

# Gioventù forzata

## *I figli dell'incertezza ricchi solo di creatività*

di MIRELLA ARMIERO

Sono concreti e creativi, non si arrendono di fronte alle difficoltà (eppure ne incontrano davvero tante nel territorio in cui vivono), anzi inventano soluzioni innovative. E al primo posto nella scala dei valori mettono cautamente la salute, mentre la famiglia non appare nemmeno nelle prime quattro scelte. Questo, per tratti sommati, l'identikit delle nuove generazioni napoletane secondo i risultati di una ricerca sociologica pubblicata in volume dall'editore Carocci con il titolo *Figli dell'incertezza. I giovani a Napoli e provincia*, a cura di Lello Savonardo. Uno studio condotto dall'Osservatorio territoriale sui giovani e promosso da Federico II e Iard; domani, alle 18, la presentazione alla Feltrinelli di piazza dei Martiri, con interventi di Enrica Amaturò, Antonio De Lillo e Paolo Jedlowski.

Ragazzi immersi nella società liquida teorizzata da Zygmunt Bauman, che trovano nella precarietà il loro stile di vita: devono fare i conti con l'economia in crisi, il lavoro che non c'è e l'impossibilità di lasciare la casa dei genitori per creare un nuovo nucleo familiare. «Sono costretti a una lunga gioventù forzata» osserva Savonardo. In questo assomigliano moltissimo ai loro coetanei — il campione indagato va dai 15 ai 34 anni — di tutta Italia e anche d'Europa. Uno dei risultati della ricerca è proprio questo: le differenze tra i giovani nelle diverse aree del paese e del continente si riducono sempre più. Gli under 35 si sentono cittadini europei, sono ugualmente disaffezionati alla politica e spesso si sentono «disgustati» dai partiti e dalle stesse istituzioni, preferiscono partecipare alle attività di associazioni e organismi sovranazionali, nei quali ripongono maggiore fiducia.

«Quando abbiamo iniziato la ricerca», prosegue Savonardo, «ci aspettavamo di incontrare grandi diversità tra il piano nazionale e quello locale, ma non è stato così, tranne che per qualche piccolo ma significativo dato». Per esempio? «La predisposizione dei giovani napoletani alla creatività». Sarebbe il vecchio discorso sull'arte di arrangiarsi e di tirare a campare anche nelle situazioni più drammatiche, ma il sociologo napoletano assicura che si tratta di qualcosa di molto più adeguato al mondo contemporaneo: «È il *problem solving*».

Appunto: arrangiarsi, trovare soluzioni... «Sì, ma non consideriamoli vecchi espedienti. Oggi è questa la carta che dobbiamo giocare a Napoli. L'assenza quasi totale di progetto e di prospettiva non travolge come un fiume in piena i ragazzi, che invece rispondono alla crisi con soluzioni creative, non solo in senso artistico ma anche nella vita quotidiana. Per questo sono la risorsa necessaria allo sviluppo di Napoli, a patto che le loro energie siano canalizzate e non disperse. Bisogna mettere a sistema la creatività». Insomma, dimentichiamoci della ricerca dello studioso americano Richard Florida che posizionava Napoli in fondo alla classifica delle città italiane per creatività, considerata appunto un fattore di sviluppo. Per Savonardo e i suoi colleghi di questa «dote» Napoli è ricca, eccome. Ma andrebbe sfruttata meglio. «E poi», aggiunge il curatore del volume, «il fatto che la città appaia talvolta poco creativa dipende dalla mancanza di un'industria culturale di sostegno e dalle istituzioni distratte». Un esempio? «Gli Alma Megretta e i 99 Posse hanno fatto scuola in tutta Italia ma in casi come quelli Napoli può solo svendere i suoi prodotti alle multinazionali che li massacrano».

Veniamo agli altri valori condivisi dai giovani napoletani: dopo la salute ci sono la pace, l'istruzione e l'autorealizzazione. «Anche questo dell'istruzione è un dato diverso dal resto d'Italia, dove è considerato un valore meno importante. Invece qui è indicato al terzo posto: dunque se l'esercito deve intervenire in città, come a volte si chiede, che sia un esercito di insegnanti, di formatori». Sul piano dei consumi culturali, le tendenze sono in linea con quelle nazionali: il cinema tira più del teatro, la percentuale di chi fa sport è molto alta, e a questo scopo vengono frequentate le strutture private molto più di quelle pubbliche, ove ce ne siano. Un dettaglio interessante riguarda l'utilizzo del web, che viene usato come «strumento integrativo di socialità», spiega Savonardo. «Chi chatta sulle *community* non le considera sostitutive di una frequentazione *face to face*, anzi magari sono propedeutiche a questo, nel senso che i ragazzi si conoscono prima sul web e poi da vicino. Molto più che nel resto d'Italia, dove c'è maggiore isolamento». Come dire, felici no, ma almeno in buona compagnia.

» **Il caso** Sms, chat, graffiti innovano anche il dialetto

# «Appen veng t squill»: così la lingua si deforma

«Ne Totor, ce vrim ogg e7 for a chies! Puort e sigarett ca io nn te dong. Appen veng t squill». Totore, oltre a essere evidentemente un abituale scroccatore di sigarette, è iscritto a un istituto tecnico di Miano ed è il destinatario di questo sms rivelatore, secondo Pietro Maturi, della versione tutta campana di quel fenomeno linguistico che tende a eliminare, dalla fonetica alla grafia, le vocali, a partire da quelle centrali medie (indicate con il termine di origine ebraica *schwa*). Maturi è autore del saggio *I giovani e l'espressione linguistica: riflessioni su scritture spontanee napoletane* che analizza la lingua dei «Figli dell'incertezza» sia nella sua progressiva differenziazione dal dialetto tradizionale sia nella sua forte capacità innovativa. Per quest'ultima modalità valga per tutti l'esempio di «pariare». «Originariamente diffuso in alcuni dialetti campani con il significato tradizionale di 'digerire' — scrive Maturi — ha acquistato il senso di 'divertirsi', con una

serie di ulteriori ampliamenti semantici in particolare del divertimento erotico». Per questa spericolata dilatazione semantica, lo studioso ricava un esempio da una chat di Libero: «Amm pariat a ciucc», che traduce con «abbiamo fatto sesso come delle bestie».

Maturi registra poi l'estensione di significato del verbo «mangiare» che finisce per acquistare il senso di «essere in grado di procurarsi». Anche qui l'esempio è efficace ed è tratto da un graffito raccolto nella zona dei decumani: «Si brutt e nu d magn na femn». Traduzione: «Sei brutto e non sei in grado di procurarti una donna». Non si tratta certo di Rocco, il protagonista di un altro graffito (sulla balastra di via Cesario Console) che il saggista cita per indicare il mistilinguismo della comunicazione giovanile che si giova di italiano, dialetto e lingue straniere: «Rocco / si a vita mi / ti adoro / mi manchi / X sempre / by Ren 24».

**Natascia Festa**