

**Zeitschrift:** Archi : rivista svizzera di architettura, ingegneria e urbanistica = Swiss review of architecture, engineering and urban planning

**Herausgeber:** Società Svizzera Ingegneri e Architetti

**Band:** - (1999)

**Heft:** 2

**Artikel:** La morte della cultura giovanile

**Autor:** Broggini, Alessandro

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-131653>

#### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 19.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



# La morte della cultura giovanile

Alessandro Broggini  
giornalista

Lugano città giovane? Sicuramente no. Per un motivo semplice, quanto banale: il termine "giovane" non ha più senso. È stato svuotato del suo significato da questi anni '90, i quali hanno annullato, azzerato, raso al suolo le coordinate che sempre ci hanno permesso di identificare una categoria ben precisa della società occidentale. Mi spiego meglio: dalle nostre parti si tende ad associare la cultura giovanile con ragazzi che hanno dai dodici ai vent'anni. Quando si parla di snowboard, skateboard o rollerblade, subito si pensa a giovani tappisti delle piste di sci e della strada. L'ambiente delle discoteche, quindi con i generi di musica più all'avanguardia o con il consumo di particolari sostanze stupefacenti, sembra solo ad appannaggio dei giovanissimi. E poi i centri sociali autogestiti, ai quali le autorità rispondono spesso (e la Città di Lugano non ha saputo far di meglio) offrendo come alternativa dei centri giovanili. Eppure un centro sociale non è un luogo che nasce pensato solo per i giovani. Le discoteche neppure. Anzi, sono vietate ai minori di diciott'anni. E quando si va a sciare o si passeggiava sul lungolago di Lugano, chiuso al traffico durante l'estate, ci si accorge che non ci sono limiti di età per praticare snowboard e rollerblade. Potrebbero sembrare constatazioni banali, ma non lo sono: dietro agli svaghi e alle passioni di quarantenni patiti di snowboard ci sono industrie che fanno girare un vortice di denaro, i cui lembi toccano tutto: dai sabati sera in cui il quarantenne continua a volersi sentire *trendy*, e quindi frequenta luoghi come club e relative piste da ballo, fino ai centri sociali autogestiti, dove il proprio senso civico e le proprie idee politiche prendono forma in maniera naturale dentro a spazi e progetti culturali diversi da quelli raramente pensati e realizzati sui banchi di un consiglio comunale qualsiasi.

Tutto ciò fa sì che questo simpatico quarantenne, un po' stravagante, brillante sul lavoro tanto quanto sulle piste da sci, curioso di vivere il tempo, l'era che lo accoglie, abbia il borsello pieno, perché probabilmente è un libero professionista che guadagna piuttosto bene. E se avesse anche dei figli, una

famiglia? I criteri per definirsi "una persona adulta", ci sono tutti. Ma... avviciniamoci e guardiamolo meglio: uscito dal mondo del lavoro, dalla vita dove esercita i propri diritti e rispetta i doveri, non va a cercare le stesse cose che cerca suo figlio?

Lugano, sia al padre che al figlio, offre poco. La generazione degli anni '90 ha portato in tutta Europa un nuovo modo di vivere gli spazi "ricreativi" (brutta parola usata spesso dagli addetti ai lavori della Svizzera italiana). E per capire questa silenziosa rivoluzione dei giorni nostri ci avvaliamo dell'aiuto di Ted Polemus, antropologo londinese, tra i più rinomati negli ambienti d'avanguardia, e che ha saputo farsi notare grazie ad alcune pubblicazioni apparse su magazine inglesi come "Q" e "The Face", passato qualche mese fa in un'intervista mandata dalla Rete 3 della RSI.

«Il 1947» ci dice Polemus «è una buona annata: sono nato io. Ho 51 anni e faccio parte di quella che viene chiamata la *Babyboom generation*. Dopo la seconda guerra mondiale, lo sappiamo tutti, c'è stato un vero e proprio sentimento di ricostruzione che ha avuto, come primo risultato, quello di fare parecchi figli - il fenomeno che oggi viene chiamato *babyboom*. E questo ha avuto ripercussioni sociali e culturali enormi. Prendiamo la moda: oggi gli stilisti sono dei semidei che vestono giovani donne e uomini. Negli anni quaranta invece, se si guardano le foto, ci accorgiamo che i vestiti erano disegnati per gente matura, e le modelle erano donne che oggi nessuno farebbe più sfilare perché già troppo in là con gli anni. Negli anni 60, un magazine che si chiamava "Absolute beginners" diede lavoro a un fotografo che aveva solo diciannove anni. Gli venne commissionato un servizio sulla gioventù di Londra, e lui si accorse che il fermento che c'era tra quei ragazzi era altissimo. Il fotografo, pur avendo solo diciannove anni, si sentì già troppo vecchio. Tornò al giornale e riferì che c'era un nuovo mondo, quello dei *teenager*, e che stava scappando di mano a tutti. La stessa cosa successe a Barnie e Fred, dei disegni animati dei Flinstones: una sera, davanti alla televisione scavata nella roccia, cercavano la partita di football, ma con loro orrore sco-

prirono che c'erano solo programmi per *teenager*. Ecco: fino alla fine degli anni '40, il mondo poteva essere "normale", con i bambini da una parte e gli adulti dall'altra. Con il *babyboom* degli anni '47, '48 e '49 nasce una grandissima fetta di popolazione che dopo qualche anno diventa, in numero, la più importante. Conseguenza logica: l'industria, con i giornali, la musica, la moda, le macchine, la televisione, il cibo, il cinema e tutto il resto si butta là dove c'è più gente, ovvero tra i *teenager*. In questo periodo (verso la fine degli anni '50) e in questo modo nasce la cultura giovanile, chiamata negli stati uniti da operatori di marketing *teenage culture*. E per la prima volta nella storia del mondo questa fetta di popolazione ha un forte potere di spendere e possibilità economiche.»

Che relazione c'è tra quanto dice Polemus e gli spazi della città di Lugano? Semplice: chi oggi si trova a lavorare a stretto contatto con ragazze e ragazzi, è della stessa generazione di Ted Polemus. E per rispondere alle esigenze della fascia di età "giovane", si pone le stesse domande che vengono poste all'antropologo inglese: «La gente viene da me e mi chiede: cosa è successo alla cultura giovanile, che direzione prendono i giovani oggi, cosa leggono, cosa vogliono comprare... Beh, vi posso garantire che il mondo dei giovani è solo un fenomeno statistico. Chi va nei club e nelle discoteche o fa uso di qualche droga, sa benissimo che non sta facendo niente di "esclusivamente giovanile". Vi faccio un esempio: in Inghilterra esistono i *Teddy Boys*, o i *Mods*, mode ancora attuali nate negli anni '60. Se venite con me a Londra, vi faccio conoscere persone che hanno 55 anni e che continuano a vestirsi come *Teddy Boys* o come i *Mods*. Oppure gente che ha cominciato a fumare canapa nel '65 e continua a fumarla oggi. C'è chi andava ai *rave* e nei club dieci o dodici anni fa, che oggi ha 35 anni e continua a farlo. Nessuno oggi può affermare in tutta tranquillità "questo è per i ragazzi, e questo è per gli adulti".»

Ad alcuni sembrerà azzardato applicare il pensiero di Polemus ad una realtà come quella di Lugano e della Svizzera italiana. Ma solo così si può riuscire a capire che gli errori che hanno portato all'attuale povertà di scelte con cui deve confrontarsi il ragazzo di Lugano, cominciano da lontano: dalle esperienze vissute da chi oggi si trova, non solo a decidere per il "giovane", ma anche ad interrogarlo per sapere agire.

«Quello che è successo alla mia generazione...» continua Ted Polemus «per esempio prendiamo gli *hippies*, che sostenevano di non credere a quanto dicevano le persone sopra i 35 anni. Noi facevamo una distinzione netta tra coloro che erano sopra e

sotto i 35 anni. Ma dimenticavamo che la maggior parte dei nostri eroi, come Thelonious Monk, John Coltrane, Jack Kerouac, Allen Ginsberg, William Burroughs, Timothy Leary erano tutti sopra i 35 anni. Il grande disastro è successo quando siamo arrivati noi a 35 anni: senza accorgercene abbiamo continuato a comportarci come quando eravamo più giovani. Questo è il grande disastro: che ci siano dei *babyboomers*, come me, nati alla fine degli anni '40, che hanno continuato fino ad oggi a considerarsi dei giovani. Queste persone oggi occupano cariche importanti e prendono decisioni anche per i loro figli. Si sono talmente identificati con la parola "giovane" durante tutta la loro vita, che l'unica domanda che riescono a porre ai ragazzi è "quanti anni hai?", senza capire che questo non ha più importanza, che quello che conta oggi è di che tribù sei, a che gruppo appartieni, come ti vesti, che locali e che gente frequenti. Insomma: scelte di stile di vita.»

Difficile scegliere, a Lugano. La risposta politica all'evoluzione della società "nuova" che si è imposta nel resto dei grossi centri europei, non esiste. La Città di Lugano – il municipio – dispone di un ufficio il cui nome denota, già da solo, l'incapacità di cogliere quanto succede altrove: "Ufficio attività giovanili". Sembra (ma è un giudizio del tutto arbitrario) che la volontà sia quella di mantenere tutto il più possibile allo "status quo". L'errore non è comunque imputabile a nessuno: è uno sbaglio di fondo, non solo delle istituzioni, ma di tutti, operatori sociali, politici, gestori di club e discoteche, fino ai mass media locali. E lo sbaglio è di trattare questo argomento solo dall'aspetto anagrafico. Ce lo spiega ancora Ted Polemus, che l'anno scorso ha pubblicato un libro dedicato ad uno dei fenomeni commerciali più evidenti di questa decade: il marchio "Diesel".

«La convinzione che l'età definisca automaticamente l'identità – spiega l'antropologo inglese – è un fenomeno tipico di chi è nato alla fine degli anni '40 con il *Babyboom*. Un fenomeno che è finito, ma che questa generazione è stata incapace di riconoscere come tale! Potremmo addirittura dire che queste persone si sono rifiutate di crescere. Gli esempi li abbiamo tutti sotto il naso: cos'erano le discoteche degli anni '70? La *babyboom generation* che a trent'anni voleva ancora comportarsi come un *teenager*. E il *jogging* e l'aerobica degli anni '80? Sempre loro che volevano rimanere giovani. Quando sono nate tutte le preoccupazioni relative alle plastiche facciali e ai cosmetici anti invecchiamento? Quando queste persone nate alla fine degli anni '40 hanno cominciato ad avere le prime rughe. Prima non se lo sarebbe sognato nessuno.

Hanno avuto (e hanno ancora adesso) la presunzione che la cultura giovanile sia stata, e sarà, qualcosa che è nato negli anni '50 e che durerà in eterno. Ma non è così. La cultura giovanile è morta. Oggi, quanti anni si hanno è meno importante di come si può disporre del proprio tempo, di come ci si vuole vestire e di come ci si comporta come essere umano. Cercare di creare una categoria secondo una certa età e chiamarla "gioventù", vuol dire ignorare tutti gli altri indici che compongono l'identità di un essere umano: che musica si ascolta, dove si va quando si esce, che sport si preferisce, dove si sceglie di andare in vacanza, che comportamento si ha davanti a determinati elementi dell'ambiente. Trattare con i giovani come si tratta con un'altra specie, e trattare la cultura giovanile come un universo separato dal nostro, vuol dire mancare di rispetto all'immagine che i giovani hanno di loro stessi. Gli anni '60 non sono tanto lontani. Gli adolescenti di oggi non sono gli stessi *teenager* del *babyboom*, che si autodefinirono "giovani" (e nient'altro) e che ancora oggi, cinquantenni, vogliono imporre questo modo di vedere la società. Le nuove generazioni non sono più stupide di quanto sia stata, o sia oggi, la mia. Anzi, le nuove generazioni riescono finalmente a non vedersi più come "giovani" ma come "gente". Questo nuovo modo di mischiare le culture, dalla *techno* allo sport, dalle vacanze a quello che si mangia, sta costruendo un'identità. E noi dobbiamo rispettare questa creatività, che non dipende dall'età, che è la nuova identità.»

L'impossibilità di costruire una mappa di questo nuovo modo di essere, deriva dal fatto che a Lugano, questa identità, stenta ancora a formarsi. Non aiutano di certo le Autorità, che non ragionano in quest'ottica. E probabilmente non è neanche compito loro. Il Centro Autogestito, più lanciato dalle proprie strutture verso il progressismo, grazie anche ad una buona dose di credibilità che si è guadagnato in questi anni, si sta muovendo verso queste nuove esigenze. Ma il legame che ha ancora il Centro con vecchie forme politiche di sinistra non aiuta a progredire. Si è mosso abbastanza bene invece il settore privato: esistono in città alcuni club gestiti da persone che vivono l'identità degli anni '90 giorno per giorno, e hanno proiettato in modo del tutto naturale la propria visione nei locali di loro proprietà.

È comunque ancora troppo poco: i criteri su cui ci si basa per definirsi "città" passano anche dagli spazi dedicati ai bisogni dei propri figli, che a Lugano non rispettano le esigenze dettate dal tempo in cui si vive. Manca solo qualche mese alla fine degli anni '90: a Lugano si sono visti poco.

Il secolo scorso, i giovani erano considerati come un gruppo di individui che aveva bisogno di essere protetto e di essere guidato. Oggi, però, i giovani sono diventati una parte integrante della società, con diritti e responsabilità che sono sempre più simili a quelli degli adulti. I giovani oggi sono più consapevoli delle loro esigenze e delle loro aspirazioni, e sono più capaci di agire per realizzarle. Tuttavia, nonostante i progressi compiuti, rimane ancora molto da fare per garantire un futuro migliore per i giovani.

#### Summary

The nineties, which have been criticised by many people for a lack of substance in the demands and experiences of the younger generation, are coming to an end. And yet, during the second half of this decade, anyone who has experienced from the inside the transformations that have occurred in the places at first sight reserved for young people, the so-called "adolescents", has realized that a great change has taken place. Peoples demands no longer correspond to their date of birth, and persons of all ages identify themselves more and more according to their own life style, young people and older people, everyone close together, without causing any conflicts. The task of examining this European reality, this new identity, in the city of Lugano has unfortunately resulted in unsatisfactory findings. It almost seems that the nineties never passed by here. Ted Polemus, an English anthropologist, is of great help in making us understand how present society is stratified. His conclusions, applied to our city, give us a very depressing picture. The government authorities, private initiative and those people directly involved in such work (politicians, social workers, the mass media, clubs, discotheques, social centres, etc.) do not seem to worry about the times in which we live.

l'esperienza spaziale più sfida che sono mai state  
spese: è una performance e un'emozione della quale



è possibile uscire a sorpresa. Anche con le nuove tecnologie ed  
il web di Pescatori del nostro paese. Non credo faccia strada

comunicare tutto prima di scoprire cosa vogliano dire  
i pescatori. Perché non è la loro storia. È quella nostra storia.  
Quella di essere liberi. E' il loro sentimento che ha creato

— senza controlli — un mondo di connivenza ridotto al suo complesso.