school to first year of university. In the next works, developments of analysis should go in the direction of: 1) increasing layers of the model including variables related to specific degrees 2) extend the analysis to other regions 3) figure out if there are different patterns moving towards the passage from bachelor degree to master degree.

References

- Affuso, S., & Vecchione, G. (2012). *Migrazioni intellettuali e Mezzogiorno d'Italia: il caso della Scuola di alta formazione IPE*. McGraw-Hill.
- AlmaLaurea, 2018, *XX Rapporto AlmaLaurea sul Profilo e sulla Condizione occupazionale dei laureati*
- Banfi, A. M., & Viesti, G. (2015). Meriti e bisogni nel finanziamento del sistema universitario italiano.
- Barone, C., Boffo, S., Di Pietro, F., & Moscati, R. (2009). Come l'ideologia neoliberista sta cambiando le università europee. *Inchiesta*, 165, 68-96
- Dal Bianco, A., Ricciari, V., and Spairani, A. (2010). La mobilità degli studenti in Italia: un'analisi empirica. *Rivista di economia e statistica del territorio*. 2010-1, 123-143.
- Demarinis G., Iaquinata M., Leogrande D., Viola D., 2011, *Analisi quantitativa della mobilità studentesca negli atenei italiani. Confronto territoriale fra domanda e offerta di formazione universitaria*
- Fondazione, R. E. S., & Viesti, G. (2016). *Università in declino: un'indagine sugli atenei da Nord a Sud*. Donzelli editore.
- Neave, G. (2012). The evaluative state, institutional autonomy and re-engineering higher education in Western Europe: The prince and his pleasure. Springer
- Nifo, A., and Vecchione, G. (2012). Migrazioni intellettuali e qualità delle istituzioni: il caso italiano. In M.R. Carillo, editor, *Flussi Migratori e Capitale Umano*, Carocci Editore, Rome, 105-131.
- Pitzalis, M., & Porcu, M. (2015), Passaggio a Nord. Come si ristruttura il campo universitario italiano. *Scuola Democratica*, 3, 711
- Pugliese, E. (2002). *L'Italia tra migrazioni internazionali e migrazioni interne*. Bologna: Mulino.
- Santelli, F., Scolorato, C., Ragozini, G. (2019). On the determinants of student mobility in an interregional perspective: a focus on Campania region. *Statistica Applicata-Italian Journal of Applied Statistics*, (1),119-142.
- Snijders, T.A., and Kenny, D.A. (1999). The social relations model for family data: a multilevel approach. *Personal Relationships*. 6(4): 471-486.
- Viesti, G. (2018). La laurea negata: le politiche contro l'istruzione universitaria. Gius. Laterza & Figli Spa.

Websites

Sito dell'Anagrafe Nazionale Studenti
<http://anagrafe.miur.it/index.php>

Sito Istat – Istituto Nazionale di Statistica
<https://www.istat.it/>

Rubriche

**Interstizi. Letture a 3 T
Incontri fuori luogo**

Interstizi. Letture a 3 T

Cossutta, C. Greco, V. Mainardi, A. Voli, *S Smagliature digitali. Corpi, generi e tecnologie*. Agenzia X, 2018

Una serie di approfondite riflessioni si dispiegano in *Smagliature digitali*. Corpi, generi e tecnologie, articolato volume, edito da Agenzia X nel 2018, che, attraverso i contributi di più studiosi, tra analisi storica, politica e sociologica, percorre gli snodi significativi di un immaginario sociale capace di rispecchiare le dinamiche strutturali, interpretandone le spinte, percependone le forze, registrandone gli impulsi. Fisiologicamente sensibili ai mutamenti epocali, gli autori, nella loro funzione di elaboratori di dati messi socialmente in memoria, retroagiscono alle strutture categoriali della coscienza collettiva, avvertendo l'irresistibile potenza della tecnica, che traccia inedite mappe di geografia biopolitica. Essi osservano, in maniera intelligentemente critica, il *métissage* di organico e inorganico presente nell'organizzazione simbolica delle forme di rappresentazione, il quale, impadronitosi degli ordini di significazione delle comunità, dei loro scambi di «segni e sogni» (Haraway, 2000, p. 35), ha inglobato la struttura del cosmo e si è innervato nella carne viva degli individui. L'azione congiunta dei «sistemi storici di relazioni sociali» e delle «anatomie storiche» (Haraway, 1999, p. 59) di fisionomie possibili ingenera le metamorfosi del corpo umano, costituito dalle strategie di potere, configurato come un'area di incrocio di cangianti codici di informazione, un sistema complesso in cui autosviluppo e progettazione esterna si annodano inestricabilmente. Oggetto di analisi sono le trasformazioni tecnologiche che gratificano e rilanciano la dinamica degli strutturali mutamenti somatici, i quali si offrono a una più agevole comprensione se si attribuisce alla definizione del termine corpo un significato relativo non soltanto al fisico, ma anche al «territorio, cioè alle funzioni vitali che il soggetto occupa, all'estensione di gesti, passioni, desideri di cui dispone, ai dispositivi sociali e simbolici che possiede, ai campi relazionali in cui si colloca» (Abruzzese, 1988, p. 94). La corporeità attraversata dai processi di cibernetizzazione appare ridelineata come concetto liminale, appartenente a sistemi di significato prima incompatibili, mostrandosi come potente espressione dell'indissolubile nesso tra la realtà e la sua rappresentazione, ormai non più coincidente con l'antinomia tra vero e falso. Essa affiora dal testo come immagine condensata di scoperte immaginative e realizzazioni materiali, i due centri congiunti che insieme promuovono le ondate del mutamento. La consapevolezza di come il glorioso incedere del nuovo spesso coincida con il mero rovinare del passato e di come, a volte, nel precipitare del processo di tecnologizzazione sia drammaticamente trascinato l'uomo, locus di inestricabile intreccio di materia e conoscenza, vita e morte, si traduce nella disamina delle catastrofi, intese nel significato di morfogenesi, mutamenti di forma, passaggi di stato, che segnano l'enciclopedia immaginativa, simbolica e materiale, dell'ipercontemporaneità. A partire dall'esplorazione del processo di variegata diffusione eidetica, che anima un regime di visualizzazione generalizzata costruendo una sorta di panopticon elettronico, dedalo mediale che si incunea in ogni piega esistenziale e in ogni anfratto sociale, la disforia liberista solleva questioni distopiche, riguardanti l'oscurità di virtuosi circuiti commerciali. Il saggio, nella molteplicità dei punti di vista, supera la sterilità

delle categorizzazioni dicotomiche, celebrando l'assolutizzazione del divenire contro l'essere, quell'inarrestabile flusso dinamico che emerge come l'unica possibile forma di esistenza e che disgrega i persistenti dualismi della tradizione occidentale. Le antitesi dell'epistemologia classica, funzionali alle logiche e alle pratiche del potere, nella Weltanschauung della cultura cyberfemminista appaiono finalizzate alla legittimazione delle costruzioni storiche di genere, razza e classe, recintate nei corpi delle donne, dei colonizzati, dei lavoratori subalterni, simbolicamente altri rispetto al sé razionale e universale del maschio bianco dominatore. La pluralità di prospettive, descrittive, esplicative e interpretative, presenti nel libro, individua, mai in una logica binaria, una continua successione di opposti che non prevedono superamenti, non contemplan *Aufhebung*, inducendo ad abbandonare la pretesa di ricondurre a unità ciò che è eterogeneo e ad elaborare una sintesi ricompositiva del magmatico reale. L'esplosiva frammentazione dell'idea di totalità in una varietà di affermazioni dissidenti, ognuna in lotta per l'acquisizione della propria legittimità, proclama la fine delle narrazioni totalizzanti, che diventano minime, deboli, accompagnandosi a una perdita del centro privilegiato da cui esaminare la proliferazione di mondi vitali inconciliabili. Gli autori sottolineano come il riconoscimento del carattere situato di corpi e saperi, del loro profilarsi in una dimensione di località, sia destinato a vanificare inesorabilmente ogni forma di ingenuo positivismo o di astratto universalismo. Nell'esplosione delle diversità dimorano corpi transitanti, transeunti, transitivi, ibridi chimerici processualmente mutanti, forieri di ambiguità, anche di genere, entità ospitanti che, nell'accogliere alterità, incessantemente si tramutano in altro da sé, organismi cibernetici, aperti alle particelle, alle onde e agli attrattori che li costituiscono come sistemi lontani dall'equilibrio, corpi complessi dunque, situati oltre l'ordine naturale, nelle zone di confine, nei margini dei margini, nelle maglie che non resistono. Ed è da lì, nelle "smagliature" sapientemente evocate dal titolo, che si sollevano voci in perfetta sintonia con lo *Zeitgeist*, nell'indistinzione di reale e virtuale, tendente a deterritorializzare l'identità sociale, costruendola, più che sulla prossimità geografica, su zone di significazione, dagli orizzonti translocali e transtemporali, in cui proliferano varietà di universi culturali, intersecantisi con modalità imprevedibili e caotiche. L'auspicio, davvero sentito, è che la riconfigurazione dell'intero sistema comunicativo, seguendo le pieghe frattali di una mondità informatica che interseca differenti dimensioni interattive, proponendo codici e canali radicalmente altri, accogliendo l'irruzione dell'invenzione, nel rifiuto di una coincidenza della realtà con il già dato, possa attualizzare il potenziale indeterminato del cambiamento e disseminarlo sulle trame collettive e connettive di un'intelligenza distribuita a livello planetario.

Linda De Feo

Riferimenti bibliografici

- Abruzzese, A. (1988). *Il corpo elettronico*. Firenze: La Nuova Italia.
- Haraway, D. J. (1999). *Manifesto cyborg. Donne, tecnologie e biopolitiche del corpo*. Milano: Feltrinelli.
- Haraway, D. J. (2000). *Testimone_Modesta@FemaleMan©_incontra_OncoTopo™*. Milano: Feltrinelli.

Sarah Siciliano, *Ri-mediare i luoghi. Comunità e cambiamento sociale*

Il libro di Sarah Siciliano alimenta un dibattito già consolidato tra la sociologia del territorio e quella dei processi culturali e comunicativi. Si caratterizza però per alcune efficaci metafore e intelligenti provocazioni; attraverso di queste, e con l'aiuto di tre casi studio, l'autrice riflette in modo originale sul rapporto tra territorio e web, e soprattutto sulle potenzialità di quest'ultimo per rilanciare il primo.

L'aspetto di originalità più rilevante, forse, sta proprio nell'uso metaforico che fa l'autrice delle due logiche del web, quella 1.0 e quella 2.0. Se il web 1.0 è un grande appezzamento di terreno in cui ognuno costruisce il proprio orticello che separa dagli altri attraverso un muro di cinta, il web 2.0 è un orto comune in cui ciascun individuo lavora insieme per coltivarlo (p. 41). Ecco quindi che quest'ultimo diventa una metafora del mondo in cui viviamo, dove gli attori sociali possono e vogliono contribuire attivamente a costruire ed accrescere il valore dei luoghi, diventando sia creatori sia fruitori di conoscenze.

Il tema della comunità e del cambiamento sociale emergono con forza in questo ragionamento, e sono infatti il focus della prima parte del libro. L'autrice ricostruisce così i due principali aspetti della comunità nel dibattito sociologico: quello territoriale e quello relazionale. Oggi, però, nel mondo dei legami liquidi efficacemente descritto da Bauman, la coincidenza tra i due diventa sempre più labile, perché significati e valori condivisi possono accomunare i singoli membri dovunque essi siano. L'importate però è che ci sia comunicazione: senza di questa non solo "non esistiamo" come esseri umani, ma non ci è neanche possibile alimentare quel capitale sociale che l'autrice intende nell'accezione di Putnam: un collante tra individui che condividono degli interessi e che favorisce la costruzione, il mantenimento e il rafforzamento di relazioni.

Qual è allora il "posto del territorio" in questo approccio? L'autrice sembra individuarlo proprio nel concetto di *ri-mediazione* dei luoghi, che definisce come la traduzione dello spazio fisico in un ambiente virtuale performativo, frutto di una produzione sociale (p. 29). Questa ri-mediazione non solo proietta un patrimonio locale su una scala di visibilità globale, ma offre anche un'inedita possibilità per gli utenti di riappropriarsi dei luoghi che vivono o fruiscono, contribuendo così a crearne una nuova narrazione.

Queste ipotesi vengono verificate attraverso gli studi del Lab.COM Unisalento, che hanno esplorato e studiato cinquanta piattaforme web. L'autrice ne seleziona tre, che analizza attraverso una scheda di lettura realizzata combinando il protocollo Altheide, le dieci euristiche di Nielsen e i dieci principi per la qualità dei siti web culturali individuati dal gruppo MINERVA (rete voluta dalla Commissione Europea e presieduta del Ministero per i Beni e le Attività Culturali italiano).

Il primo caso è una piattaforma on-line della Provincia Autonoma di Trento, creata con l'obiettivo di favorire un sistema integrato delle politiche per il benessere familiare. L'analisi evidenzia come questa fornisca utili informazioni e spunti di riflessione sul ruolo delle famiglie nel territorio trentino, anche se non sempre la navigazione è semplice e coinvolgente.

Altro caso è quello di Love VdA, sito ufficiale del turismo in Valle d'Aosta, che emerge come un virtuoso esempio di promozione dei luoghi da tutti i punti di vista: attività proposte, facilità di utilizzo, varietà delle interazioni possibili tra l'amministrazione e l'utente. Non si tratta di un sito di partecipazione attiva essendo una pagina istituzionale, ma consente comunque di partecipare al miglioramento e all'incremento dei dati.

Il terzo caso è Destination Apulia, un portale di prenotazione *all-in-one* per la promozione di tour, attività e noleggio. È particolarmente interessante l'idea che lo anima: la conoscenza veicolata dai Big Data come determinante per la fruizione e l'attrattività dei luoghi. La ragnatela di connessioni tra gli individui connessi in rete, infatti, può permettere di ricavare informazioni preziose sui flussi e sui comportamenti turistici, mettendo a disposizione una mole di dati potenzialmente decisiva nella definizione di politiche urbane per gestire il turismo di qualità e ottimizzare l'offerta di servizi e strutture.

Ricordo infine una delle provocazioni più interessanti dell'autrice: quella per cui la vita quotidiana ai tempi del web 2.0 dovrebbe avvicinarsi sempre più all'etica degli hacker, «persone che programmano con entusiasmo» e «ritengono che la condivisione delle informazioni sia un bene positivo di formidabile efficacia, e che sia un dovere etico condividere le loro competenze scrivendo free software e facilitando l'accesso alle informazioni e alle risorse di calcolo ogni qualvolta sia possibile» (p. 59-60). La ri-mediazione dei luoghi prevede questo spirito, ed il web 2.0 sarebbe il mezzo per arrivarci. Lo studio svolto rivela però che, più che un cambiamento tecnologico, serve un cambiamento culturale; per questo, forse, molto non sono ancora pronti.

Gabriele Manella

Ambrosini U., Sideri M., Diritto all'oblio, dovere della memoria. L'etica nella società interconnessa, Milano, Bompiani, 2017

Il libro di Ambrosini e Sideri percorre con lucidità le ragioni di un dibattito che risulta centrale per la società contemporanea. Il rapporto tra il diritto all'oblio e il diritto alla memoria genera una tensione costante, sulla quale si concentra il dibattito ad esempio giuridico, filosofico, sociologico, che informa di sé aspetti molto complessi della società contemporanea, sino a chiamare in causa le ragioni stesse del nostro stare insieme. Non a caso gli autori centrali sono di altissimo livello e appartenenti a diverse discipline e teorie. Da Bauman a Marx, da Warren ai nuovi guru della pop culture contemporanea come J-Ax e Fedez, vi è un continuo rinvio e sostegno a fatti e a considerazioni che stimolano ad approfondire la riflessione avviata. È altresì vero che la riflessione sulla memoria è assai più complessa e storicamente lunga rispetto a quella sull'oblio, che invece è piuttosto recente e forse meriterebbe di essere meglio sviluppata prima di confrontarsi con concetti invece molto articolati. Nel corso della lettura veniva facile collegare le riflessioni degli autori con altri saggi di grande importanza, a volte anche in modo critico, per cercare un dibattito tra i testi che permettesse di orientarsi meglio. Tra i vari viene in mente; *La tentazione dell'oblio: razzismo, antisemitismo e neonazismo*, di Franco Ferrarotti (Feltrinelli, 1993). Nel saggio di

Ferrarotti si mette in guardia dai pericoli dell'oblio, quale luogo del perduto per sempre, del cancellato definitivamente che nell'accezione immaginata significa perdere la memoria di fatti storici di importanza epocale, come ad esempio gli orrori del nazismo, del razzismo e del fascismo e delle loro origini, ponendo le basi per il loro riaffermarsi, sebbene, forse, con modalità e simboli diversi rispetto a quelli originari. Nel testo di Ambrosini e Sideri, invece, l'oblio diventa diritto, richiesta legittima degli uomini di perdere se stessi o parte delle proprie azioni ed esperienze allo scopo di cancellarsi almeno in parte. In realtà il fenomeno è assai complesso. Se la memoria è legata sempre più a supporti informatici, ai social e ad algoritmi informatici sempre più complessi, si apre il tema di chi gestisce quelle piattaforme, divenute appendici dell'identità dell'uomo, espressione della fiducia dell'uomo nell'azione di prometeo (per richiamare ancora il libro in oggetto). Chi gestisce, infatti, la memoria dell'uomo detiene un potere enorme, in primo luogo perché conosce, spesso nel dettaglio, una quantità straordinaria di informazioni e come viene ricordato dagli autori, il potere è conoscenza. Secondo poi esso seleziona quelle informazioni sia in entrata, scartando ciò che non ritiene coerente con la sua logica informatica programmata di base, sia nell'ambito della loro continua rielaborazione nello spazio virtuale, finendo con l'orientare aspetti centrali del vivere dell'uomo come la sua *privacy*, i suoi usi e costumi, le sue tradizioni e abitudini di consumo. Tutto questo, volendo scomodare Aristotele, significa azione politica.

Per questa ragione è importante mettere in guardia rispetto al rischio di un oblio strumentalmente orientato alla selezione (e allo scarto conseguente) di ciò che non è strettamente coerente con gli aspetti della cultura *social* contemporanea e dei suoi algoritmi predominanti. Basterebbe fare il caso delle decine di migliaia, di storie di vita sviluppate, ad esempio, da migranti provenienti dalle zone più remote del mondo (Eritrea, Sudan, Bangladesh, Sud Africa, ...) e che spesso non trovano accesso sui *social* e su *Google*, se non in maniera marginale, in spazi non programmati, non adeguatamente organizzati e poco accessibili. Lo stesso vale per la storia politica, sociale, ambientale dei paesi di origine dei profughi. Il sovranismo contemporaneo forse si nutre, ossia trova linfa vitale, proprio nel processo di selezione, funzionamento ed elaborazione dell'algoritmo informatico che sostanzia internet, a partire dai social più diffusi, fino ai motori di ricerca più grandi (*Google* ad esempio). E il sovranismo è probabilmente la teoria politica (ammettendo che esso sia una teoria) più prossima al concetto di oblio quale condizione per perdere parte di sé per sviluppare ciò che di noi reputiamo più coerente coi nostri valori attuali, con le regole sociali predominanti e con gli effetti che da tutto questo discendono.

Il caso citato nel testo dei terroristi di estrema destra che il 5 marzo del 1985 uccidono Alessandro Caravillani e, che a distanza di anni, chiedono senza ottenerlo di cancellare da *Google* quell'aspetto della loro vita criminale, dopo aver trascorso molti anni di vita in carcere, indica una pericolosa declinazione del diritto all'oblio che deriva dalla selezione di ciò che è più conveniente cancellare o più utile. Peraltro, come ancora nel testo si ricorda, manca su internet il rigoroso controllo delle fonti storiche, il dibattito culturale, la dialettica tra gli esperti, il confronto continuo con la realtà e non solo con la sua rappresentazione. Mancano cioè aspetti centrali della storia dell'uomo che ne fanno la storia e l'identità.

Tutto questo rischia di dar vita, ad una storia e ad una memoria, ad una sola dimensione. Una storia che ricorda la sintesi tra le varie convenienze, pentimenti d'azione, utilità, rappresentazioni e impressioni che finiscono col sostanziare la post-verità.

L'impressione che deriva leggendo il testo è che la delega alla custodia e alla conservazione della memoria collettiva nel *software di internet* rischia di accelerare la costruzione dell'uomo *cyborg*, cioè dell'uomo dotato di supporti esterni, tecnologici o meccanici, che ne costituiscono appendici ormai indispensabili perché parte integrante e integrata della sua identità. Così anche la memoria è definibile *cyborg* e quindi esternalizzata rispetto alla materialità del vivere quotidiano, rispondente a logiche binarie di selezione e ordine, di elaborazione individuale che finisce sempre col dare ragione a sé stessi. Ciò pare particolarmente pericoloso per la qualità del sistema democratico, sempre più esposto ai condizionamenti che derivano dai guru della post verità, delle *fake news*, delle rappresentazioni semplicistiche o qualunquiste della complessità. Se è vero, come ricordato dagli autori, che presto questo problema verrà risolto dagli stessi *software*, resta aperta la proprietà, che significa potere e responsabilità dei padroni di tali *software*, dell'uso di ciò che è *nostro e ora appartiene anche a loro*. Se è, infatti, vero che spesso i padroni delle nostre informazioni sono *companies* o società multinazionali di potenza economica e politica straordinaria, diventa legittimo domandarsi chi (ossia quale autorità) e come (ossia attraverso quale potere e quale potenza) regolamentare correttamente questo processo di matrice quasi orwelliana. Sotto questo aspetto Stefano Rodotà ha saputo anticipare e approfondire riflessioni e tesi di straordinaria complessità ed importanza, a partire dalla tutela della *privacy* individuale, dell'identità soggettiva, della sua complessa esperienza. È questo un autore che meriterebbe maggiore spazio nella riflessione e un approfondimento specifico per comprendere la complessità che ha colto nelle sue elaborazioni e i suggerimenti in termini di difesa e progresso della democrazia e di contenimento del potere straordinario delle *big companies* globali.

Quanto qui argomentato, sia pure in sintesi, consente di introdurre un altro fecondo e straordinario intellettuale anticipatore di alcuni dei temi trattati nel libro e centrali a partire dal secondo Novecento sino ai giorni d'oggi, ossia Pier Paolo Pasolini. Pasolini era, infatti, attento a distinguere tra sviluppo e progresso, individuando nel primo le patologie di fondo che conducono a produrre e a legittimare disuguaglianze in ragione del predominio della logica neoliberista sulla dimensione umana e quindi su quella dei diritti. Il progresso invece contiene e sviluppa il tema dei diritti (civili, sociali, economici, ambientali, ...) della giustizia sociale e della democrazia. È questo un tema che attraversa tutta la produzione culturale di Zygmunt Bauman, sino all'elaborazione del suo concetto di "società liquida" dove predomina il *software* sull'*hardware*, l'individualismo sulla collettività, l'anomia sulla memoria vivacizzata, fino a produrre "vite di scarto", altro suo testo di straordinario acume. Ecco forse a cosa tende il restare troppo a lungo nell'oblio, pur esercitando quello che gli autori del testo definiscono un diritto. Ci si trasforma, quasi antropologicamente, in una vita di scarto, in un assente giustificato della storia, in un vuoto che diventa invisibile. Questo è il pericolo forse principale nel considerare l'oblio un diritto esigibile, un'azione politica da riconoscere.

Per questa ragione, l'oblio rischia di diventare non il legittimo diritto a farsi dimenticare ma il processo del dimenticarsi di sé. Esso rischia di diventare lo spazio vuoto in cui l'uomo perde coscienza di sé (e forse anche dignità) per diventare un ente completamente spersonificato e alienato. Non più uomo ma, uomo senza se stesso, senza vitalità, senza spirito critico, che sta dentro i ritmi imposti dal sistema produttivo globale senza avere un

ruolo.

In definitiva, il rapporto che è analizzato nel libro tra oblio e memoria permette di cogliere alcuni degli aspetti principali nella società contemporanea ed anche alcuni suoi impliciti pericoli spesso sottovalutati. Il richiamo ad un rinnovato protagonismo consapevole dell'uomo sui processi richiamati nel testo costituisce un invito condivisibile e stimolo per evitare di diventare vittime o oggetti dell'oblio e della memoria gestita altrove.

Solo nuotando armoniosamente nel fiume che gli autori identificano nella storia è possibile *in primis* evitare gli errori drammatici compiuti dall'uomo anche nel suo più recente passato e infine costruire quel progresso civile che produce democrazia, libertà e sicurezza per tutti.

Pina Sodano

Incontri fuori luogo. Intervista a Salvatore Monaco

Carmine Urciuoli

Salvatore Monaco - PhD in Scienze Sociali e Statistiche con la tesi "Il futuro del turismo. Tra percorsi tradizionali e nuove mobilità". È tra i più giovani ricercatori italiani che si occupano di Sociologia del Turismo. Da diversi anni collabora con l'Osservatorio LGBT e con OUT – Osservatorio Universitario sul Turismo della "Federico II". Le sue ricerche propongono la mobilità come chiave interpretativa della realtà sociale e si focalizzano, in particolare, sulle questioni legate all'esclusione sociale, ai contesti urbani e all'uso delle tecnologie e dei nuovi media, con una attenzione specifica volta alle questioni legate a identità, generi, orientamenti sessuali e generazioni. Su questi temi ha pubblicato diversi articoli, anche su riviste internazionali. Tra i più recenti "Sport and Tourism in Contemporary Society" (con R. Blanco Gregory, 2019), "Tourism and the New Generations: Emerging Trends and Social implications in Italy" (2018), "Cosmetic Tourism: Bodies and Identities Between New Opportunities and Unseen Risks" (con F. Corbisiero, 2017).

Un numero sempre crescente di corsi universitari, riviste e dibattiti, sta affrontando il turismo da prospettive diverse, ma il contributo della sociologia all'analisi del turismo appare ancora molto ridotto se pensiamo a quanto invece il turismo influisce sui cambiamenti sociali. Possiamo provare a definire il turismo da una prospettiva sociologica?

Il tentativo di cristallizzare il turismo entro uno schema dato, unico e definitivo appare quasi "fuori luogo" a causa del carattere mutevole e complesso del fenomeno. Può avere senso fissare alcune delle sue caratteristiche, solo se la definizione viene contestualizzata nel qui ed ora. Il rischio, altrimenti, è quello di non tenere debitamente conto del suo carattere polisemico.

Il turismo, infatti, in quanto pratica sociale, ha attraversato nel corso delle epoche una serie di trasformazioni inevitabilmente legate ai mutamenti più significativi della società. I fattori che di volta in volta hanno delineato la pratica turistica, sagomandola, sono stati, sia i caratteri di tipo strutturale della società (i sistemi di valori, i dispositivi socio-tecnologici, i mezzi di trasporto, l'economia, le trasformazioni territoriali), sia le forme di socialità che via via sono state osservate a livello micro.

Ad ogni modo, la definizione di turismo oggi maggiormente condivisa è quella fornita dall'Organizzazione Mondiale del Turismo, che circoscrive la pratica turistica a quegli spostamenti, al di fuori del proprio territorio di residenza, che contemplano almeno un pernottamento fuoriporta in una struttura ricettiva. Sulla base di tale concettualizzazione il fenomeno viene studiato ed analizzato anche dalla statistica ufficiale a livello globale. Tuttavia, molte recenti ricerche di taglio empirico mettono in risalto come la pratica turistica sia cambiata: sono sempre più diffuse esperienze di viaggio che iniziano e si concludono nell'arco della stessa giornata, così come l'ospitalità sta subendo profondi mutamenti; basti pensare, ad esempio, alle recenti pratiche di sharing economy, che rendono palese quanto i modi di accogliere i turisti si siano moltiplicati. Questi ed altri fenomeni al momento sfuggono alla statistica ufficiale. È proprio in questi spazi che la sociologia ha il compito di

intervenire, attraverso ricerche di taglio empirico che rilevino e mettano in evidenza le principali tendenze turistiche in atto.

Ogni definizione tende a limitare il campo ed in particolare quelle di ambito statistico, finalizzate ad elaborare sintesi numeriche per semplificare fenomeni macro. Per l'immaginario sociologico sono importanti anche altre dimensioni analitiche che riguardano le motivazioni, le destinazioni, i comportamenti, i consumi, gli stili. Qual è il punto di vista del ricercatore sociale?

Per me un ricercatore sociale che vuole analizzare il turismo deve scomporlo nelle sue componenti principali, indagando per ciascuna di queste che tipo di configurazione sta assumendo nel contesto sociale di riferimento. Tale operazione è necessaria non solo per questioni di carattere teorico, ma, soprattutto, per orientare in maniera opportuna ed appropriata la ricerca sul tema. Compiendo una operazione di astrazione dalle numerose definizioni che si sono susseguite nel tempo, ritengo che si possa parlare di turismo quando, a prescindere dalla conformazione assunta, sono compresenti: il turista, una forma di mobilità, motivazioni al viaggio ed attrazioni turistiche.

Al centro del "turismo", infatti, c'è il "turista", protagonista volontario dell'esperienza. Proprio l'intenzionalità che caratterizza l'agire del turista lo distingue da tutti gli altri attori sociali impegnati in una qualche forma di mobilità realizzata non per proprio volere. Il turismo è reso possibile e si realizza soltanto se ha luogo una qualche forma di "mobilità", cioè uno spostamento, un movimento, che consente di abbandonare, seppur in maniera temporanea, il proprio ambiente per trasferirsi in un altro. Nella società contemporanea, la mobilità si realizza non soltanto attraverso i mezzi di trasporto, ma anche mediante quelli di comunicazione. Così come il gruppo di turisti si compone di una moltitudine di profili, allo stesso modo esistono innumerevoli spinte verso l'esperienza turistica. Infatti, le "motivazioni" che muovono gli attori sociali a fare turismo sono diventate con il tempo sempre più disparate. Si fa turismo per divertimento, per arricchire il proprio bagaglio di conoscenze, per entrare in contatto con altre culture, per motivi di studio o di lavoro, e così via... Strettamente legato ai precedenti, l'ultimo componente del turismo è costituito dagli "elementi attrattivi", ossia dalle risorse – naturali e culturali – che sono presenti nelle destinazioni. Le attrazioni turistiche motivano l'esperienza turistica e il desiderio delle persone a viaggiare.

Per la sociologia italiana lo studio del turismo è stato per lungo tempo argomento frivolo e meno degno di altri di attenzione, nel migliore dei casi considerato espressione economica o antropologica, eppure l'Italia è uno dei paesi con il maggior numero di siti storico-artistici del pianeta. Come possiamo spiegare questo paradosso?

Relativamente al contesto italiano l'analisi sociologica del turismo appare quasi secondaria rispetto a quella relativa ad altri fenomeni sociali. La produzione limitata può essere riconducibile al fatto che nel nostro Paese la sociologia del turismo abbia una storia "breve". Le scienze sociali, di fatto, hanno cominciato ad interessarsi al fenomeno soltanto a partire dagli anni Sessanta del Novecento. I primi studi sul turismo hanno trovato una propria

collocazione dapprima nel campo della geografia e dell'economia e, solo in un secondo momento, nell'ambito della sociologia rurale, che in quegli anni ha iniziato ad interrogarsi sui mutamenti causati dai flussi turistici che hanno interessato territori e contesti sociali delle campagne (Stroppa, 1976). Lo slancio vero e proprio della sociologia del turismo in Italia si è avuto a partire dagli anni Ottanta, grazie al lavoro di studiosi che hanno prodotto una serie interessante di riflessioni sul turismo come fenomeno sociale. Dalla Chiesa (1980), Savelli (1989), Ragone (1993), ad esempio, sono stati tra i primi a riconoscere dignità scientifica a questa disciplina, introducendo nel panorama italiano le principali teorizzazioni sul tema nate in altri contesti ed elaborandone di proprie. Illustri esponenti della sociologia del turismo in Italia, tra gli altri, sono certamente Romita, che ha indagato anche le pratiche di turismo sommerso (1999), Marra e Ruspini, che, tra le altre cose, hanno fotografato i profondi mutamenti che la post-modernità ha apportato al fare turismo (2010; 2011) e Corbisiero (2016) che ha avanzato l'idea che il turismo possa essere un dispositivo di democratizzazione sociale in supporto alla rivendicazione di diritti per le minoranze.

Nonostante la grande qualità dei prodotti scientifici italiani, le riflessioni sul tema appaiono ancora scarse e spesso circoscritte a gruppi di ricerca specifici. Temo purtroppo che ciò dipenda anche dall'idea, ancora radicata, secondo la quale il turismo sia un fenomeno che, essendo per certi aspetti legato all'ambito dei consumi e alla sfera del tempo libero, è da considerarsi di scarso interesse se confrontato alle "cose serie della vita", per dirla alla Parker (1975). Nulla di più sbagliato. Non solo perché in altri contesti, come quello americano, lo studio del tempo libero ha acquisito dignità scientifica a tutti gli effetti, essendo fonte di individualizzazione e di autonomia (Rojek, 2005), ma anche perché la mobilità è uno dei caratteri centrali della società contemporanea, attraverso il quale poter leggere i cambiamenti che attraversano la sfera sociale, economica, culturale e tecnologica.

A livello internazionale non mancano teorizzazioni che vedono proprio nella mobilità una possibile chiave interpretativa dei principali caratteri della società odierna. Qual è il legame tra turismo e mutamenti sociali?

In accordo con diversi autori, come Urry e Sheller (2004; 2006), credo fermamente che lo studio della mobilità turistica riesca ad andare oltre il turismo stesso, consentendo di intercettare pratiche del vivere e del convivere quotidiano che seguono le medesime logiche che caratterizzano i sistemi di mobilità. In altre parole, da un punto di vista sociologico, il turismo può configurarsi come un interessante oggetto di indagine perché incarna i processi tipici della società, talvolta anticipando alcune tendenze. Dunque, utilizzare la lente della sociologia del turismo per la comprensione della società consente di analizzare motivazioni, comportamenti sociali, l'organizzazione dell'intero assetto societario e le sue istituzioni. Del resto, la moltiplicazione di canali informativi e di mezzi di trasporto che riguardano il mondo contemporaneo hanno consentito nel giro di pochi anni la concretizzazione a livello globale di pratiche turistiche e di dinamiche fino a qualche anno fa inimmaginabili. In particolare, gli spostamenti sono assai più diffusi e frequenti. Il turismo interessa tutto il mondo, con ricadute evidenti nel settore economico, sia dei Paesi più industrializzati, sia di quelli a crescita più lenta. Statistiche alla mano, tra il 2017 ed il 2018 il numero di turisti nel mondo è aumentato del 6% raggiungendo quota 1,4 miliardi. I dati recentemente prodotti

dall'Organizzazione Mondiale del Turismo rendono palese che il trend positivo riguarda ormai tutto il globo e non soltanto il mondo occidentale, come semplicisticamente si potrebbe pensare. Nel 2018 c'è stato un incremento del 6% di turisti arrivati in Europa, che ha coinvolto circa 713 milioni di viaggiatori e l'America, che ha accolto 217 milioni di viaggiatori, il 3% in più rispetto all'anno prima. Numeri altrettanto interessanti si sono registrati anche in Medio Oriente, con 64 milioni di arrivi ed un incremento pari al 10% rispetto all'anno precedente. L'Africa ha accolto 67 milioni di turisti, il 7% in più rispetto al 2017, così come l'Asia, che con 343 milioni di presenze ha visto una crescita del 6% dei flussi turistici.

Per quanto riguarda il nostro Paese, l'Italia sta vivendo una stagione d'oro. Come riportato dall'Agenzia Nazionale del Turismo, nel 2018, il nostro Paese ha raggiunto un record storico superando i 428 milioni di turisti, con una crescita di circa due punti percentuali rispetto al 2017. Il comparto turistico costituisce il 13% del nostro prodotto interno lordo.

Il concetto di turismo contiene ancora le tracce di una pratica d'élite, dalla villeggiatura del '700 ai viaggi di formazione dei nobili del nord Europa, di chi poteva permettersi il diritto alla mobilità ed all'esperienza di incontro con l'altro lontano. In tempi recenti il turismo viene letto anche in relazione ad un diritto di formazione identitaria, se pensiamo ad esempio a quanto sia opportuno per un giovane europeo confrontarsi con suoi coetanei negli altri paesi dell'Unione. In che modo si manifestano le limitazioni alla fruizione turistica, e perché possono portare a vivere forme di esclusione sociale?

A livello macro mi sento di sostenere che il modo di concepire e vivere l'esperienza turistica oggi giorno rievoca tangibilmente quello che è stato l'antesignano del turismo moderno, ossia il Grand Tour. L'impostazione del viaggio non solo prescinde sempre più da qualsiasi operatore, grazie alle possibilità offerte dai nuovi canali di comunicazione e dalla diffusione di piattaforme e-commerce per poter costruire e personalizzare la propria esperienza turistica, ma le diverse forme attraverso cui le mobilità si realizzano si nutrono di scoperte e formazione. Culture, visioni del mondo, passioni diventano tutti importanti oggetti dello sguardo turistico. Nel mio lavoro di tesi di dottorato ho cercato di cogliere forme e significati del turismo nel nostro Paese per le generazioni più giovani, con l'obiettivo di intercettare alcuni trend futuri. Tra i risultati più interessanti a cui sono pervenuto vi è certamente la consapevolezza che a spronare i Millennials italiani a fare turismo sembra essere soprattutto la volontà di fare esperienze che possano dirsi arricchenti e significative sul piano identitario. I giovani turisti mostrano una consapevolezza maggiore rispetto a quelli del passato poiché dispongono di risorse informative, simboliche e cognitive fino a qualche tempo fa inaccessibili.

Tuttavia, tale slancio è spesso ostruito da una serie di barriere. Potenzialmente tutti possono fare turismo e costruire in autonomia il proprio palinsesto, ma nei fatti esistono diversi impedimenti che intralciano, limitano e – nei casi più estremi – frenano il diritto alla mobilità. Gli ostacoli possono essere di diversa natura: fisici, economici, ma anche socioculturali, legati a quelle differenze tra persone che animano nel tessuto sociale forme di pregiudizio e discriminazione (come il genere e l'identità di genere, l'orientamento sessuale, il credo religioso, l'etnia). Appare evidente, quindi, che la platea di individui che esperiscono

limitazioni nella fruizione turistica sia ampia ed eterogenea. I soggetti dell'inaccessibilità turistica, infatti, sono molti e non sempre individuabili in modo definitivo, dal momento che i profili dei viaggiatori, e i relativi bisogni, sono assai variegati.

Dal mio punto di vista, quanti subiscono una o più forme di restrizione e limitazione nell'esercizio del diritto alla mobilità vedono ledere il proprio benessere individuale e la possibilità di prendere pienamente parte alla vita sociale. Mi spiego meglio: affinché l'inclusione sociale possa dirsi realizzabile, le disuguaglianze non devono in nessun modo intaccare la possibilità di soddisfacimento delle aspettative degli individui. Inoltre, se, come suggerisce Sassen (1997), la globalizzazione che caratterizza la società attuale ci ha resi "cittadini del mondo", la mancanza di reali pari opportunità finisce per minare anche il pieno godimento del diritto di cittadinanza egualitaria. La reale appartenenza alla comunità e, dunque, il pieno esercizio della cittadinanza sono praticabili soltanto in quei contesti in cui i diritti riconosciuti sono fruibili nei fatti, senza alcun tipo di ostacolo, con dignità e nel rispetto del principio di uguaglianza.

Secondo gli studi del laboratorio della Cattolica ITSTIME, tra il 2001 e il 2016 il settore turistico è stato colpito dal terrorismo 400 volte, con attacchi in più di 60 Paesi, in 8 diverse regioni del mondo. L'unità di crisi della Farnesina segnala costantemente, attraverso il sito viaggiaresecuri.it, centinaia di siti off limits per epidemie, guerre e terremoti. Com'è possibile porre rimedio nel medio e lungo periodo ad eventi avversi al turismo?

Attacchi terroristici, epidemie, guerre e terremoti sono certamente fenomeni che hanno impatti diversi sulle geografie della mobilità turistica, ma che sono tutti accomunati dal fatto di porre i turisti nella condizione di riflettere sulla salvaguardia della propria incolumità. In generale, quando le destinazioni perdono attrattiva, i flussi turistici si spostano verso altre mete. In un contesto di competizione globale come quello in cui siamo, può capitare, addirittura, che nascano o si sviluppino "nicchie turistiche" che quasi si propongono come alternative più sicure, in cui è possibile vivere esperienze turistiche attraenti, che non mettono i viaggiatori a rischio.

Non è detto, però, che le mete colpite perdano l'interesse dello sguardo turistico.

Nel caso delle destinazioni urbane colpite dal terrorismo, ad esempio, il calo di flussi solitamente riguarda i giorni immediatamente successivi all'accaduto. È quanto successo a Barcellona o Londra, che dopo essere state colpite hanno continuato ad accogliere numerosi viaggiatori, grazie anche ad una serie di misure di sicurezza implementate sin da subito per infondere un senso di tutela a cittadini e turisti.

Nel caso di terremoti, guerre ed epidemie è chiaro che la mancanza di sicurezza, in prima battuta, e l'inagibilità delle strutture ricettive, in seconda, si traduce inevitabilmente in una perdita di attrattività turistica. In questi casi un ruolo interessante è quello giocato dalle possibilità offerte dalle nuove tecnologie. Mi riferisco, ad esempio, al turismo virtuale, che consente di visitare, "fuori dai luoghi", e dunque in maniera mediata, le località che non si possono vedere di persona.

In generale, comunque, credo che quando i danni di immagine si traducono in danni economici, dovuti a cancellazioni e mancanza di prenotazioni, in attesa che la macchina turistica riparta, sono auspicabili misure di sostegno ai territori e ai settori che risentono

maggiormente della crisi. Non volendo guardare troppo lontano, possiamo fare riferimento allo sciame sismico che ha scosso gli Appennini non molto tempo fa, che ha comportato una diminuzione degli arrivi e delle presenze che si fa sentire ancora oggi.

È in uscita, per i tipi di PM Edizioni, il saggio "Sociologia del turismo accessibile", può dirci in poche battute quali sono le riflessioni innovative che introduce al dibattito attuale su turismo e perché è un libro da tenere in biblioteca?

Si tratta di un testo su cui ho lavorato per molto tempo, attraverso il quale mi propongo di circoscrivere l'analisi del fenomeno turistico al campo dei diritti sociali che derivano dal legame con la mobilità. Nonostante già negli anni Settanta ci si interrogava sul turismo come "diritto sociale", mi sono accorto che nella comunità scientifica in generale, e in quella italiana in particolare, manca una riflessione rigorosa sul diritto alla mobilità e alla libertà di viaggio. Oggi più che mai questo tipo di riflessione appare fondamentale, dal momento che il turismo, in alcune sue forme, contribuisce al benessere psico-socio-ambientale e all'arricchimento del bene comune. In altri termini, partendo dall'assunto che i turismi – nella loro configurazione attuale – hanno assunto la forma di risorse che contribuiscono ad una nuova tipologia di identificazione collettiva, sempre meno basata sull'appartenenza sociale, propongo una riflessione sull'accessibilità turistica che si configuri come laboratorio sociologico, nonché come area di intervento fondamentale su cui è opportuno che lavorino sia le istituzioni sia gli attori privati dell'offerta turistica. In attesa che le riflessioni sul turismo acquisiscano all'interno del dibattito istituzionale e scientifico maggiore rilevanza, traducendosi in una serie di azioni concrete ed efficaci, il testo intende problematizzare la questione, ponendo in evidenza non soltanto gli elementi critici, ma anche alcune iniziative che sono state realizzate per garantire la possibilità di poter godere meglio del diritto alla mobilità.

Riferimenti bibliografici

- Blanco Gregory R., Monaco S. (2019), Sport and Tourism in Contemporary Society, Eracle. *Journal of Sport and Social Sciences*, 2(1), pp. 1-4.
- Corbisiero F. (2016), *Sociologia del turismo LGBT*, FrancoAngeli, Milano.
- dalla Chiesa F. (1980), *Sociologia del turismo*, Università degli Studi di Milano "Bocconi", Milano.
- Marra E., Ruspini E. (a cura di) (2010), *Altri turismi*, FrancoAngeli, Milano.
- Marra E., Ruspini E. (a cura di) (2011), *Altri turismi crescono*, FrancoAngeli, Milano.
- Monaco S., Corbisiero F. (2017), *Cosmetic Tourism: Bodies and Identities Between New Opportunities and Unseen Risks*, BAJO PALABRA, II (16), pp. 73-81.
- Parker S. (1975), *The sociology of leisure: progress and problems*, *The British Journal of Sociology*, 26(1), pp. 91-101.
- Ragone G. (1993), *Le preferenze interdipendenti*, FrancoAngeli, Milano.
- Rojek C. (2005), *Leisure. Theory. Principles and Practice*, Palgrave MacMillan, Houndmills.
- Romita T. (1999), *Il turismo che non appare. Verso un modello consapevole di sviluppo turistico della Calabria*, Rubbettino, Soveria Mannelli.
- Salvatore Monaco, (2018) *Tourism and the new generations: emerging trends and social implications in Italy*, *Journal of Tourism Futures*.
- Sassen S. (1991), *The Global City: New York, London, Tokyo*, Princeton University Press, Princeton.
- Savelli A. (1989), *Sociologia del turismo*, FrancoAngeli, Milano.

Strozza C. (a cura di) (1976), *Sviluppo del territorio e ruolo del turismo*, Clueb, Bologna.
Urry J., Sheller M. (2004), *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*, Routledge, Londra.
Urry J., Sheller M. (2006), The new mobilities paradigm, *Environment and Planning*, 38(2), pp. 207-226.