

Il paradosso della cultura giovanile. Il consumo del corpo

Oggetto di numerose discussioni, causa di gelosia e incomprensione, mantenerla è lo scopo di numerose esistenze – la giovinezza. Sinonimo di freschezza e vivacità, tra le diverse età della vita umana, è la più desiderata. Dagli adulti viene percepita con grande invidia e nostalgia, date le innumerevoli possibilità che offre: i giovani si trovano all'inizio della loro strada ed hanno la libertà di scegliere quale cammino intraprendere. In aggiunta, la cultura occidentale si basa sull'ideale di bellezza giovanile. La consapevolezza di allontanarsi con il passare del tempo da questo canone crea negli adulti una sensazione di rimpianto verso i migliori anni della loro vita, ormai passati. La maturità viene posta in contrasto alla giovinezza, agli adulti vengono attribuiti tratti, come serietà, stabilità, noia e mancanza della fantasia, mentre ai giovani si connette l'idea di spensieratezza, follia, felicità, li si vede in un continuo inseguimento dei sogni. Osservandoli ci si ripensa così alla propria esistenza ed alle decisioni sbagliate, che hanno influenzato il futuro. In tali ricordi si tralascia i disagi e gli avvenimenti sgradevoli, riportando un'immagine mitica della giovinezza. Ma essa è in gran parte costituita da malesseri, che lasciano un profondo segno sull'identità in fase di costruzione.

Gioventù prolungata

Nell'odierno è sempre più difficile definire il termine di giovinezza. È un concetto fluido, la cui datazione dipende dalla società, è lei infatti ad assegnare questa tappa dell'esistenza, spesso anche a persone ormai mature. Nel processo di transizione contemporaneo, la giovinezza è un periodo prolungato, dal quale non si vuole uscire, anche dopo i trent'anni: il compimento dei diciotto anni, cioè il raggiungimento della maggiore età secondo la legge, non è più pari all'ingresso nell'età adulta.

Il confine tra le diverse fasi della vita è sempre più labile, rispetto alle società tradizionali di cui si occupò Van Gennep. L'etnologo descrisse nel lontano 1909 una vasta rassegna di «riti di passaggio», i quali segnano le più importanti fasi della vita di ciascun uomo (Cfr. Van Gennep). Questa costruzione teorica sembra non aver più riferimento nella società postmoderna, dove gli individui vivono senza un chiaro percorso. Secondo Alessandro Cavalli esistono ancora delle soglie che tuttora decidono dell'entrata nell'età adulta, ma il loro varcare avviene in un periodo di tempo che tende al prolungamento:

Oggi si può dire che un giovane uomo, o una giovane donna, sono diventati adulti quando hanno varcato una serie di «soglie»: a) hanno concluso la parte più rilevante del loro iter formativo; b) occupano una posizione relativamente stabile nella divisione sociale del lavoro; c) hanno abbandonato la casa dei genitori; d) si sono sposati; e) infine, quando, con la paternità e la maternità, si assumono delle responsabilità nei confronti di una generazione successiva. (67)

Secondo lo studio IARD (Buzzi et al.), il periodo della formazione universitaria, una *conditio sine qua non* dell'educazione odierna, raramente in Italia termina entro i previsti cinque anni. Gli studenti durante il percorso educativo arrivano anche ad avere al di sopra dei trentacinque anni, estendendo il tempo degli studi al massimo. La condizione di studente, relativa alla giovinezza, accompagna così gli individui più a lungo.

In minoranza sono coloro che decidono di iniziare un lavoro immediatamente dopo aver terminato gli studi. La disoccupazione giovanile più volte è una scelta individuale. Invece di fare lavori precari, per raccogliere esperienza, si sceglie di restare a casa, ostacolando la futura entrata sul mercato del lavoro, il quale esige un'elevata flessibilità, a cui i giovani non sono abituati. Il costante sostegno della famiglia di origine risulta un ostacolo nell'intraprendere il percorso lavorativo.

I rapporti di coppia sullo sfondo sessuale iniziano molto presto, anche al di sotto dei sedici anni. La stabilizzazione del rapporto, invece, viene di molto rinviata nel tempo. I giovani optano piuttosto per una prolungata coabitazione nella famiglia d'origine, la quale è per loro sinonimo di sicurezza, un tratto difficile da trovare nel postmoderno. Anche se le coppie decidono di convivere, ciò non deve necessariamente portare al matrimonio in breve tempo. Data la comune opinione di gioventù prolungata, si rinvia la decisione di sposarsi a un momento, quando la coppia si sentirà adulta. Lo stesso discorso vale per l'esperienza genitoriale. I giovani italiani sono tuttora legati al tradizionale modello di famiglia, vedono perciò i figli come esito del matrimonio. Il che non significa l'assenza di coppie di fatto che vivono l'esperienza di paternità. È comunque ben visibile il fenomeno dell'innalzamento dell'età considerata adatta per la procreazione.

Le tappe di transizione esistono tuttora, anche la loro sequenza viene mantenuta nella maggior parte dei casi. Cambia però il tempo, nel quale le si affronta. Ciò in gran parte dipende dalle possibilità economiche della famiglia; chi può permettersi di rimanere nella propria famiglia di origine senza dover intraprendere un lavoro, è probabile che prenderà tale decisione. Ma il fattore economico agisce anche sulla fondazione di un nuovo nucleo familiare – avendo un lavoro precario è impossibile ricevere un mutuo per comprare casa, il che certamente ostacola chi vuole crearsi una famiglia. L'assenza della gioventù, invece, è solamente presente nelle classi più povere, dove i figli già dalla più tenera età si ritrovano ad aiutare i genitori. Si tratta di esempi marginali, raramente presenti nel mondo occidentale.

Verso la cultura giovanile

L'attenzione verso la cultura giovanile ha inizio alla fine degli anni Sessanta, quando le ribellioni studentesche mostrarono non solo l'esigenza di profonde riforme nel paese, ma misero anche alla luce le problematiche dei giovani, iniziando l'affermarsi storico della condizione giovanile nella consapevolezza sociale. Le politiche sociali notarono l'importanza dei giovani e dell'influenza reciproca delle varie subculture. Le nuove emergenti dinamiche hanno così reso possibile un più ampio interesse verso il mondo giovanile, sia da parte dei politici, che dei sociologi, i quali dei giovani hanno visto diventare un problema sociale.

Dalle successive tensioni politiche degli anni Settanta è uscito un mondo di giovani pieno di problematiche individuali e in continuo conflitto generazionale. La loro voce, con tono di gran sincerità, viene presentata alla società dall'allora venticinquenne Pier Vittorio

Tondelli con il suo libro di esordio *Altri libertini*, pubblicato nel 1980. Tramite una fresca e agile scrittura ricca di gerghi giovanili, Tondelli mostra le esperienze dei giovani degli anni Settanta alla ricerca della libertà e della propria identità. Una lettura piena di sogni, rabbia e disappunto che ben presto diventa modello per tutta una successiva generazione di giovani scrittori. Mediante storie di tossicodipendenti, giovani in fuga e alla ricerca di sé, lo scrittore mostra una gioventù – di fine anni Settanta ed inizio anni Ottanta – che inizia a trattare la politica in modo più marginale, rispetto alle generazioni precedenti, portando l'attenzione verso l'io.

Principale è la figura di Tondelli nella diffusione della cultura giovanile. Aperto verso la nuova generazione, creò il Progetto Under 25, un concorso che ha consentito ai ragazzi di entrare nel mondo della letteratura. Molti di loro ci si sono soffermati più a lungo, diventando scrittori con proprie pubblicazioni. Il mercato editoriale italiano ha iniziato ad aprirsi verso le scritture giovanili. Da allora si nota una costante evoluzione del mondo degli adolescenti. Ma bisogna soffermarsi su alcune domande: quale direzione intraprende la cultura giovanile nel postmoderno? Cosa entra nel loro bagaglio culturale?

Nell'odierna esistenza giovanile, un ruolo principale è occupato dal consumo, il quale si manifesta attraverso vari campi. Notevole compito nella sua diffusione è quello della televisione degli anni Ottanta, la quale ha promosso valori come superficialità, iperindividualismo e iperconsumismo, facendo del possesso dei beni un modello d'identificazione, tramandato di generazione in generazione. Il postmoderno ha dunque creato una società caratterizzata da una vera e propria cultura del consumo, dove il riconoscimento sociale non si basa più su quel che si produce, ma su quel che si consuma. Sono gli anni Novanta a fare dell'eccesso nel comprare una forma di definizione di sé. Il metodo più adatto per manifestare le proprie possibilità consumistiche avviene tramite il corpo.

Corpi da cambiare

Baudrillard definisce il corpo come il più bello oggetto del consumo (149), è infatti il corpo a creare, come primo, l'immagine degli individui. L'esperienza del corpo nel postmoderno definisce il rapporto stabilito dai giovani con gli altri, il suo aspetto diventa un fondamentale elemento della cultura giovanile.

La società dei consumi, solo apparentemente libera, è diventata schiava del corpo, formulando una legge non scritta che implica ad avere un corpo ideale. Il compito degli individui è di sottoporsi ad una rigorosa disciplina del corpo. L'ordine a cui si viene esposti non riguarda solamente il controllo del comportamento, ma anche dell'aspetto esteriore. Al maggior rigore è sottoposto il corpo femminile. Per essere pienamente accettato dalla società, deve essere conforme a due condizioni – deve essere bello ed in forma. Queste proprietà formano un rapporto duraturo, al quale aspirano donne in lotta con la biologia del proprio corpo. Ma a tale pressione non sono soggette solamente le donne. Fin dalla tenera età, alle bambine vengono posti modelli, ai quali aspireranno per tutta la loro vita. Per questo concetto, un ruolo importante è svolto dalla bambola più famosa al mondo, la bambola Barbie. Gambe snelle e lunghe, ventre piatto, vita sottile e seno di dimensioni notevoli è l'aspetto più desiderato dalle ragazze. Nonostante corpi già tonici, le giovani ragazze ricorrono a diete restrittive, pur di assomigliare il più possibile

ai modelli forniti dai media, oscillando tra una condizione di salute e una di malattia, la quale può portare all'anoressia. È un grave disturbo del comportamento alimentare, il quale viene però trattato come inoffensivo, per via dei modelli corporei popolarizzati. Starlet, la protagonista di *Fluo*, è «sempre più magra e sempre più pallida» (14), ma non giudica il suo aspetto come una fonte di preoccupazione. Anzi, ne è orgogliosa. La scelta di tale corporatura viene presentata in una frase rivolta alla madre: «Un giorno forse diventerò anoressica e bulimica e vomiterò biscotti dentro barattoli quattro stagioni con lei che dopo anni noterà il mio scheletro danzante e scoperà pasti in scatola rigurgitati così schifosamente e allora digiterà numeri per malati di mente cercando colloqui psycho risolvi questione» (43). Il problema dei disturbi della ragazza si cela nei suoi contatti con la madre. È un atto di richiamo della mancata attenzione da parte della famiglia.

La massima forma di schiavitù del corpo si manifesta tramite interventi sempre più comuni, anche tra i giovani. Per ottenere un effetto duraturo, già i giovani ricorrono alla chirurgia estetica per poter sfoggiare un corpo conforme alle aspettative della società. Tale pratica non trova il perché in motivi di salute, ma in un forte bisogno di approvazione. Lo squilibrio nella percezione del corpo potrebbe esser curato tramite sedute psicologiche, senza bisogno di rivolgersi alla chirurgia estetica. Le motivazioni che spingono ai vari interventi spesso si basano su una realtà non fondata, sono esigenze di tipo puramente estetico ed erroneamente enfatizzate.

In Italia tali trattamenti sono molto popolari per via della comune tendenza a rimanere sempre giovani, si tratta perciò di un condizionamento collettivo. In una società, dove invecchiare è proibito, aumenta il numero di donne che vogliono arrestare il tempo servendosi della chirurgia. Si tratta spesso di madri che, con tale comportamento, implicano nella consapevolezza delle giovani figlie il bisogno di avere un corpo perfetto ad ogni costo. Starlet, all'età di diciotto anni, già si ritrova a pensare alle possibili azioni a cui sottoporsi in futuro:

Non so se un giorno anch'io sarò così stressata dal tempo come mia madre. Se odierò le mie rughe cercando ripari chirurgici, se spenderò interi portafogli in ritrovi miracolo da bere. Non so se entrerò mai in sala operatoria per svegliarmi il giorno dopo con la speranza di aver cancellato dieci anni.

Forse mi innamorerò del collagene e di tutte quelle perle uccidi radicali liberi, forse sarò ancora più agguerrita di mia madre e porterò avanti la mia battaglia anti ossidante a suon di maschere alle alghe e massaggi avveniristici Dibi Center. (Santacroce 98)

La ragazza si rende conto che dovrà iniziare il viaggio alla ricerca di una giovinezza sparita. Nonostante i dubbi e le incertezze, sembra capire il suo futuro dovere, non è contraria ad un corpo soggetto a ritocchi. L'obiettivo è quello di assomigliare il più possibile ai personaggi riportati dai media. Ma il modello della corporeità ideale, a cui fanno riferimento gli adolescenti, si basa su corpi finti.

Un elemento tipico della cultura giovanile è il tatuaggio. L'origine di tali usanze è molto antica, ma solitamente viene scelto per via della moda, o per fissare sul corpo un'esperienza importante. In *Re dei Vagabondi*, il protagonista racconta delle sue prime avventure: «Ad Amsterdam Remo si è fatto tatuare un fiore sul braccio e allora me ne sono fatto uno

anch'io» (79–80). Il tatuaggio diventa in questa situazione il ricordo di un'esperienza ed un gesto di legame tra amici, un simbolo di adesione ad un gruppo di pari. Marchiando il corpo con dei tatuaggi, i giovani trasformano la loro pelle in un messaggio simbolico diretto ai coetanei. Il corpo dei protagonisti del sopraccitato racconto griderà «c'ero anch'io durante quelle notti sbandate ad Amsterdam», sarà un trofeo da sfoggiare, che poi, negli anni arriverà ad essere un imbarazzante ricordo di tempi segnati dall'eccesso. Infatti, il tatuaggio tende alla banalizzazione – un fiore, una farfalla o dei motivi tribali incisi sulla pelle non portano nessun significato concreto, non sono una critica sociale, hanno perso il loro carattere sacrale. Sono diventati piuttosto un fenomeno culturale, una tra le diverse mode di passaggio.

Corpi da vestire

Il corpo, anche se ideale nel suo aspetto, deve essere ben presentato, attraverso capi di abbigliamento la cui selezione non è mai lasciata al caso. L'abbigliamento diventa così una delle forme più esplicite del consumo. Spesso molto particolare, è un modo per differenziarsi, per non aderire alla conformità sociale e per mostrare una propria autenticità oppure, contrariamente, per passare inosservati ed adattarsi all'ambiente. Qualunque sia il suo scopo, questa importante parte della cultura giovanile contribuisce alla costruzione dell'identità.

Le soluzioni nel vestire nate nelle subculture vengono trasferite nella produzione di massa. Lo stile che aveva la funzione di distinguere, diventa disponibile ad un ampio pubblico di consumatori, commercializzando così anche la subcultura. Tale forma di adattamento non ha nulla da offrire, non manifesta le convinzioni dell'individuo. Il vestito diventa un vuoto messaggio che ha perso individualità e potere di comunicazione. Lontano il ricordo delle autentiche subculture, nell'odierno gli elementi dello stile giovanile della strada sono entrati a far parte della popcultura.

L'attrazione verso i prodotti di marchi famosi su vasta scala ha avuto inizio negli anni Ottanta, i quali sono, secondo Giancola,

il decennio del look e del rampantismo, dello yuppismo, del culto dell'apparire, della cura ossessiva dell'immagine, in un'Italia che si scopre socialista e assaggia i frutti di un nuovo piccolo miracolo economico. [...] Ed è il decennio dell'incontrastato predominio degli stilisti che fanno lievitare il fatturato del sistema moda italiano nel mondo e danno un'immagine di stile inconfondibile anche ai giovani rampanti degli anni rosei dell'edonismo. (50)

I giovani scelgono marchi ben riconoscibili, le griffe, non solo per essere alla moda ma per esprimere se stessi. In *Tutti giù per terra*, il protagonista di Culicchia con un certo distacco descrive la situazione della quale è testimone durante un intervallo all'università: «Quell'anno lo stilista alla moda era Ralph Lauren. Avevo contato più di centoquattordici capi Ralph Lauren» (123). Dalla relazione deriva una giusta osservazione del comportamento consumistico dei giovani, ciechi seguaci delle ultime tendenze, suscettibili a costanti mutamenti. Le varie metamorfosi dipendono dall'immagine a cui si vuole aspirare e sono ben visibili nel personaggio di Alessandro Castracan. Al primo incontro con Walter manifesta uno stile da intellettuale, «il prototipo del poeta filosofo» (22): «portava una specie di barbetta bionda e indossava una giacca di velluto» (22), per poi trasformarsi ai

tempi del movimento studentesco Pantera: «incontrai Castracan. Non lo riconobbi subito. Si era fatto crescere sia la barba che i capelli. Al posto della giacca di velluto indossava un giubbotto di pelle. Intorno al collo portava avvolto un kefiah» (70), e diventare successivamente un giovane consumatore: «Sopra una camicia e una cravatta Ralph Lauren. Castracan indossava un completo Ralph Lauren. Ai piedi portava mocassini Ralph Lauren. Barba, baffi, chiodo e kefiah erano scomparsi» (123).

Tale condizione è estranea a Walter, il quale nella sua solitudine rappresenta il distacco dalla società dei consumi. Non bada alle mode transitorie, non ha uno stile proprio. Si tratta però di una rara eccezione. Una netta maggioranza dei giovani è vittima dell'ostentazione del consumo, come lo dimostra Santacroce in *Fluo*. Il libro è un elenco delle tendenze e dei marchi preferiti dai giovani, i quali vengono animati, diventando una delle caratteristiche personali di chi li indossa: «Jack, un pazzo artistico affamato di successo, creatore di falli tridimensionali in silicone, con chioma bicolore e maglietta di Vivienne Westwood dedicata ai Sex Pistols, litiga con una skin faccia piatta alta appena un metro in Fred Perry nera e jeans attillati facendo preoccupare un vigile in manganello» (47).

I vestiti griffati formano i tratti caratteristici dei loro proprietari. Gli individui non vengono descritti tramite la loro personalità, ma mediante le firme che portano. Tra affermazioni come «vorrei comprarmi le mutande di Dolce & Gabbana e magari anche il reggiseno di Dolce & Gabbana» (Santacroce 15) e «porto solo Calvin Klein Underwear... costano di più ma ne vale la pena» (79) spicca l'ossessione dei giovani per i vestiti di marca, dove il desiderio ed il piacere vengono anteposti ai reali bisogni. I consumatori non comprano merci, ma marche, il che è particolarmente visibile nella sfera dell'abbigliamento. I prezzi elevati di questi capi non vengono visti dai giovani come indicatori di qualità, bensì come garanzia di accettazione nel gruppo. Il corpo diventa un manichino da vestire con abiti griffati per coprire il vuoto della mancanza di un'identità affermata. Seguire le ultime tendenze è diventato un obbligo per i giovani consumatori, ma per ottenere l'approvazione dalla parte dei pari, per essere visti come persone alla moda, non basta conoscere le ultime novità – bisogna anticiparle. Secondo Bauman «La vita del consumatore, la vita fatta di consumi, non si riduce all'acquisto e al possesso di qualche cosa. Non si riduce nemmeno al fatto che ci liberiamo da ciò che abbiamo acquistato due giorni fa, e che ancora ieri esibivamo con orgoglio. Ciò che la contraddistingue più di ogni altra cosa, semmai, è l'essere in continuo movimento» (23). Così i giovani iniziano un'estenuante maratona, corsa con i tempi delle gare di velocità, dove chi non è in grado di capire i meccanismi del consumo della moda rimarrà alle spalle dei vincitori, con i respinti dalla società.

Giannone e Calefato parlano dell'abbigliamento come di una performance quotidiana, alla quale viene legata una funzione teatrale – come gli attori scendono in scena rappresentando un dato ruolo, così le persone, tramite i vestiti, scelgono chi vogliono essere, come si vogliono presentare alla società. Tale comportamento è però finzione e lo capirà anche Starlet verso la fine delle vacanze estive: «Tolgo le scomodissime décolleté in vernice, sfilo questo schifo di plastic-pant e vado in bagno» (109), scegliendo la strada verso la purificazione e l'abbandono del ruolo che si è attribuita durante l'estate. Esce dall'abito come strumento di seduzione per ritornare ad essere se stessa.

* * *

Possiamo giustamente attribuire alla cultura giovanile il termine di paradosso. Chi ha perduto la propria giovinezza spesso si riferisce alla cultura in questione per riavvicinarsi alla tanto valorizzata esperienza. Per i giovani si tratta invece di una forma scelta per venir accettati dal gruppo dei pari. Tra le sue diverse manifestazioni, il corpo è la sua collocazione più significativa. Per parlare di sé, i giovani danno voce all'aspetto, ritenuto come il modo più valido e rapido per presentarsi in una società in continuo movimento. Ricco di contraddizioni, il bagaglio culturale dei giovani, legittimi abitanti della società del consumo, diventa nel postmoderno superficiale, si riduce a valori estetici, dove ben apparire è di maggior rilievo che approfondire la reciproca conoscenza.

Bibliografia

- Baudrillard, Jean. *La società dei consumi*. Trad. Gustavo Gozzi e Piero Stefani. Bologna: Società editrice il Mulino, 2010.
- Bauman, Zygmunt. *Homo consumens. Lo sciame inquieto dei consumatori e la miseria degli esclusi*. Trad. Marina De Carneri e Paolo Boccagni. Gardolo: Edizioni Erickson, 2008.
- Buzzi, Carlo, Alessandro Cavalli, Antonio De Lillo, a cura di. *Rapporto Giovani. Sesta indagine dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: Il Mulino, 2007.
- Cavalli, Alessandro. „Senza nessuna fretta di crescere”. *Giovani come. Per una sociologia della condizione giovanile in Italia*. A cura di Maurizio Merico. Napoli: Liguori Editore, 2002. 67–75.
- Culicchia, Giuseppe. *Tutti giù per terra*. 1994. Milano: Garzanti, 2011.
- Giancola, Alessandro. „Immaginari giovanili e consumo di moda”. *La moda nel consumo giovanile. Strategie & immaginari di fine millennio*. 1999. A cura di Alessandro Giancola. Milano: Franco Angeli, 2002. 19–74.
- Giannone, Antonella, Patrizia Calefato. *Manuale di comunicazione, sociologia e cultura della moda, Volume V: Performance*. Roma: Meltemi editore, 2007.
- Pezzuto, Roberto. „Re dei vagabondi”. *Giovani blues (Under 25 I)*. A cura di Pier Vittorio Tondelli. Milano: Arnoldo Mondadori Editore, 1991. 72–85.
- Santacroce, Isabella. *Fluo: storie di giovani a Riccione*. 1999. Milano: Feltrinelli Editore, 2004.
- Van Gennep, Arnold. *I riti di passaggio*. 1909. Trad. Maria Luisa Remotti. Torino: Bollati Boringhieri, 2012.

Streszczenie

Młodzież to szczególna grupa społeczna – kto już do niej nie należy wspomina ją z nostalgią, kto natomiast jest młody przechodzi przez okres pełen niepewności. Co jednak oznacza bycie młodym? Do jakich ram czasowych odnosi się to pojęcie? Artykuł ukazuje rytuały przejścia charakterystyczne dla młodych oraz zwraca uwagę na ich znaczenie w postmodernizmie. Omawiane zachowania znajdują swoje odbicie w powieściach takich autorów, jak Pier Vittorio Tondelli, Giuseppe Culicchia czy Isabella Santacroce. Szczególną uwagę poświęca się zagadnieniu konsumpcji wokół ciała, które jest znaczącym elementem kultury młodzieżowej. Widoczny staje się nacisk, jaki kładzie ponowoczesność

na tożsamość młodych ludzi poprzez oddziaływanie w zakresie ubioru oraz dopasowania wyglądu do wymagań społeczeństwa konsumpcyjnego. Pełen sprzeczności, zmieniający się bagaż kulturowy młodych staje się sygnałem do podjęcia refleksji nad zmianami w społeczeństwie.