



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia
applicata

Corso di laurea in
SCIENZE SOCIOLOGICHE

Generazione Nerd.
Uno sguardo sociologico

Relatrice
Prof.ssa Francesca Setiffi

A.A. 2021/2022

Laureando Riccardo Colombi
1175695

Indice

Introduzione.....	3
Capitolo 1 - Una riflessione sociologica del nerd.....	5
1. Cultura Nerd.....	5
2. Identikit socioculturale dell'individuo nerd.....	12
Capitolo 2 - Percezione e costruzione culturale della subcultura nerd.....	21
1. Essere "nerd"	21
2. Gruppo culturale e comunità sociale di significato.....	29
Capitolo 3 - "Nerdom" nel mondo sociale e quotidiano.....	34
1. Sviluppo sociale e subculturale dell'individuo nerd.....	34
2. Cultura del fandom inglobata.....	46
Conclusioni.....	52
Bibliografia e Sitografia.....	54

INTRODUZIONE

Nerdiness o Nerdom hanno lo stesso significato? Possono essere considerate entrambe delle subculture? O un universo di prodotti culturali o uno stile di vita? Società, comunità, cultura, subcultura, o meglio ancora “nerdiness”. Tutte queste parole racchiudono in sé un gruppo di persone che hanno in comune un valore, un ideale, un oggetto culturale che permette a loro di identificarsi. Questo è il nostro punto di inizio che parte da una semplice definizione di “nerd”, per poi passare allo studio della sua cultura, in generale, arrivando alla descrizione dei singoli attori che si muovono al suo interno creando gli oggetti del nerdom, i loro ruoli e rituali rapportandoli con il mondo reale e quotidiano. Partendo dalla definizione di “nerd”, si evincono vari significati contrastanti che nel corso degli anni si sono trasformati, evoluti, grazie a personaggi o film che hanno sancito la sua ascesa in vari percorsi individuali e subculturali. Allora troveremo non un individuo nerd, ma una comunità sottoculturale, “il nerdom”. Fino a qualche anno fa essere considerati nerd o all'interno del suo frame, voleva dire essere visti come individui strani, per passioni ossessive, e distaccati dal mondo sociale, ed è per questo che vivono nel passato e nei loro mondi immaginari. Oggi questo fattore è del tutto scomparso, o in parte, perché molto probabilmente si è verificato il riscatto tanto atteso profetizzato da una vecchia pellicola culturale di riferimento del 1984. La cultura nerd, passando da subcultura, oggi è ovunque, nei semplici zaini da scuola, nelle magliette, persino come si doveva verificare nelle Olimpiadi di Tokyo 2020, mettendo, come una delle mascotte di questa antica manifestazione mondiale, un personaggio di un cartone animato giapponese divenuto “best seller”, “Dragon Ball”. La sua cultura si è mescolata con l'immaginario collettivo diventando un punto cruciale per tutti.

In vari punti della tesi risaliremo a ricerche passate che hanno mostrato come il nerdom si sia trasformato in un bene principale dell'industria culturale e dell'intrattenimento.

Il saggio adotta una prospettiva sociologica per interpretare la subcultura nerd. Dopo si cercherà di comprendere come questo mondo sia entrato nella vita di tutti i giorni, interiorizzando le sue pratiche che diverranno sempre più quotidiane e difficili da individuare in quanto sono entrate nella linea sottile della vita comune. Questo ci porterà a comprendere i meccanismi con i quali l'individuo, o l'intero gruppo del nerdom, sviluppano la loro coscienza di “essere un nerd” e di come, essi stessi, si vedono relazionandosi con la realtà.

La ricerca su questo si basa su due punti ben precisi riguardanti su come i nerd vivono sociologicamente, incrociando le loro vite con le difficoltà del mondo; e di come questa subcultura sia diventata quella che è oggi, ossia una parte che riguarda tutti e che sia diventata molto influente in tutti, da chi è nerd e da chi non lo è, o da chi non si sente al cento per cento nerd. Il primo capitolo descriverà degli aspetti sociologici utilizzati ai fini della ricerca, svolta attraverso dell'indagini bibliografiche sulla cultura “nerd”. Il capitolo successivo tratta dell'identità dei nerd, che può ricadere sotto vari concetti, “etichettabili”, come il “tag”, “geek”, etc., e dopo l'esposizione dei termini appartenenti alla subcultura e attraverso le varie interviste fornite da fonti precedenti, dimostra come questo termine possa riflettere sul peso culturale, sociale e identitario. Mentre nell'ultimo capitolo si analizzerà il “nerdom” in relazione con il mondo reale per spiegare il

suo successo, le sue “vittorie” e le sue influenze che hanno sulle persone, sul quotidiano sociale, etc....e delle sue funzioni socio-culturali. Essa si svilupperà, all'inizio, come un testo etnografico, presentando sia il nerdom sia gli attori che ne partecipano attraverso alcune ricerche e interviste raccolte da ricercatori che hanno indagato il tema di indagine.

CAPITOLO 1 - Una riflessione sociologica

1.1 Cultura Nerd

La ricerca inizia con il concetto di cultura considerato importante per studiare la società, per poi passare a quello di “subcultura” e infine rapportandoli alla subcultura nerd. Per molti studiosi il concetto di cultura è un insieme di valori, credenze, norme, linguaggi, comportamenti e oggetti messi in comune da una comunità, società che vengono tramandati, passati da individuo a individuo. Però è l'individuo stesso a doverla codificare, in quanto membro di un collettivo, deve imparare, soggettivamente, e viene influenzato dalla cultura di appartenenza. Opera su vari livelli che possono riguardare le semplici azioni quotidiane, le norme vigenti di un'organizzazione come il luogo di lavoro, o anche le credenze e pratiche dei grandi gruppi di persone, o le stesse società. Sullo studio della cultura è il lavoro di Geertz (1974) a fornire un'impronta descrivendola come una sfera che diventa un universo di forme simboliche usate dagli attori sociali per comprendere il mondo reale e le sue relazioni.

Invece il concetto di “subcultura” è un concetto ibrido, in continuo mutamento sociale; veniva concepita come un'immagine deviante della società trasformandola, ossia una strada alternativa a quella principale. La subcultura diventa qualcosa come uno “stile di vita”, questo porta a comprendere lo stile del mondo del nerd, e non del fandom, che non nasce spontaneamente come l'emo o il punk, ma favorisce così la costruzione di concetti e pratiche ai suoi membri. Esso, visto dal punto di vista sociologico e antropologico, si riferisce a un gruppo di persone o a una categoria sociale che si distaccano e si differenziano dalla cultura dominante. Una subcultura riesce a raggruppare molti individui con caratteristiche simili, e con questo si arriva a definire il gruppo sociale (un insieme di persone che si relazionano tra di loro quotidianamente e hanno la consapevolezza dello status di gruppo che ricoprono).

Adesso il lavoro che dovremmo percorrere è quello di indentificare il mondo del nerd come cultura. Definendolo come subcultura, la parola stessa “nerd” ha avuto diversi attributi, dovuti principalmente dalla sua ubiquità attuale. In primis era un modo dispregiativo per offendere socialmente usato spesso nel mondo giovanile (Kendall lo definisce come “il continuum delle improprietà maschili. 1999: 264), poi sono state aggiunti varie caratteristiche specifiche (una combinazione di stili interazionali, espressioni visivi e professionisti, e infine negli interessi stereotipizzati). La cultura nerd, che da pochi passo a molti, e in mainstream, la sua espansione, con tutti i suoi mondi immaginari, vede un depauperamento dei suoi contenuti: essere nerd significa ora dimostrarsi tale, cioè avere un bagaglio culturale appropriato e sempre più ricco; ovvero conoscere e metterle in atto: la categoria dei giochi di ruolo, cartaceo, boardgame, quelli da tavolo principalmente; i fumetti, comics e manga come testi culturali; passando ai media, i cartoni e anime, cinema e serie tv, ad esempio Netflix; un pilastro di questa cultura è la tecnologia, il computer e il mondo di internet dove si svolgono incontri, discussioni e formazioni di community; infine i videogiochi (Gandolfi, 2014). Come si evince dal significato di gruppo sociale e culturale, i suoi membri condividono interessi, valori e norme comuni per esercitare sui propri compagni un controllo di inclusione o di esclusione (l'“in-groups” e l'“out-groups”).

Pertanto, considerando tutto questo l'identità di nerd si scopre che ha una notevole rilevanza possedendo una figura multifaccettata: ci sono molti motivi al riguardo, per ragioni storiche e anagrafiche, per i propri interessi e hobby che hanno influenzato gli autori, per il ruolo che ricopre nella società, quella visione che lui ha di sé stesso e quella degli altri e come e cosa cambia, e i comportamenti che si aspetta e le sue relazioni. La posizione del nerd può ricoprire uno status, assegnato dall'esterno dell'individuo, rispondendo a caratteristiche proprie, senza dare una giusta collocazione sociale. La comunità nerd non ha confini, ma si differenzia da molte altre con varie pratiche, ed è difficile vederla come un movimento a senso compiuto, bensì unitario (Palmieri, 1989). Un aspetto che potrebbero essere utile alla ricerca per la definizione di nerd, del suo ruolo, è quella di un individuo che basa la sua attività sui mondi, personaggi e narrazioni immaginarie, che siano libri, film, o qualsiasi altro prodotto dell'industria culturale, ciò che lega i nerd tra loro, che li unisce come gruppo di pari, è la loro capacità di usare il loro tempo e denaro per queste storie fuori ed estranee al mondo reale. Questo portò, in passato, i nerd a essere etichettati come "socialmente inetti" (Gandolfi, 2014). Quindi ogni subcultura esprime conoscenze, pratiche o preferenze di qualsiasi tipo e possono essere delineate da una classe sociale, di minoranza o di un'organizzazione. Per supportare la definizione di subcultura si basa sulla coesione dei suoi membri che condividono una parte di cultura in modo coeso diverso dagli "altri", "altri" che devono considerarla tale. Da qui l'espansione del mondo del nerd non equivale all'aumento dei suoi membri, che tradotto significa un'aumento del numero di persone che si descrivono "nerd" (attraverso la conoscenza dell'informatica, fumetti-manga, supereroi, nerd al femminile, videogiochi, fiction e molto altro). Infatti, frequentare un luogo rafforza quello stile che alimenta l'inclusione alla comunità e avviene soprattutto tra i giovani, giovani considerati come lo scenario perfetto nel quale si concretizzano quelle dissonanze, che possono trasmutarsi in caratteri devianti e marginali. Riproponendo la teoria della Scuola di Chicago sui "social problem" c'è da considerare che i gruppi sociali minoritari, collegati alla figura dello straniero e dell'emarginato, è Lewis (1969) che tratta della centralità dei valori in una discriminazione verso la cultura della povertà. Facendo un esempio di quanto detto, possiamo individuare come un film o un fumetto, entrambi siano considerati nella cultura nerd degli oggetti culturali che rafforzano il legame comunitario evidenziando quali sono le caratteristiche e le conoscenze necessarie per appartenervi. Questo ci porta a far riferimento agli elementi della cultura (la cultura materiale, ovvero gli oggetti fisici prodotti e appartenenti a una specifica cultura, e quella immateriale, come le idee, valori, credenze, conoscenze e norme). Infatti, quello che si produce è uno spazio ricco di significati derivanti da un nocciolo culturale. Ma se tutto ciò viene considerato sotto il fenomeno del "social problem", Hedbige (1979) ci ricorda che i rapporti sociali si sviluppano sotto un preciso contesto storico e precisi campi ideologici. Lo studioso Thornton diversamente da Hedbige, caratterizzò e diede importanza allo studio sui movimenti giovanili della contemporaneità. Il suo "Club Cultures" ha enfatizzato un quadro subculturale non omogeneo e ha dato forma al "capitale subculturale", ripreso dall'idea di capitale di Pierre Bourdieu (Gandolfi, 2014). Qui entrano a far parte i media, i quali negoziano tra capitale subculturale e struttura sociale, e hanno un ruolo fondamentale per costruire appartenenze di riferimento. Si ha quindi la formazione della "performance", che è proprio la forma di costituzione

delle attività professionali e sociali, e tale idea si collega molto con il lavoro di Livingstone (1999), che trasforma i media ricchi di elementi funzionali sulla creazione dell'identità. Si formerebbero gruppi di persone dipendenti dalle loro scelte di consumo che incidono sulla loro individualità.

Se vogliamo analizzare in profondità la struttura della vita sociale e quotidiana di una persona che si identifica come “nerd”, o ha aspetti e caratteristiche simili a tale, dobbiamo leggere sotto la superficie della loro stessa vita, cioè comparandola, a ciò che gli interessa e ai suoi hobby, ai mondi dei simboli, gesti, passioni, convenzioni e stranezze che esprime. Potremmo considerarlo come un lavoro di progettazione di un insieme di sottoculture cercando di rappresentarle normali e distaccate dallo stereotipo e dalla figura di “nuovo ribelle”: persone senza freni per le loro passioni, interessi e manie, scontrandosi con il giudizio degli altri, i cosiddetti “normali e popolari”, fino all'alienazione e alla derisione.

All'opposto del nerd americano c'è la figura dell'“otaku” (articoli letterari/Gandolfi, 2014), dove in Occidente vengono indicati gli appassionati di anime e manga, sia le persone appassionate di quello originariamente nipponico, senza alcun sinonimo negativo come “persone socialmente isolate”. Sempre in Occidente, il termine è usato come sinonimo di “geek”, o di devianza sociale: se la parola “otaku” ha radici dal fenomeno sociale attribuita all'influenza subcultura pop giapponese ed è la manifestazione del consumismo legato all'immaginario prodotto dai media nipponici. I primi a formare questa subcultura sono persone appassionate di collezionismo di oggetti futili, di informazioni e storie, e adorano cambiare le storie esistenti, e anche se alcuni di essi entrano nella vita produttiva di tali oggetti culturali, hanno sviluppato un sistema (il “fanservice”) per commentare, o nei casi peggiori giudicare, i manga, anime, videogiochi, etc.... (articolo di Priarone, 2006). Se il nostro principio iniziale della ricerca è quello di studiare la subcultura nerd, è importante anche analizzare i suoi underground, e uno di questi è formato dalla categoria degli otaku, sviluppati in un “laboratorio culturale” non in contrapposizione con il sistema del nerd, bensì come rifugio dalle frustrazioni e difficoltà della cultura di massa dominante, portando un senso di sconforto e di incapacità di controllo da parte delle giovani generazioni e l'impossibilità di allontanarsi dalla sottocultura degli otaku.

Grazie all'avvento dei nuovi media, che hanno reso possibile la crescita della comunità otaku, i loro incontri avvenivano in club o organizzazioni o eventi che promuovono le loro passioni, e tali gruppi ricoprono anche il ruolo di attori economici. Infatti, il mondo attorno alla letteratura giapponese, precisamente i manga, ricoprono una posizione culturale ed economica rilevante perché gli otaku, o per meglio definire, le loro conoscenze tecniche e fantasie sono la precisa espressione d'interesse delle aziende in quanto, tale underground, hanno la facoltà di produrre nuove idee. Possiamo affermare che le passioni e gli interessi siano comuni a quelli dei nerd e coprono un enorme e variegato mercato di oggetti di consumo (Gandolfi, 2014). Anche se abbiamo classificato gli otaku attraverso uno schema di preferenza di interessi specifici, però la parola stessa indica anche quelle manie, hobby attribuibili nella vita quotidiana: la musica, lo sport, la cucina e così via. Pertanto, la subcultura internazionale nerd è influenzata dalle filosofie del “nerd” nipponico, ma si differenzia in molte aree in base alla loro posizione geografica (quelli giapponesi adoperano una e forte influenza sulla produzione dei contenuti di un'opera: è proprio una pratica culturale collettiva

tipica di una vera cultura). Infatti, la sottocultura otaku mondiale, e non quella nipponica, prende vari termini e li cambia di significato, mentre quelli del paese del Sol Levante fanno leva sulla produzione di opere d'intrattenimento di massa: anime, manga, romanzi e videogiochi sono punti di riferimento della subcultura otaku.

Se non esistesse una vera e propria definizione di “nerd” che descrivesse e raccogliesse tutte le sue sfaccettature, si dovrebbe procedere allo studio sugli oggetti culturali di riferimento e alle loro pratiche sociali che rafforzano e consolidano il loro status e ruolo di nerd. Descrivendo che lo status di nerd è “pol-multidimensionale” (Gandolfi, 2014), cioè ricco di significati e di attributi, essa è una categoria sociale molto complicata da descrivere perché a provocare tale problema sono i suoi stessi membri che si identificano in essa per vari motivi, storici (quelli nati tra gli anni Sessanta e Settanta, cioè quelli etichettati tale e appassionati di tecnologia), d'interesse o hobby e attività culturali (coloro che guardano cartoni animati, partecipano a giochi di ruolo, ect...) o nelle relazioni sociali (rapporti di dialoghi molto complicati, “goffi”). Dello status di nerd è ancora uno di quelli che vengono attribuiti dall'esterno, da quelli che si distaccano, per portarlo a una stereotipizzazione, per alcune sue pratiche e comportamenti poco desiderabili. (cfr. Gandolfi, 2014). Per poterlo definirlo bisogna guardare i suoi interessi che ha per il mondo, i personaggi e le storie immaginarie. Prendere in considerazione che è “la cultura che riflette la società” si costruisce un modello di collegamento tra cultura e società che mostra tale influenza e trasforma la cultura come testimonianza sociale.

È proprio attraverso l'attività di comprensione della cultura e della sua stessa acquisizione, che l'uomo impara a socializzare e convivere con i suoi simili. Gli antropologi, come Geertz, enfatizzano proprio la complessità dell'interazione divulgata dai modelli di significato e di comportamento che prendono proprio il nome di cultura. Impostazione molto simile a quella data dai “Cultural Studies” concependola come campo di conflitto ideologico di egemonie culturali e dell'omogeneità lineare di Hall (1997). La cosa veramente importante è capire le regole della trasformazione dell'altro, per quanto riguarda l'inclusione o l'emarginazione nel sistema; il motivo di studiarla è perché ogni tipo di differenza, opposto o marginale, necessita di regole di riferimento, diventando una vera gerarchia.

Nelle proposte culturaliste (du Gay e Hall, 1996) il quesito culturale che si basa sul mantenimento dei confini, demarcandoli, e che vengono infine percepite e raccolte, i termini di “nerd” e/o di “geek” vengono considerati come delle identità personali, di gruppo e di contesto costruiti grazie alle differenze. Differenze che facilitano, non solo di comprendere il fenomeno del etichettamento che avviene sulle persone nerd, ma anche come essi stessi, nel corso del tempo, sia cambiati e si considerano diversi fra loro e gli altri. I Cultural Studies presentano degli assunti da pilastri e una visione comune e condivisa: vedere la “cultura” come “modo di vita” e come pratica culturale. È una concezione che la racchiude in un significato tale da essere considerata un'organizzazione e una tecnologia, un modo di praticare azioni con una propria organicità. Invece il “social frame” e l'importanza delle vite individuali collegate con la centralità della cultura appartengono a principi caratterizzanti e trovati da Sorice (2009) che per ottenere una rappresentazione dell'oggetto di studio e del suo ambiente sociale, bisogna

osservare le sue articolazioni e funzioni delle loro azioni che si trovano all'interno della subcultura stessa. I suoi membri sono sotto l'influenza di un insieme di simboli, significati e norme e essi stessi fanno riferimento a stili di consumo e di vita. L'interesse sociologico verso lo studio delle subculture può essere quello fornito da Fine (1979) sulla rappresentazione dell'idiocultura, cultura del subgruppo: piena di implicazioni, simboli ed espressioni note ai membri per distaccarsi dagli altri. Le subculture producono significati e oggetti culturali di grande importanza per i suoi membri ed enfatizzano il cosiddetto "confine simbolico", distaccandosi, sia dagli altri, sia diventando essa stessa un punto di riferimento per pochi e poi per molti.

Ritornando all'accezione della parola nerd come "incapace sociale" risulta impossibile perché tale individuo, con i suoi mondi immaginari, entrano in conflitto con lo pseudopragmatismo di status di sciocchezza e pieno di atteggiamenti che escludono l'appropriazione di una qualche autorità: quello che viene sottointeso allo status personale o alla sacralità dell'opera, o viceversa, svanisce. Quello che si esprime è che se nasce prima il rifiuto del proprio sé personale o l'incapacità di relazionarsi socialmente, tutto ciò sparisce quando egli stesso si esprime con gli altri (Gandolfi, 2014). La curiosità nerd nasce dall'interesse di scoprire gli aspetti tecnici dei suoi prodotti di riferimento: il piacere dell'immateriale il logico; il desiderio di smontare e rimontare; nell'indagine sulle produzioni dell'opere, nella produzione artigianale che sboccia nelle fan-fiction e nelle fan-art. L'unica differenza che ha il nerd è l'acquisizione di competenze perché la persone nerd è sempre alla ricerca della conoscenza, di comprendere un funzionamento di un qualsiasi fenomeno e/o oggetto e di migliorarlo (articolo di Priarone, 2006). Tali pratiche distinguono le classificazioni della persona nerd dalla sacralizzazione e dalla suggestione del classico accademico della "cultura come status" e del protagonismo dell'Autore, con ciò significa che la mentalità del nerd si focalizza sull'opera e non sull'autore stesso. Allora l'attività nerd non deve essere considerata come "senso pratico" dovuto dai problemi dei nerd basati sulle loro alte competenze in campi di saperi "marginali": erano preparazioni impopolari e forti, basti pensare allo loro desiderio per i computer originario in quanto a essi li venivano attribuito l'aggettivo informatico con il significato. Ora se consideriamo vari aspetti della cultura che operino insieme, acquisizione mentale, cioè apprendimento, delle citazioni dei film e serie tv, o di tutte le conoscenze provenienti dai mondi immaginari culturali, può essere letto, da noi, come affermazione di appartenenza a una cultura specifica introducendo idee e pratiche di essa. Questo mostra come ci influenzi e che le sue norme e processi sociali ci aiutano a definire le identità dei singoli attori e dei rapporti che si sviluppano all'interno delle varie comunità. Detto questo si può passare all'analisi dell'identità e dei suoi relativi significati e conseguenze diventando nella nostra ricerca, come il significato di cultura e processi di socializzazione, siano campi principali, evidenziando le varie etichette e stereotipi, e i nuovi modi di vedere un "nerd", o come lo definisce Gandolfi (2014) "tag" nel mondo sociale, e come esso attacchi personalità, produzione, consumo, rappresentazione e sistema di norme della nostra subcultura. È il "ritardo culturale" di Ogburn (1936) che tratta della necessaria distinzione fra "cultura materiale" e "cultura adattiva", dimostrandolo come quest'ultima come parte della "cultura non materiale" si conforma alle condizioni materiali. Ogburn

mostrava come i cambiamenti della “cultura materiale” si sviluppassero prima dell'altra enfatizzando che la cultura, in generale, seguisse i cambiamenti.

Qui la cultura diventa ruolo di “scambi”, cioè indirizza gesti, propensioni e processi; e la sua influenza travolta dai comportamenti ambigui delle persone. Un altro punto è quello fornito da Santoro e Sassatelli (2009), essi oltrepassano la valenza dell'omogeneo e genere “modo di vita”, quindi del confronto identità-cultura e le divide in due prospettive: una vede la cultura come testo, “simboli da decifrare”; l'altra intravede la “cultura come pratica sociale significativa”, derivata da alcuni studiosi, Bourdieu e Giddens; essa prende la forma d'azione, un fare qualcosa nel quotidiano. Tale classificazione è il risultato di continui processi sociali perenni ed è impossibile precisare il loro punto d'inizio, invece di parlare di una “sottocultura di nerd”, si tratterà, come afferma Woo di “partecipanti alla cultura dei nerd”. La “cultura dei nerd” presuppone un elenco di interessi e hobby che includono la lettura di libri e/o fumetti; giocare ai vari giochi analogici e digitali, di ruolo; privilegiare la scienza, la tecnologia; radunarsi e partecipare ai fandom. Tutto ciò mostra che all'interno di questa cultura vi siano strutture comuni di sentimento grazie alle interrelazioni emotive e alle industrie culturali e agli attori che vivacizzano la stessa comunità in una scena (Gandolfi, 2014) .

In definitiva, la cultura dei nerd viene considerata come un campo prodotto da un insieme costituito da pratiche e stili di vita. Fiske (1992) si concentra sulla decisione presa da Bourdieu sulla formazione di diverse forme culturali legittime, senza però sminuire il capitale culturale a dei semplici gusti particolari che rafforzavano l'immagine della “grande borghesia” e degli intellettuali francesi degli anni '60. Ma la vera azione da svolgere sarebbe proprio quella di avallare l'idea che sono proprio gli attori di uno specifico campo a scegliere ciò che apprezzano. Brown (1997), ha la stessa visuale di Fiske sul fandom dei fumetti, identificando due forme di capitale culturale appropriato ai fan, “conoscenze e collezioni”, avvallate dentro la cultura nerd stessa. Essa appartiene al capitale culturale e si manifesta sotto forma di fatti e curiosità e vengono descritti i piaceri derivati dalle pratiche nerd in un linguaggio intellettuale che vanno sviluppate.

Un altro modo per esprimere tale capitale è quello di “pavoneggiare” le proprie capacità e conoscenze dei testi canonici subculturali. Si manifesta attraverso l'interazione includendo punti di riferimento mediatici nel dialogo e riconosciuti dagli altri membri della conversazione. Tutto ciò ricopre un punto nevralgico nelle azioni discorsive quotidiane. “Il collezionismo è una pratica importante in molte attività di routine nerd e le sue collezioni rinforzano il capitale culturale. Tra i fan fumettisti, a economia culturale...si basa sulla capacità di acquisire testi canonici, determinati dalla trama o dal significato del creatore. Possedendo questi fumetti, il lettore conferma la sua partecipazione al fandom” (Brown, 1997 : 26). Se il collezionismo parte dal presupposto che gli individui abbiano con sé il capitale economico, la loro qualità è dipendente dalla sua conoscenza e interesse e tutto ciò porta ad essere determinata da valutazioni precise di quel campo. Mentre abbiamo un reddito disponibile per partecipare a tali attività, si intravede come il capitale economico in sé non sia una variabile di distinzione. Le conoscenze esperte e le raccolte permettono di convalidare ai collezionisti il loro ruolo tra il mondo dei loro coetanei geek, come punto cruciale, o di rivendicazione. Esso assume la forma di una precedenza colloquiale: possibilità di parlare con altri su qualsiasi questione, aderente al tema, di ascoltare le proprie idee. In questo gioco

anche gli agenti e le istituzioni sono carichi di capitale culturale e sociale, e anche hanno una grossa influenza sulla circolazione di conoscenze e di beni materiali. In sostanza, essi non sono gli unici intermediari aventi un ruolo nella definizione del campo, forniscono un appoggio alla sua base come scena reale in un preciso luogo.

Come ha fatto notare Gandolfi (2014), oggi il nerd non è più il ragazzino magro e occhialuto e distaccato dal mondo, ma chiunque, persone normali che amano guardare un film o una serie tv, o che sia un appassionato. Sono dappertutto soprattutto in tv e al cinema e i loro raduni, una volta demigrati, assaltati dalle migliaia di neofiti, nuovi nerd. Il termine “nerd” preso dal dizionario (Devoto Oli, 2017): “un giovane di modesta prestanza fisica” con una “passione ossessiva per le nuove tecnologie”. Gli oggetti tipici di questa cultura finiscono sotto l'etichetta di oggetti culturali (Grisworld, 1997) vengono elencati in: fantasy, fantascienza, giochi di ruolo, videogiochi, serie tv, fumetti, anime giapponesi, dedicando a ciascuno come “delle comunità con un cortile comune”. “Tutto può sottintendere, non solo a chi forma la “città della cultura nerd”, ormai popolosa, ma da tutti, anche il grande pubblico diventando sempre più enorme e senza confini. Da qui prende vita il fenomeno del conformismo, un atteggiamento o tendenza a omologarsi a opinioni, usi e comportamenti definiti socialmente dalla maggioranza. Dunque, ricordando il significato della parola nerd e del suo stereotipo, conformarsi a tale cultura, gli rafforza, ad esempio il modo in cui le persone si vestono, il loro comportamento, le idee. In ambito sociale il conformista è colui che sorpassa la sua stessa personalità e si adegua al comportamento complessivo del gruppo a cui appartiene. Tutto questo sostenuto dalla socializzazione che gli individui hanno appreso dall'essere in modo autonomo alle regole dell'autorità sociale. Quello che è successo è l'allargamento della nicchia subculturale dei nerd diventando un fenomeno globale che si espande attraverso i suoi prodotti culturali (dai film e ai budget e incassi che ne ricava), supportati dall'effetto creato dall'industria culturale che produce e distribuisce prodotti di natura culturale e che tale produzione, “in serie”, la trasformi in una semplice e mera merce di consumo, come i suoi oggetti da collezione, alle varie serie tv, ai fumetti, caratterizzando una vera produzione culturale. Allora è proprio “l'industria culturale” introdotta dagli studiosi della Scuola di Francoforte (prima apparizione in “Dialettica dell'Illuminismo”, 1947) che tratta del processo di produzione della cultura disegnando tale mondo come una “fabbrica del consenso” che liquida la criticità della cultura stessa e si basa sull'obbedienza intrecciata con i desideri e le aspettative dei suoi consumatori. Svolgendo la funzione sociale degradata, la cultura cade nella trappola della logica del profitto e porta a considerare l'altro sotto lo stereotipo del “pericoloso”. In tal modo produce con originalità e differenza per sollecitare lo sviluppo di nuove esigenze di consumo. Trasforma ciò che viene prodotto in un oggetto culturale “originale sapientemente organizzato”, mostrando come le merci siano considerati appartenenti al sistema.

In definitiva possiamo giustificare che l'industria culturale produca, distribuisca e riproduca in serie beni culturali per ogni ambiente socio-culturale e che può essere definita come “industria creativa”. È da qui che i suoi prodotti hanno anche caratteristiche che influenzano, non solo le scelte di vendita, bensì gli stereotipi, per schemi fissi, che ne diventano la norma. Però la differenza tra gli stessi oggetti

culturali che esistono, ci porta a intravedere nei meccanismi di produzione la possibilità data al loro pubblico di scegliere, anche se è già stato tutto programmato precedentemente. Questo ci porta allo studio di Hirsch (1972) sul “sistema dell'industria culturale” che tratta dell'insieme di organizzazioni che producono oggetti culturali di massa. Questo sistema si esercita per formulare e controllare l'innovazione e la creatività verso produzione e consumo. Hirsch utilizza tale schema per i prodotti culturali di massa modificabili, tangibili, cioè avendo la possibilità di attribuirli alla cosiddetta “cultura alta”, o a qualsiasi oggetto. Un esempio per spiegarlo lo si evince dai lavori di Hall (2008) presentando il concetto di “cambiamento culturale” definendolo come un eufemismo che indica il processo attraverso il quale alcune forme e pratiche culturali diventano periferiche, marginalizzate dalla cultura popolare. Ci porta a considerare le masse come soggetti passivi alla cultura dominante e che la stessa cultura popolare, formata da pratiche, schemi condivisi e terreni ambigui senza soluzioni durature, viene cercata di semplificarla a processi di modernizzazione. Fiske (2008), riconoscendole come dinamiche e processi propri, utilizza il concetto di Bourdieu, “capitale culturale” intendendolo come qualcosa di distaccato dal capitale economico, è il concetto di “habitus”, capacità di produrre pratiche e opere classificabili, e capacità di distinguere e valutare questi pratiche e prodotti (Bourdieu, 2001). È proprio grazie a questo studio che possiamo considerare il concetto di cultura come pratica a un sistema flessibile che gli gira attorno per arrivare a spiegare la “subcultura”, quando si tratterà di ipotizzare se la subcultura nerd possa essere considerata una cultura o una subcultura, che manifesti processi di dialettica, cioè che perpetui nel tempo o che abbia diverse dinamiche; o addirittura come fenomeno socio-culturale globale. Per analizzarlo meglio bisogna utilizzare la cultura geek (termine che risale dalla letteratura e dialettica inglese). La parola “geek” definisce colui che è appassionato di supereroi, videogame, fantasy; mentre il “nerd” è il secchione della tecnologia. I media, grazie alle varie industrie culturali, hanno realizzato la condivisione dei suoi contenuti come un fatto normale, una normale prassi sociale del quotidiano nerd e no. Si potrebbe dire che la cultura nerd, trasformandosi dalla subcultura che era, in una cultura vera e propria, sia divenuta oggetto di mercato scambiabile e condivisibile, basta pensare a tutte le immagini, video, meme, etc... che circolano in rete o anche semplicemente i banalissimi oggetti che utilizziamo tutti i giorni, quaderni, zaini, magliette. Può essere considerata una cultura di merchandise, di consumo, di massa e/o di personalizzazione. Dicendo questo si allude che la cultura nerd, per primo è diventata “mainstream”, cioè consumata e utilizzata da tutti, e in secondo, ha alimentato il distacco tra i “vecchi” e i “nuovi” nerd, dove entrambi vedono un conflitto per definire chi è il vero nerd.

1.2 Identikit socioculturale dell'individuo nerd

Iniziamo a dare una definizione alla figura di “nerd”: un nerd è una persona che mostra enorme interesse per svariati campi di saperi, dedicandosi ad essi con determinazione e una forte volontà personale quasi paragonabili come stravaganti (Jenkins, 2006); in generale il nerd è un esperto e promotore di personaggi, serie e franchise fumettistico, definiti come “cultura pop” e così ricade sotto l'etichetta

popolare di “un reietto della società”. La figura del nerd viene costruita attraverso l'esperienza stessa del nerd, che inizialmente è cresciuta durante gli anni Ottanta, percepiti con un occhio scettico, con uno stereotipo che continua a esserci e continua a evolversi; se partiamo dall'analisi d'identificazione dei vari punti, i simboli della cultura stessa, ci conducono alle altre cose che abbiamo oggi. L'identità, per Sciolla (2007), propone un legame con quello di apparenza, cioè un “essere dentro a”. Tajfel (1981), psicologo sociale, presenta l'identità sociale come parte immaginata del sé di un individuo legata alla propria consapevolezza di appartenere a un gruppo. Infatti, l'appartenenza a un gruppo rafforza l'idea e gli aspetti del sé, per arrivare ad avere veri e propri “schemi del sé” sulle caratteristiche che le persone attribuiscono importanti per se stesse, oppure dal concetto di “sé riflesso”, cioè il prodotto dai giudizi di noi stessi partiti e concepiti dagli altri. L'identità di nerd possiede caratteristiche e figure multiple: per ragioni storiche e anagrafiche, per gli interessi e per le loro azioni che influenzano la loro personalità, per il ruolo che ricopre nella società, quella visione che lui ha di se stesso e quella degli altri e della sua evoluzione, e i comportamenti che si aspetta e le sue relazioni di socializzazione (Gandolfi, 2014).

Spostandoci verso l'approccio dell'interazionismo simbolico, rimanendo concentrati sui concetti di identità e cultura, descriveremo il processo attraverso il quale l'individuo costruisce i suoi ruoli e le sue norme attraverso l'interazione sociale. Tutto ciò riporta alla considerazione che la relazione sociale tra gli individui crea cultura e che i suoi stessi oggetti culturali sono prodotti e trasmessi attraverso essa stessa. Un settore, consapevole dei sentimenti che un prodotto culturale esercita sui consumatori, basa le proprie strategie su quel target: l'individuo spenderà i suoi soldi negli oggetti culturali che gli trasmettano quei ricordi vissuti in passato e che lo appassionano. In questo processo, l'etichetta di nerd è compresa in tutto quasi ad arrivare a una sovrapposizione tra cultura nerd e cultura pop e mainstream. Questo raffigura la strada che il nerd sta percorrendo, sdoganando ogni confine e camminando su molte possibili evoluzioni.

Definendo come ruolo, un insieme di aspettative di comportamento rispetto a una determinata posizione sociale, o status, che si occupa, allora la figura del “nerd”, va a costruire una persona sociale che rispecchi precise aspettative, che trasportano l'individuo a scegliere di diventare nerd. Ma per caratterizzarsi a tale ruolo, un attore sociale deve manifestarlo socialmente e interiormente, arrivando al “Sé” di nerd: “Sé”, che fa riferimento a quello di Mead (1934), cioè quell'insieme formato dal “io” e “me”, si viene a crearsi un individuo nerd che esprime al meglio la propria passione facendo anche parte di un collettivo, che può essere sia un gruppo sociale sia lo stesso mondo sociale.

Detto ciò, la ricerca porta alla luce gli stessi pilastri che lo studioso Gandolfi (2014) ha evidenziato, cioè tecnologia, gioco come spostamenti verso l'ignoto posto, e immaginazione come capacità produttiva di mondi immaginari, e questi ci hanno permesso di sviluppare ipotesi relative al mondo del nerd con la vita quotidiana e sociale dei giovani.

Una delle tante attività tipiche di questa cultura è il gioco che negli ultimi anni è diventato sempre più importante. Principalmente il gioco da tavola è stato superato dai videogames che negli anni i media lo hanno scoperto come forma di intrattenimento e di mercato e che ne hanno formato una collettività, quelli dei

“gamers” (considerati “umanoidi” date la loro routine videoludiche e spese d'acquisto).

Continuando la nostra ricerca sull'identità nerd, il termine “nerd” deriva dall'inglese e indica quella persona che preferisce passare il tempo con il computer, la tecnologia rispetto con le persone. All'inizio il soggetto identificato “nerd” era visto nei modi più dispregiativi possibili e con il passare del tempo diventa una figura di spicco e di motivo d'orgoglio e d'appartenenza a una comunità che si stava sempre di più allargando. Dal semplice appassionato di tecnologia e fumetti, divenne una persona ricca di un bagaglio culturale molto utile nei giorni nostri (ad esempio Bill Gates, in quanto in passato era un nerd dai tempi del liceo, ora fondatore di Microsoft). Con questo si può facilmente intuire che non esiste più lo “sfigato nerd” di una volta, bensì uno dotato di intelletto e che può ambire al successo. Un altro esempio di questo cambiamento può essere fornito dalla serie tv “The Big Bang Theory”, nel quale quattro amici nerd sono alle prese con le difficoltà della vita comune, sia nel campo professionale sia nel campo sociale e sentimentale. L'aspetto tipico del nerd, ricondotto a quello del secchione, è più in meno simile a quello tradizionale, ma con alcuni aspetti più positivi: tralasciando i soliti aspetti fisici, i suoi tratti caratteriali e la sua personalità superando le sue scarse doti sociali, la timidezza cronica; ma quello che lo risalta di più sono le sue abilità relative alla tecnologia, all'informatica, alla rete e ai suoi mondi immaginari distanti dalla realtà. Invece la parola nerd, da un punto di vista anglofono, si dirige in una direzione dispregiativa, considerando tale persona come un individuo sciocco, ridicolo e certe volte “idiota” per le sue mancate abilità di relazione con gli altri, e che si concentra sullo studio, piuttosto che sulla vita, in un modo quasi del tutto ossessivo. Il punto in comune delle prospettive è quello sull'aura di disagio, un disturbo della personalità che bisognerebbe correggerlo o limitarlo, ovvero differenziare l'idea del nerd a sfigato che si isola in mondi immaginari per non ricordare le sue poche abilità di vita sociale, tant'è che i media lo raccontano come un possibile imprenditore di successo e diventando un simbolo di un contemporaneo riscatto sociale.

Di conseguenza gli attributi che si riferiscono al significato di nerd che lo caratterizzavano come un individuo occhialuto, dai costumi poco alla moda e legato alla grande passione per la tecnologia, l'informatica e la scienza, rafforzando la propria cultura di riferimento. Arrivati a questo punto è necessario introdurre il concetto di ruolo. Il ruolo è il perno per comprendere l'auto-percezione di se stessi in relazione con il mondo esterno; anche come perno culturale per osservare i meccanismi di articolazione delle singolarità delle persone. Lo stereotipo è facile da rincontrare grazie alle sue passioni e alla sua rivincita di rappresentazione: non sono appassionati di sport, o di qualsiasi altra attività fisica, bensì di quello che è scienza, di alcuni campi del sapere umano e della tecnologia innovativa, e aggiungendo nel tempo contenuti riguardante i sci-fi, fantasy, fumetti, serie tv, l'uso del computer quotidiano.

Si potrebbe cominciare a descrivere il significato di “nerd” partendo dalla costruzione di un elenco di oggetti culturali legati o dei principali campi di riferimento: esso coinciderebbe con la cultura pop, senza porre una distinzione fra chi è veramente un nerd da chi vive solamente immerso a essa. Quindi potremmo considerare che sia l'oggetto culturale di riferimento che materializza e personalizza il nerd o è la persona stessa, cioè il nerd, a conformare l'oggetto.

Praticano attività poco consone alla popolarità, dovuto dal fatto delle loro passioni, dedizioni e predisposizioni alla tecnologia, informatica e tutto ciò che riguarda il fantastico. In tal modo l'etichetta a loro attribuita si ricollega a pratiche e oggetti culturali peculiari ai loro mondi e predispongono, delineando i confini, i loro stili di vita, i tratti caratteriali e il modo di vestirsi. La tecnologia, gioca un ruolo fondamentale nella vita di tutti i giorni per i giovani, un esempio è lo spostamento dei loro interessi in rete, di creare nuove relazioni e di conseguenza ricadere sotto l'etichetta “nerd”.

Partendo da una visione dispregiativa, il “nerd”, nella rappresentazione classica e conosciuta (Gandolfi, 2014), è uno sfigato socialmente incapace; seccione e con un forte amore per la tecnologia; persona totalmente persa nei mondi immaginari, fantastici, nei videogiochi, mondi legati principalmente all'infanzia. Questi aggettivi vanno messi in comparazione con i mutamenti culturali avvenuti a partire dagli anni Novanta (i giochi di ruolo). Distanziandosi dalla definizione proposta dalla lettura di Nugent nel libro “Storia naturale del nerd” (2011), che proponeva ragazzi occhialuti che stanno cambiando il mondo, assomigliando a macchine, si dirigeva a una descrizione mostrando come una persona sociale cadeva nello stereotipo scaturito dalla reazione romantica scontrandosi con la scienza e la meccanizzazione della vita.

La nascita della figura del nerd risale intorno agli anni Ottanta, mentre il termine stesso nel Novecento prendendo il posto di “greasy grind” e si confronta con il termine “geek” che sono direttamente contrastati dal idealtipo di giovani atleti. L'idea principale sulla figura del nerd si basava sulla perdita del “greasy grind” (ovvero la valorizzazione del corpo) nasce il nerd, cioè un soggetto pensoso e un po' smarrito che fuoriesce dalle classi subalterne.

Esistono varie “tribù” di nerd che sono ben lineate. La “disruption”, cioè proprio questo allontanamento spaziale, coinvolge il mondo dell'informatica e non solo e viene superata dalla capacità dei nerd di riuscire a stare al passo con i tempi; è diventata sempre più mainstream, una cultura di massa. Gandolfi (2014) descrive i nerd, la loro storia e lo sviluppo della cultura pop, basandosi sui mondi immaginari collegabili alla tecnologia e il raggiungimento della vetta definendola come “generazione nerd”. Paragonando l'evoluzione e la crescita personale e concettuale del termine, si può notare come la fase della giovinezza sia legata a storie e personaggi che rimarranno impresse nella memoria, e la figura e l'aspetto nerd che coltiva con il tempo si trasforma in ruolo da nerd che permette agli altri di raccogliere attorno a sé molte persone, aspetti e materiali della cultura, in questione, e di ricordare la loro infanzia. Dunque, la generazione cresciuta durante il boom tecnologico, l'arrivo del computer, internet e smartphone, quella che si appassionava a qualcosa che per altri era superficiale, offrì all'espansione della cultura pop nel mondo e oggi possiamo raccogliere i suoi frutti perché il numero dei partecipanti che si caratterizzano in tale subcultura sono aumentate.

Perciò lo status ascrivito di nerd e l'idea di distaccarsi dal mainstream possano essere sintomi di libertà ed emancipazione, portando a vedere che il loro lato di asocialità, visto come pregiudizio, viene smantellato. Con ciò i ruoli compaiono sulla scena sociale durante il quale il soggetto comprende il gioco sviluppato sull'interazione antecedente le istituzioni, avendo due precisi livelli di rappresentazione di essa (Berger e Luckman, 1969).

Per proseguire la nostra ricerca sull'identità nerd, prendiamo in considerazione il principio di socializzazione e di etichettamento sociale. Il primo afferma che esso è un processo di scambio di informazioni attraverso pratiche e istituzioni che permettono la circolazione del patrimonio culturale in generazione. Invece l'etichettamento, o la teoria dell'etichettamento ci conduce a portare la nostra attenzione non sulla relazione con gli individui, ma su coloro che si muovono attraverso certe azioni sociali. Da qui possiamo trattare di come la socializzazione e l'etichettamento influiscono sia sulla crescita sia sulle relazioni dei giovani nerd fino a caratterizzarli sotto a un tag (Gandolfi, 2014).

Come già citato, il nerd è un'etichetta ricca di ambiguità e di significati, derivanti dalla sua fluidità ed eterogeneità. Grazie all'evoluzione interpretativa della fase empirica, le origini del nerd sono sconosciute, alcuni si dibattono, come espone Seuss, sulla sua nascita durante l'inizio degli anni Cinquanta negli Stati Uniti in un libro per l'infanzia per poi espandersi nel mondo. Tale stereotipo si basa sull'idea che si era fatto durante quei anni nelle scuole statunitensi. Pertanto, i mass media giocano un ruolo importante in questo mondo grazie agli spettacoli televisivi degli anni Settanta e a un film di riferimento culturale, come "La rivincita dei nerds" (1984), portano sullo grande schermo una figura emarginata trasformandola, da un individuo intelligente e poco dotato nello sport, a un "altro" con una sensibilità superiore ai propri pari. Si può dire che la relazione tra nerd e mass media acquista un valore positivo formando un fenomeno del "burden of representation", una rivalse dello stereotipo negativo. Infatti, i primi conduttori e produttori mediatici ammisero di essere loro stessi nerd: intelligenti e creativi a scuola per poi diventare famosi grazie al loro intelletto (Benjamin, 2011). Tutto ciò può essere considerato un effetto "tokenism" (Hodkinson, 2011) per cui considerandolo sotto una prospettiva culturale si può affermare che il nerd, genio stravagante, risulta, in qualsiasi forma, un goffo talento delle superiori allo strano scienziato investigativo. Riferendoci a lui come una figura, o a un tag, diviene popolare e conquistato dal mainstream globale, ricco di zone sfocate, e il suo gruppo sociale d'origine si converge in molte articolazioni collegati ai mercati culturali, stili di vita e pratiche sociali. Il tag nerd simboleggia un portatore di uno status tangibile, comune e ambivalente, dall'essere dispregiativo diventa una professione lavorativa e alla vita quotidiana. È un richiamo a un moto di paura e di curiosità, legato alla tecnologia coltivando però l'immaginario popolare, influenzando sulla moda e sulle tendenze musicali. Tale popolarità con i suoi filoni rendono difficile stabilire i portatori puri di questa subcultura: da un trend passeggero a reclamarsi nerd per rivincita d'intelletto, con l'etichetta di asociale rinchiuso nella sua camera passando il tempo nei giochi; il nerd diviene una figura affascinante e di rilievo per ogni subcultura definendosi tale; è una persona viziata dalla sua produzione culturale da esso stesso fabbricata; diviene cool, immerso nelle sue immaginazioni, romantiche ed eroiche; infine è proprio un personaggio archetipo che nella sua "goffaggine" mostra il sociale. Un'altra caratteristica è quella legata a sperimentare innumerevoli "culture testuali", cioè processi di creazione e ricezione non particolarmente legate a un'univoca tecnologia (Cosenza, 2004). Facendo un esempio, il "game culture" non è facile da ritrovare in sé, dovuto dalla sua diffusione globale nel settore dell'intrattenimento digitale degli ultimi anni, ma si può connotare come una cultura testuale dei videogiochi, con schemi e narrazioni rapportate al consumo e condivisibili attraverso svariate

direzioni, le sottoculture testuali. Esse sono la porta per una certa articolazione culturale, aventi testi caratterizzati da un “ombra tagged” in quanto sono considerati paradigmatici. Considerando che le innovazioni tecnologiche siano un fulcro di partenza per determinate pratiche sociali e costruire la nostra memoria e la percezione della realtà, esse diventano una contrapposizione tra il “determinismo tecnologico” e “tecnologia determinata”, dove la prima è un semplice mezzo per la ricerca e l'altra solo come un portato del processo sociale. Da un punto di vista dei media, esse concretizzano la nostra vita in un “late modernity” che i paradigmi esistenti si espandono e si radicalizzano. E' l'approccio degli studi dei “social shaping of technology” (MacKenzie e Wajcman, 1999) e il diffusionismo (Rogers, 2003) che dimostrano un rapporto tra la produzione e il consumo tecnologico; trattano di una causalità aprioristica utile alla nostra ricerca sui concetti di cultura e d'identità. La cultura tagged è il frame di molte combinazioni incastrate in un patrimonio in continuo mutamento, e se lo consideriamo nel mondo nerd è semplicemente un fattore di consapevolezza e coscienza socialmente rilevanti. I membri tipici di tale cultura possiedono una padronanza di manuali tecnici e culturali interessati a un monopolio informativo specifico; è una risposta alla prevalenza di un progresso del tecnico-automatico, come Foucault (1992) nello spiegare il “sapere esperto” giddensiano, mostrando una totale incapacità cognitiva del patrimonio consuetudinario-culturale generale. L'identità nerd prosegue verso al controllo completo di ogni cosa, dimostrando che il sapere diffuso non è altro che un qualcosa di fallace e incongruente (Gandolfi, 2014).

Ora concentrandoci sui “pilastri” (Gandolfi, 2014) per avvicinarsi al nostro fulcro di ricerca riferendoci a termini di livello di rappresentazione e delle pratiche culturali connesse all'etichetta del tag.

Il primo è il gioco, gioco che è un'articolazione importante alla subcultura nerd. Senza far riferimento ai lavori dei “Game Studies”, cioè alle formulazioni che il gioco ha e inteso come “motore culturale” (Antonacci, 2012, Bertolo e Mariani, 2014 e Gandolfi, 2013), bensì un “dinamismo enciclopedico” verso un'incognita posta (Gandolfi, 2013) nel quale l'attributo enciclopedico si riferisce all'interpretazione dinamica di Eco (1975) e l'engagement rimarca l'importanza di adattarsi a ogni situazione sociale. Però non risulta una definizione utile e ci pone davanti alla domanda di come le modalità “de facto” il gioco diventa vita e fatto sociale; qui la cultura genera e viene generata dal ludico distaccandosi su categorie costitutive. Le prospettive di Goffman (1974) e di Baudrillard (1979) ci aiuta a vedere il gioco sotto una prospettiva distaccata dalla routine e dalla vita “canonica”; se i suoi confini sono facili alla caduta possiede uno stacco netto e creativo. Il gioco è un catalizzatore di schemi di risorse limitate, una meta-scherma di linee di azione. Il suo orizzonte si concentra su altre vie rinviando di sostanza che non cerca il controllo, ma un continuo mutamento: questo suo DNA ludico di libertà si potrebbe rapportarlo all'accusa di tali soggetti di “non voler mettere la testa a posto”, in parole povere di non assumere le proprie responsabilità (Gandolfi, 2014). È divenuta di critica in quanto un tempo era una realtà socialmente emarginata e oggi, è nel cuore dei consumi diffusi a tutti: leggere fumetti, giocare assiduamente davanti allo schermo o perdersi nei romanzi Sci-fi. Il ludico è una costante del nerd che nello stereotipo è un “bambino cresciuto e moderno Peter Pan” (Gandolfi, 2014). Prendendo in esame altri due

concetti di Goffman (2003) relativi all'esperienza di gioco e quotidiana: le “regole di irrilevanza” come parametri di etichettamento su cos'è superfluo nel mondo ludico e le “risorse realizzate”, cioè i ruoli ed eventi concretizzabili sul posto del gioco. Un altro pilastro è l'immaginario, qui il nerd si ritrova originariamente nell'opposizione razionale al romanticismo ottocentesco, fattori come la diffusione del sapere erudito e il consolidamento della cultura di massa sono considerati dei “driver” attendibili (Gandolfi, 2014). La sociologia dell'immaginario di Abruzzese (2001) ricopre l'immaginario come un qualcosa di radicato e attivo, in divenire totalmente o in parte. Capire insomma come le azioni dell'individuo siano regolate verso qualcosa di non realmente concreto, le cosiddette “piattaforme espressive abitabili” che ci permettono alla loro traduzione. Ci porta a considerare che le forme culturali permettano tutto ciò passando dal semplice prodotto alla resa in pratica sempre più complessa. Facendo riferimento al celebre scrittore Tolkien (2003) si accentua sull'azione di “fantasticare” come atto di fuga e produttivo, e al suo interno si nasconde un sentimento portante del nerd; le comunità di fan, nate attorno ai media influenti di ottenere e utilizzare una capacità d'immaginificazione, è una via per ricollegarsi allo stereotipo nerd (Jenkis, 2006) pur studiando un fenomeno popolare ed eterogeneo (Abercrombie e Longhurst, 1998). Passando al successivo pilastro, la tecnologia, considerata come un tassello principale per la nostra subcultura di riferimento e nel descrivere lo stereotipo: sostenere l'intelletto rispetto allo sforzo fisico contribuì alla creazione dell'immaginario comune del genio asociale. Infatti, con la ricostruzione della nascita del web di Ryan (2011) i portatori di tale evento furono quelli che intorno agli anni Quaranta in poi erano persone con circa una trentina d'anni, con comportamenti stravaganti e senza maestri d'ispirazione. Erano una generazione d'avanguardia in un nuovo mondo in pieno mutamento e stravolto da due guerre mondiali. Questa tendenza portò allo stereotipo del secchione delle “high school americane” in contrapposizione al ragazzo sportivo dell'alto appeal sociale. Ma negli ultimi anni la tecnologia in sé è divenuta una pratica di consumo di massa, utilizzata e formando nuove generazioni pronte al suo uso, nomi come Bill Gates e Steve Jobs sono ricollegabili a tale successo e popolarità e sovrastano lo stereotipo rappresentandosi come degli imprenditori e poi degli esperti. Il mondo del videoludico è stato ausiliario nel campo economico già dagli anni Ottanta e formando la struttura della “terza generazione” di hacker (Levy, 1999).

Infine, la parte legata alla comprensione della relazione esistente tra questi tre pilastri della subcultura nerd ci conduce ad ipotizzare che gli attori stessi siano dei “conquistatori” di sistemi di qualsiasi natura. Ne risulta che i soggetti stereotipati e tipici di tale mondo ricostruiscono i corpus culturali con fede, dedizione e sacralità, e ammirano gli spazi aperti ma ben strutturati. Il gioco cade come pratica in una sorta di “meta-schema” (Bateson, 2006) una linea d'azione per un semplice momento d'azione e di svago. Dunque i mercati legati ai nerd vengono delineati da un'alta produzione, accade lo stesso anche nei mercati più piccoli, come quello del boardgame, dove le offerte sono vertiginose ed eccessive alla domanda del reale assorbimento dall'audience.

Il mondo del nerd appare frastagliato e cercando di analizzarlo si è partiti dalla scelta e dalla categorizzazione dei soggetti che si proclamano nerd, o che ne

abitano nei suoi ambiti legati al tag. Si può distinguere in tre differenti categorie (Gandolfi, 2014):

- 1) Nerd creatore, macro-contenitore di produttori della cultura nerd, dalle fanzine, ovvero riviste curate dagli appassionati senza scopo di lucro, ai bricoleur che distribuiscono contesti di esperienza a terzi in luoghi pubblici e privati, e producono gli oggetti culturali; evidenziano caratteristiche egemoni alla sottocultura nerd e/o sono un palcoscenico dove dibattere sul tag in questione;
- 2) Nerd gatekeeper, divulgatore delle pratiche sociali legate al nerdismo e sceglie le esperienze e il consumo del tag. Suddivisibile in due gruppi, la prima è dei custodi, guardiani del mondo sociale, con il compito di regolazione e cadenza (gestori di un negozio, responsabili di un'organizzazione riferita a tale contesto), mentre la seconda è il nerd filtro, "gatekeeper comunicativi" e gli "opinion leader" che esercitano influenza nelle comunità interpretative;
- 3) Nerd praticante, vive e mette in opera i mercati culturali relazionati al mondo nerd, è un'azione etichettante che potrebbe portare a un consumo individuale e attivo-sociale. Gli individui partecipanti si incontrano in gruppi formati su un reticolo di entrata mediatica partendo da pratiche immaginarie, in definitiva una comunità interpretativa che si collegano attraverso un dialogo ampio.

Pur presentando delle diversità, enfatizzano una strada per l'evoluzione dovuta dai loro campi di interesse con i loro relativi oggetti culturali, cioè sono dei circuiti specifici che possono essere riconducibili agli interessi del singolo. Pertanto, fare riferimento agli "hacker, geek, hipster, otaku", e altro ancora che sono riconducibili al termine nerd con caratteristiche diverse, sono tutto sommato un tag che ha lo scopo di distanziarsi dallo stereotipo negativo del nerd.

Lukàcs (1973) propone l'idea di un'esistenza di una omologia strutturale tra le logiche dei network e la trasformazione della rinegoziazione dei ruoli nella cultura mediale; infatti, Facebook è l'empio lampante sulla valutazione del marketing moderno, dove esistono processi di coinvolgimento e di partecipazione dell'utente presumer. I grandi del web, Google, Amazon, Microsoft, etc..., hanno piattaforme private dentro il quale le loro regole vengono marcate dalle logiche del brand e della sua piattaforma, vista come luogo di profitto dei valori prodotti dalla relazione e dall'interazione mediale (Boccia Artieri, 2012): Le possibilità di utilizzare un bene di consumo da un altro è ricco di diversità, ma entrambi permettono l'assimilazione di pratiche attraverso la funzione comunicativa del consumo stesso. Infatti, tali azioni fungono da esempi di comportamento da attuare per stare in società e forniscono ai suoi individui a concretizzare la loro identità e alla costruzione delle classificazioni sociali. Partendo da semplici azioni di acquisto, come ad esempio comprando media e/o da essi, diventa una scelta nella quale i media si trasformano in veri strumenti per la comunicazione con altre persone condividendo interessi e passioni, ci porta a intravedere l'esperienza del consumare media che è alla base dell'insieme di riconfigurazioni dei contesti e delle modalità d'acquisto. Da qui i new media e il web sono un punto cardine di tali modalità di compravendita e di produzione-consumo modificando strategie di influenzamento di alcuni oggetti. È il consumo digitalizzato che impone infrastrutture, tecnologie e accessori materiali indispensabili per completare la comunicazione di contenuti immateriali. Tutte le loro caratteristiche, funzioni e possibilità che danno ai consumatori hanno un significato e sono all'interno di un

insieme di discorso basato sui programmi, news, giochi, etc...., che viene definita come “doppia articolazione” (Silverstone, 2002) proponendo una visuale sui media come produttori di significato mediante i contenuti sia con la loro tecnologia. Detto che i media facilitano il consumo, possiamo passare a prendere in considerazione le loro modalità di fruizione, legate a condotte sociali e culture specifiche da chi le utilizza e alla soggettività di ciascuno affiliato al proprio quotidiano. L'espansione dei social network e il “cloud computing”, tecnologia che permette di negoziare e vendere server per elaborare e memorizzare dati sugli hardware in qualsiasi momento, hanno travolto il ruolo dei media tradizionali e il ruolo e comportamenti dei destinatari che ne diventano circolatori di media, cioè mutano in vie di distribuzione di contenuti agli altri. Con “personalizzazione” (Pasquali 2003, Stella et al. 2018) si intende le possibilità per la persona di scegliere i propri prodotti sulla base delle sue scelte, adatti al suo profilo che vengono mendati dai sistemi digitali basati sulle informazioni pertinenti al soggetto per portarlo infine alla personalizzazione dei tempi e spazi del consumo provati nella cultura nerd sono numerosi con relazioni complesse. I piani che vanno a formare l'identità dei nostri partecipanti alla subcultura nerd sono suddivisibili in varie categorie culturali (Gandolfi, 2014):

1. Carding game, giochi basati sull'utilizzo di carte collezionabili (le figurine per ragazzi);
2. Boardgame, giochi da tavola, sono rivolti a molteplici target;
3. Videogiochi, media d'intrattenimento tecnologico, declinato in varie forme, dal passatempo da consumare nella propria area domestica, da soli o in compagnia, al “gamefication”, rendere ludico ciò che non lo è, e i “mobile e social game”;
4. Giochi di ruoli cartacei, o GDR, apparsi con lo storico D&D, capisaldi della cultura nerd, basato su regole rigide e ambientazioni di vario tipo, immerge i propri giocatori in un universo alternativo, grazie al “master-narratore”, figura che sorregge la struttura narrativa e il sistema normativo del gioco, e quindi il peso del lavoro si focalizza sull'immaginazione dei partecipanti;
5. LARP, sono i “live action roleplaying”, giochi di ruolo dal vivo, cioè sono identici a quelli elencati sopra con l'unica differenza è che si praticano attivamente la storia, si vestono e si muovono, rendono reale i personaggi del gioco;
6. Wargame, gioco con i soldatini, tipologia di giocatori di due tipologie, lo storico che si pone l'obiettivo di ricreare scontri realmente accaduti, e il non storico che basa i suoi scontri sulla sua immaginazione;
7. Fumetti, è uno dei capisaldi e rilancia sia una pratica mediale caratterizzante sia a una mitologia che presiede l'instaurarsi di un immaginario fantastico;
8. Sci-fi/fantasy/realtà alternativa, si riferisce al genere fantascientifico e dell'immaginario riscontrabili nei film, serie tv, nella letteratura e in qualsiasi altro media, e la formazione e l'intrattenimento del “mondo altro” tipico del mondo nerd.

CAPITOLO 2 –

Percezione e costruzione culturale della subcultura nerd

2.1 Essere “nerd”

In questo capitolo cercheremo di spiegare, attraverso il concetto di identità, o “tag” (Gandolfi 2014), i significati “dell'essere nerd” e della visione del sé nerd in rapporto con la visione che una persona ha di sé, e successivamente rapportandola con la subcultura, che ha di sé stessa con lo status e con l'etichetta “nerd”. Considerando il concetto di Sé di Mead (1934) che lo suddivide in due parti, l'“io e il me” e con le loro caratteristiche riguardanti allo sviluppo della socializzazione degli individui con gli altri in un ambiente sociale, il framework di ricerca è quello di comprendere la relazione esistente tra la formazione e consolidamento dell'identità legata all'identità culturale di riferimento, ossia quello del mondo nerd. Se consideriamo l'identità una dimensione volubile e negoziabile, un processo di ricerca verso una coerenza del sé narrativo attraversando raffigurazioni del proprio contesto allora la cultura viene intesa come registro specifico di schemi precostituiti e sedimentati, quindi diventa una specie di copione ricco di storie usato dagli individui in un ambiente socio-culturale di riferimento. L'identità presenta tratti di uno spazio di articolazioni utili a un ciclo produttivo perenne in base alle strutture sociali, ai ruoli e alle narrazioni soggiacenti, una norma sempre più razionale diventando una tecnologia tra “carattere” e “parola data”. L'auto riflessività di Giddens (1994) diventa un sinonimo di identità considerata come un semplice kit, una cassetta degli attrezzi e tasselli da combinare che piano piano si scopre, domina e si adegua alle sue azioni, rimanendo fedele alla linea ideata da Swidler (1986). Pertanto, il tag, entrando in questo circolo ottiene un ruolo nella storia personale, diventa una caposaldo delle narrazioni individuali o un semplice oggetto superficiale. Si può passare da una sua considerazione orgogliosa a una negativa del rifiuto e nell'accettare altri tag, basta ricordare la teoria dell'etichettamento (Becker, 1963) in relazione allo strutturalismo-funzionalismo degli anni Cinquanta sugli stigmi sociali diffusi, perché esso può aiutarci a esplorare un'ambientazione peculiare. Il nostro framework basandosi sull'ipotesi che lo stereotipo e/o la figura da nerd contorni un profilo, un complesso di paradigma, vissuta dagli individui, attivamente e passivamente dagli stessi autori per evidenziare confini della propria personalità. In parole brevi comprendere come le loro strategie e i momenti di riflessività definiscono la loro percezione dell'identità in quelle oscillazioni, considerate come pezzi di puzzle ricombinandoli ed evolvendosi linearmente. Reputare un'identità nerd come una sorte di insieme di articolazioni stabili, o secondari capace di avere una dinamica sulla sua semantica. Collegandola al concetto di ruolo diviene un percorso fondamentale nella presa dell'etichetta nella socializzazione che lo allarga a distaccarsi dall'espressione comune, dal consumo, dalla professione per caratterizzare la relazione identitaria tra soggetto ed etichetta. Con pratiche sociali di rinforzo e storie che le consolidano, tutto questo

si produce portando ad aprire un “portale” verso il tag che permette coerenza, sentimento di appartenenza. Dennett ci conduce all'ipotesi che certi individui agiscano avendo un'identità forte, mentre altri ne hanno molteplici, ricchi d'identità ausiliari che lavorano sull'esperito e lo ramificano. Quindi il tag (Gandolfi, 2014, collegandolo all'etichetta “nerd”) diviene un'identità multi-narrativa e un insieme di elementi che l'individuo stesso consolida nella propria personalità, con tecnologie specifiche. L'assemblaggio delle caratteristiche dell'etichetta nerd avviene individualmente attraverso la pratica del consumo e dell'esperienza arrivando a un'identità capace di ottenere sempre più influenza sulle future rimodulazioni; i suoi confini interni sono processi socio-culturali e risultano spesso compromessi tra i modelli del sé, contesti rilevanti e attività riflessiva sugli altri. Qui il termine tag viene presentato come “felice” perché ci riporta all'appiccicare un sostantivo e una definizione a esso, e la sua azione è di tipo personale e auto-diretto, sia da un approccio immediato sia rivolto agli altri come espressione meccanica o di tecnologia sociale. In definitiva è un interrogativo, sulla base della “forma sociale” di Simmel (1908): un insieme di elementi sociali, azioni, schemi che, superando il contenuto e le sue dinamicità, si mostra come “uno tutto”, un'area di tessuto sociale legittimata dall'insieme; la sua comprensione è basata sulla decisione sincronica (rapporto tra le altre narrazioni sociali) e diacronica (esiste una sua mutazione nel tempo).

Rappresentare la figura del nerd o la sua essenza è poco comparabile dall'essere punk sulla base di tratti socio economici. Anche se un'etichetta è oggettivamente rapportata a varie articolazioni, avente una varietà di significati intrecciati socialmente, i loro confini sono poco demarcati, difficile da vedere in quanti esse sono flussi erranti dal sistema e possibilmente inquadrabili attraverso schemi mentali evoluti. Qui il tag nerd può essere inteso come un semplice modo di trattare l'identità personale, del passato fino a quella futura. Si possono, conformano e si annullano a vicenda (Gandolfi, 2014):

- ➔ Identità individuale-sociale, io e il mio gruppo di pari, vive nella dimensione quotidiana e performativa dell'esperirsi, gli attori principali sono quelli della socializzazione primaria, le articolazioni sono costituite da schemi standard e ben strutturati;
- ➔ Identità locativa, io e lo spazio relativamente personale, ovvero il luogo dove vivo ed esisto;
- ➔ Identità immaginata, io e i miei pensieri identitari di riferimento, si rivolge al mondo da lui desiderato, consone;
- ➔ Identità generazionale, io e il mio tempo di riferimento, coetanei e tempo vissuto incorporati e mi permettano di definire un punto d'inizio da uno nel futuro.

L'etichetta nerd può essere ricondotta a un frame della riflessività personale come funzione di consolidamento e di sintesi al contesto. Gli oggetti hanno ricoperto da sempre ricoperto il volto dell'umanità (maschere dei riti funerari, elmi di battaglia, ecc.) hanno una funzione ornamentale e una strumentale; l'attore sociale che li indossa simboleggia la necessità di espandere e manifestare i suoi desideri di essere, qualcosa che nella vita quotidiana non può fare, una forma di espansione per l'uomo per uscire dagli schemi e dalle regole. Basta ricordare l'utilizzo delle maschere nelle scene teatrali greche e di come esse amplificavano l'esistenza della persona stessa. Nasce qui il problema tra l'identità percepita e l'identità attribuita,

“come gli altri mi vedano e mi etichettano” presentando variazioni nella quale la seconda non è considerata come un'identità in sé, ma è un elemento che ci ricollega allo stereotipo iniziale. Allora i marchi identitari sono vari ed eterogenei, sostenuti e collegati al consumo, alla professione e allo stile di vita quotidiana e culturale. Studiando il portato socio-culturale di un tag (Gandolfi, 2014), il circuito della cultura stessa diviene funzionale in quanto allargando gli orizzonti di studio, ovvero considerando una cultura tagged e una non-tagged, si emargina ciò che non è nerd da quegli aspetti peculiari e performativi di tale cultura. I punti di vista utili si possono spartire:

1. Regolazione, presentata come “statuto interno”, comprende le regole che caratterizzano un preciso frame di un “tagged”, oppure l'insieme di norme di un'idiocultura, o più precisamente di una cultura immaginaria, può essere fonte di visione del mondo e di fonte di conflitti con la “core culture” di riferimento;
2. Consumo è un “tagged”, partecipano molti individui con abitudini eterogenee, che si manifestano tali, legati da una comune definizione, richiamando all'identità e alle pratiche di rappresentazione per distinguersi. Il tagging riformula la propria appartenenza cioè essere coesi nelle attività e nelle narrazioni che lo definiscono;
3. Canto-produzione, è un terreno grande sulla base di un rapporto di antitesi tra autori, aziende e gatekeeper legittimi (artista e negoziante indipendente), che riconoscono una cultura pura per i nerd;
4. Rappresentazione, presa di conoscenza del proprio profilo subculturale nella cultura diffusa, dove appaiono profili e creatori tagged;
5. identità tagged, mosaico formato da compresenze, relazioni e armonie che non sfociano direttamente nel mondo nerd. Hall, basandosi sul processo continuo di articolazioni di variabili natura che si dirigono verso una coerenza del sé.

Con questo bisogna passare spingersi verso la strutturazione di una scaletta d'azione per esaminare l'individuo nerd:

- a) Analisi della rappresentazione diffusa generalmente del nerd;
- b) Comprensione delle articolazioni sulla base dello stereotipo;
- c) Esplorazione delle pratiche culturali di riferimento;
- d) Ruolo dell'industria culturale e dei media in comparazioni agli spazi di alimentazione-opposizione-compromesso della subcultura nerd;
- e) Descrivere il profilo degli individui nerd, che siano produttori che consumatori;
- f) Analisi sulla identità personale e storica: storie fondanti, di perpetuazione e di frattura.

Pertanto, evidenziando il carattere del sé nerd si può annotare che le pratiche culturali siano per chi fa il nerd. Pertanto proponendo che l'intero mondo subculturale nerd sia composto da vari livelli e che al centro di esso ci sia un individuo, di un genere o l'altro, che si concepisce come “una persona nerd”, e via via verso l'esterno si indichi l'attaccamento a tale termine, tutto parte dall'immedesimazione, cioè calarsi nella parte completamente e diventando quasi un orgoglio subculturale; poi l'insediamento, qui l'identificazione è naturale, ascritta e indicativa, il tag diventa una parte di noi (da qui l'accettazione di tutto ciò che ci dirige verso l'esterno di questo sistema); infine l'opposizione dove il tag

viene mal visto e l'indifferenza lo ritiene superfluo. In questi casi il nerd diviene uno strumento di riferimento per dimostrare ciò che è sbagliato, ma tale affermazione può variare da sotto-gruppo. Quello che ci interessa è comprendere come l'importanza stessa dell'etichetta nerd sia quella di descrivere altri processi e dinamiche nella formazione dell'identità, e qui ci porta ad ottenere varie posizioni del tag (Gandolfi, 2014):

1. Tag tecnologico, rivestito di una natura attitudinale e processuale;
2. Tag di sintesi, distingue precisi ambiti e profili;
3. Tag strumentale, ha lo scopo strategico e finalità identitarie;
4. Tag comunicativo, per farsi comprendere dal quotidiano, dai pari e dagli inesperti.

Un modo di vedere come il “tag” possa formare delle identità, è come gli individui si “attaccano a questo tag” (un'etichetta per individui, testi, tendenze, e altro ancora; o addirittura a formare una sintesi delle tipologie culturali o dei consumi peculiari) _ (Gandolfi, 2014). Infine, il tag può essere compreso dentro l'identità di una persona diventando una sua articolazione capace di dialogare con gli altri aspetti identitari. Se scrivere attraverso i nuovi media, i loro commenti o le reaction ai post, la condivisione e il pubblicare sono la possibilità di gestire i propri profili o della narrazione di sé online, allora si dà forma all'idea di noi stessi agli altri, mostrando alcuni elementi dell'identità personale ricchi di potenzialità e di criticità attraverso un continuum dialogo privato-pubblico, vicino-lontano e online-offline (Boccia Artieri et al 2017).

Provando a scoprire come si formi il rapporto tra giovane e “Sé nerd”, partiamo prendendo in esame cosa sia per lui quel mondo subculturale che lo affascina e lo influenza allo stesso tempo. Iniziamo a comprendere che tale subcultura abbia come cardine di riferimento quegli interessi legati ai mondi alternativi e immaginari. È l'indiscussa ossessione per qualcosa che porta un individuo a distaccarsi dalla realtà attraverso differenti approcci d'interesse conducendolo a un vero e proprio feticismo delle merce culturali: è l'instancabile lavoro quotidiano nel proprio mondo domestico e pubblico dove appassionati edificano “cattedrali” di informazioni, nozioni, riproduzioni e analisi del “nerdom” subculturale. Dato che il frame è di comprendere il significato di “essere nerd” da una prospettiva socio-culturale, si andrà ad analizzare i loro mondi immaginari inseguito. Il fattore che permette il “proliferarsi” della subcultura nerd è quello di mantenere viva una luce sull'irrealtà alternativa creata e desiderata, e con il risultato di proporre la figura nerd come un'ipertrofia della classica lettura cronica. Quello che il lettore nerd incontra nelle storie sono il piacere di esse e del nutrimento che ne deriva e vanno ad arricchire la sua immaginazione. Ritornando al primo significato collegato alla parola nerd, ovvero quello di “sfigato”, con lo scopo di offendere un emarginato dal contesto sociale, l'aggettivo “sfigato” viene utilizzato per compararlo a individui singolarmente e poi definendolo come un valore culturale: abbigliamento sbagliato, comportamenti e atteggiamenti da impacciato e sbranato, poco carismatico e poco attraente, non sportivo, e avere passioni che ricordano un mondo infantile. La presentazione antropologica dello sfigato è quella di rappresentare quelle pratiche quotidiane considerate infantili ed emarginali: quello che faceva, pensava e viveva mentre falliva la “main quest” della vita. Allora il termine nerd acquista più aggettivi da esporre: dal semplice gusto a un insieme di passioni, interessi, prodotti culturali nerd, l'esistenza di “cose da nerd”, o le

“nerdate” che indicano l'allontanamento da un certo vissuto del termine, cioè la sua identità passata. È facile da ritrovare tali effetti, basta pensare ai film che escono al cinema, alla letteratura e alle serie tv che vengono influenzate e coordinate dall'immaginario che un tempo era considerato un mondo legato “ai paesi dei balocchi”. Considerare una persona nerd come sfigato e isolato è sbagliato in quanto fa parte di un gruppo comunitario, un gruppo di amici, “compagni di sfiga”, che la pensano uguale e si riscontrano negli stessi stili di vita, si danno man forte e condividono una “superiorità” intellettuale (Gandolfi, 2014). Appadurai (1996) attribuisce l'aggettivo culturale in posizione delle differenze costitutive identitarie, individuali e di gruppo. Quello che ci importa principalmente è considerare un qualsiasi oggetto cultura affine alla nostra subcultura in questione. Partendo dal presupposto che un oggetto culturale è un significato condiviso incorporato in una forma Griswold (1986): il senso attribuito fa riferimento alla possibilità dell'oggetto di essere e di specificare qualcos'altro.

Un tipico oggetto culturale di riferimento della subcultura nerd è il fumetto, che negli ultimi anni, come riporta alcuni dati sulle passioni d'intrattenimento mediale e letterario, i giovani si sono innamorati dagli eroi fumettistici provenienti dall'Oriente, non gli eroi classici dei fumetti americani o quelli dei viaggi fantastici, ma quelli del mondo degli “shonen” di arti marziali, occupando quella porzione di pubblico che si interessava agli eroi dei fumetti e sono definibili attraverso un diverso aspetto e caratteristiche strutturali. I manga, i fumetti nipponici, sono strutturati come un'unica storia che arriva alla sua conclusione, editorialmente o dopo qualche mese o anni, diversamente dai fumetti, ma la cosa da investigare è quello di trovare il significato di eroe proposto dagli “shonen”, ovvero presentare la maschera identificata dal nostro lettore nerd. La generazione nerd per Gandolfi (2014) aveva poche relazioni con le icone provenienti dall'estremo Oriente o dall'America: allontanate dai principi della cultura nerd, tali espressioni e immagini sbarcarono in Italia come opere fantasiose, trasmissioni televisive senza una trama e materiali critici, allora si passò alla speculazione collettiva operando sulla passione di smontare e rimontare gli universi funzionali ritenuti del mondo nerd. Le conseguenze furono quelle di ottenere un enorme bagaglio culturale permettendo la speculazione collettiva tra i gruppi di pari, in scala globale, e di trasformare le fonti principali in materiali reperibili e oggetti transmultimediali. E' la caratteristica tipica dei nerd quella di smontare e ricostruire gli universi funzionali, prendendoli sul serio (Gandolfi, 2014): ha lo scopo di sistematizzazione narratologica della pop culture aiutato dalla grandezza di possibilità fornite dalla rete e dalla perseveranza dei nerd; la crescita del fandom ha permesso all'industria culturale mainstream di avanzare come protagonista. Ora la figura del nerd e le sue articolazioni non sono solo una questione per pochi, ma addirittura la fruizione narrativa dei fumetti è aperta al grande pubblico: infatti la serialità televisiva è la nuova forma narrativa contemporanea.

In partenza esisteva un'impostazione nerd della persona, di consumi, pratiche o qualcos'altro di etichettabile in quanto nerd, che ti permetterebbero di vedere le cose sotto una prospettiva in un certo modo (Gandolfi, 2014). Quindi ci porta a notare che un individuo se non vede in un modo un oggetto o qualcos'altro, allora trasforma quel qualcosa in “nerd”, e ci aiuta a concretizzarlo nei modi più possibili sotto la definizione di tag (Gandolfi, 2014). E' proprio la “teoria del

riflesso” che rappresenta la visione della cultura come “specchio della vita sociale” e i significati di uno e di molti oggetti culturali si trova nelle strutture sociali e modelli che essa stessa riflette (Grisworld, 2006). Se prendiamo in esame la percezione di un soggetto nell'essere inglobato nel concetto di nerd, se ciò sia dovuta alla risposta a una condizione sociale non favorevole, la parte importante riguarda di essere in grado di comprendere come lo status ascritto sia genuino o che sia un prodotto scaturito dalle inettitudini sociali. Se per alcuni soggetti tutto ciò può essere descritto come un qualcosa di inevitabile e che grazie all'immaginazione si possa fuggire creando una realtà congeniale, per altri viene vista come un'idea di libertà e di emancipazione personale (Gandolfi, 2014). È qui che la figura del nerd si trasforma in uno status in grado di ingrandire ciò che è reale, anche da elementi non riguardanti la subcultura nerd: gioca un ruolo decisivo il divertimento. Tornando all'infanzia, è qui che il nerd che si aggrappa a questo mondo del passato, fiero e con nessun compromesso. Un tipo di contaminazione che può uscire è quello della produzione industriale creative rivolta ai nerd, trasformandoli in semplici individui che ricoprono il ruolo di consumatori. Facendo una deviazione sul profilo sociologico dei termini e delle relative teorie, lo sguardo si dirige su punti di riferimento rilevanti alla ricerca, quali la definizione di ruolo, l'insieme di aspettative che si accompagnano a una posizione sociale, l'analisi condotta da Durkheim (1912) sugli oggetti culturali definiti come rappresentazioni collettive basata sull'esperienza sociale.

Da qui parte una piccola parentesi sulle tipiche attività della subcultura nerd, che si distingue dalle altre categorie sociali, presentando all'interno di esse un'influenza sulla personalità dell'individuo manifestando la sua vocazione e natura individuale. Si inizia con (Woo, 2012): il nerd lo sa prima, quando si tratta di una novità il nerd ne è già in conoscenza, qualsiasi cosa essa sia (serie tv, etc...); lo streaming è fondamentale, semplicemente una persona che si sottolinea nerd ama passare il tempo a “divorare” una qualsiasi serie tv, etc....; possiede almeno un dispositivo per lo streaming, che sia pc, tablet o il suo smartphone che gli permette in qualsiasi luogo e momenti di guardare una produzione mediatica; ha da sempre un account Netflix, o semplicemente un account da cui attingere una qualsiasi serie nei momenti di relax; ha sempre una stagione preferita, ovvero una serie tv che l'ha segnato, influenzando la crescita e il suo immaginario, oppure una semplice stagione; conosceva i classici prima che lo fossero, cioè diventassero mainstream; fa le maratone da solo o in compagnia; conosce a memoria il copione data la sua sconfinata passione; le action figure non sono pupazzetti perché il nerd ha un forte “amore” per la passione per il collezionismo dei gadget; quando ami qualcosa il tempo lo trovi perché egli lo trova spesso la possibilità di organizzarsi a guardare e a “nerdare”, e potrebbe addirittura aggiungere ore in più a quelle di una semplice giornata; ha una passione sfrenata per le cose che gli interessano, infatti è la sua indole che gli permette di approfondire ciò che gli piace e con questo mostra di avere una grande pazienza; ha dei compagni di avventura, d'altronde i nerd erano all'inizio una nicchia e non solitari, e con i loro pari condividono le loro passioni, che siano di guardare insieme serie tv, compagni di gioco; ne sa a pacchi poiché il nerd possiede una cultura sterminata e sui temi “cult”; giocare è una cosa seria, il nerd per natura è un giocatore, non è solo un appassionato dei media televisivi, ma anche di quelli ludici e video-ludici.

Con questo elenco di alcune attività da nerd, che lo definiscono come un soggetto molto particolare, ritornando alla teoria culturale di Durkheim (1912) che mostrando i meccanismi sociali risalta i creatori culturali e la loro produzione. Infatti, un gruppo di amici, o di una comunità che si autodefinisce nerd, in questo caso, attraverso le loro pratiche sociali, essi sprigionano rappresentazioni collettive con l'effetto di consolidare la loro solidarietà collettiva a loro stessi e agli altri, facendo riferimento all'influenza scaturita dagli oggetti culturali su di loro e sulla loro formazione identitaria. Questo ci conduce all'approccio della produzione collettiva dei significati culturali che segnano la creazione della cultura evidenziando le tantissime attività sociali che interessano alla formazione degli "oggetti culturali". Ci sono particolari caratteristiche che distinguono il nostro soggetto d'analisi dalla massa: la loro dedizione allo studio è una di esse, la loro incontrollata curiosità di aumentare le loro conoscenze in qualsiasi campo. Capita che sono vittime di esclusione dai loro pari e di bullismo, infatti essi preferiscono di più praticare giochi da tavolo, videogiochi, etc...oltre a letture di libri, fumetti rispetto alle attività sportive, dato il loro immenso vocabolario e campi di conoscenze, possono ambire a professioni di rilievo, e a volte a ottenere un riconoscimento nei loro campi (Gandolfi, 2014). Lo stereotipo nerd è nato dalla cultura americana a metà del XX secolo, diffuso nel settore dell'intrattenimento e la sua immagine "iper caricaturata" del nerd è quella di un giovane occhialuto. Prendendo spunto dal significato attribuito alla rappresentazione simbolica della personalità del nerd e dell'evento, si può affermare che la creazione culturale sia avvenuta grazie a tre elementi che ne hanno avviato il processo (Gandolfi, 2014):

- Determinati momenti sono maggiormente più favorevoli ad altri per la produzione di innovazione (creatività culturale);
- Innovazione e convezioni sono legate reciprocamente (nuovo non significa del tutto innovazione);
- alcune innovazioni riescono a istituzionalizzarsi (non esiste la certezza della consolidazione e del mantenimento di un prodotto culturale a lungo termine).

Or dunque, conoscere i significati attribuiti ai sé (Mead descrisse del ruolo della personalità, definendo i suoi caratteri dell'individualità e delle sue relazioni, 1934) e alle identità (divisione tra l'identità personale e l'identità sociale, 1934), possiamo analizzare come sia possibile lo sviluppo e la crescita di una persona che ricade sotto il tag nerd. Prendendo in esame un individuo che nasce a cavallo dallo stereotipo di partenza fino al suo posizionamento sociale moderno, si nota un completo sconvolgimento del significato del termine nerd e di come sia evoluto, la trasformazione di un gruppo di persone, una nicchia, a un punto della sua estrema, ovvero "cool". Descrivendolo partiamo da una divisione di carattere territoriale: esiste una differenza tra i nerd statunitensi, giapponesi ed europei, aventi entrambi un percorso originario, dalla percezione che si hanno su di essi; prima percepito come "sfigato" e diverso dall'idealtipo della cultura di massa, arriva a ricoprire ruoli molti professionali e d'intrattenimento (Gandolfi, 2014). Dagli interazionisti simbolici, precedenti a Goffmann, trattano di soggettività come un fenomeno sociale formatosi in una relazione nell'ambiente sociale di riferimento. Herbert Mead (1934) tratta del sé relazionandolo con gli altri; infatti, agire socialmente è un quesito di comunicazione e il sé che si viene a produrre, a

manifestare, è di tipo di un'autocoscienza di legami con gli altri e dei loro commenti. Infatti, trasportando il soggetto dal mondo reale ai social network, diventa l'attore sociale che comunica e interagisce. Prendendo spunto la teoria dell'identità dagli interazionisti possiamo notare che essa stessa sia formata dai risultati dell'interazione con gli altri, che un soggetto ha, evidenziando proprio i caratteri delle azioni e dei feedback. I legami instaurati tra gli attori sono mutevoli nel tempo e tale evento spiega la funzione degli effetti strutturali e le caratteristiche degli attori stessi: i primi sono meccanismi interni dei social network (le regole non scritte), le seconde sono forze esterne dipendenti dalle fisionomie e peculiarità degli individui partecipanti. Considerando che una rete sociale sia in continuo mutamento, allora i suoi membri possiedono prospettive diverse sulla struttura e sul network. Le due interazioni relazionali, nei social media, avvengono attraverso la posizione sociale che ricopriamo in quel momento mostra le nostre diverse sfaccettature del sé. Il concetto di sé (Mead, 1934) ci porta a intravedere l'insieme dell'immagini ipotetiche che noi stessi abbiamo costituito, o che si desiderano concretizzare o evitare in base a ciò che vogliamo mostrare agli altri: un esempio è come noi usiamo in modo differente i vari social network per mostrare un'immagine diversa per certi argomenti. Le interazioni sui social, nella contemporaneità, sovrastano quelle faccia a faccia in quanto le persone le utilizzano per consolidare le relazioni sociali esistenti e per crearne delle nuove e quindi si può affermare che la funzione dei social network per le persone è di integrazione.

La ricerca dei consensi altrui definisce il nostro profilo sui social e ci permette di definire sé stessi e rafforzare la propria autostima come rapporto, cioè la distanza tra sé percepito e sé ideale. Con il pensiero interazionista simbolico di Mead (1934), il soggetto viene visto come un riflesso della sua immagine negli altri, in quanto esibiscono un self perché sono obbligati dalla società a possederlo. I ruoli sociali, le rappresentazioni, i luoghi culturali sono importanti per inviare l'idea di un controllo e di gestione totale, l'identità, che, secondo Goffmann (1974), il sé sia un risultato, non solo di un processo interiore, ma è una risposta alla scena dell'azione sociale. Infine, potremmo considerare che i media ricoprano un ruolo di marcatori di identità (Roberti, 2017) nel senso che riescono ad offrire un senso di appartenenza, modelli interpretativi e cornici condivise di significato (Colombo et al. 2012), e per le generazioni "always on" (Linvigstone 2010). E' grazie proprio alla condivisione che ci permette di analizzare in profondità nelle sue profondità: condividere fotografie e storie sui social network è un fattore e un evento importante per la crescita personale, cioè vissuti ricchi di esperienze e sentimenti, e sociale degli individui fornito dai meccanismi di rielaborazione materiali simbolici virtuali. Considerando il mondo videoludico, le strategie da utilizzare e le scelte del e nel gioco favoriscono la costruzione delle relazioni sociali; fornire aiuto agli altri giocatori, chattare e creare dei gruppi forti e coesi nel lungo tempo, ma soprattutto farne parte (Yee 2000, Comunello, Mulargia 2016). In molti considerano lo stereotipo del videogiatore come un tema nel quale si imbatte in una persona incapace alla socialità, ma data dalla disponibilità dei ragazzi di costruire, in questi spazi online affiancati a quelli offline, un insieme di interazioni che strutturano la quotidianità dei giovani.

2.2 Gruppo culturale e comunità sociale di significato

La cultura dei nerd è divenuta materia di discussione crescente negli ultimi anni, soprattutto sulle sue professioni tecniche e sulla crescente spessore dei suoi mondi, ossia i videogiochi, fantascienza e fantasy. Allora la cultura nerd può essere paragonata alla cultura di Geertz (1973) è un costrutto sociale e definisce sistemi di conoscenza condivisi da un gruppo di persone che sviluppano una serie di comportamenti condivisi, simili all'esperienze acquisite; i sistemi di cultura possono essere concepiti come prodotti delle azioni e condizionamenti che interagiscono nei comportamenti. Si può enfatizzare che il soggetto nerd, il suo gruppo sociale e la sua cultura, distinguendola da quella della pura passione da quella tecnologica, siano legati alla vita di tutti noi grazie all'avvento dei social media. Pertanto, dobbiamo analizzare l'influenza dei social network ai giovani, delineandoli, non come singolo individui, ma come un gruppo, una comunità in sviluppo e ricca di abilità e conoscenze culturali. Negli studi scientifici esistono correlazione tra l'uso dei social media e conseguenze positive alla salute; tali ricerche favoriscono l'entrata in scena della rete e dei media nel gruppo sociale e familiare favorendo la crescita della percezione di supporto sociale, di condivisione sociale o altre semplici pratiche comunicative (Davidson, 1983). Se considerando quanto abbiamo trattato, salta all'occhio la discussione del rapporto tra giovani e media, in particolare quella fornita dalle nuove e potentissime abilità della televisione, del computer e dei videogiochi, e delle enormi capacità d'influenza. Una pratica sociale e culturale, tipica dei nerd è quella di “perdere tempo” davanti a questi media, allora si raggiunge l'affermazione che i new media siano riusciti a entrare nelle case di tutti e di sdoganare la subcultura nicchia dei nerd alle masse (Gandolfi, 2014). Allora la tematica dei videogiochi, come passatempo o di riunione tra pari, è superata dalla creazione di dipendenza nei confronti di tali strumenti, soprattutto tra i ragazzi. I videogiochi sono strumenti ludici e addirittura, pedagogici e, possono formare capacità cognitive, reattive e di logica purché il gioco stesso permetta tale sviluppo e che non si abusi troppo di esso: è l'overdose di videogames che causa delle patologie e forme di dipendenza. Molte ricerche mostrano che i giochi violenti (giochi sparattutto o che si simulano azioni collegate) sono dannosi alla formazione dei giovani, creando aggressività e comportamenti intolleranti: dovuto ad un abuso che si trasforma in dipendenza, rendendo i giocatori insensibili alla realtà e incapaci di notare la differenza tra ciò che è reale e il gioco stesso, conducibile a un alienazione del mondo o in un isolamento della persona, o invece a una trasposizione del gioco nella realtà. La produzione dei videogiochi deve essere curata da coloro che ne conoscono le basi, le sue dinamiche, le preferenze dei giocatori e le loro psicologie: il videogioco diventa sia un passatempo sia un vero linguaggio, un metodo cognitivo che arriva ad assumere la forma di “allenamento” per adulti. A tale riguardo esistono tre teorie psicologiche sugli effetti del videogame, ovviamente se viene usato in modo appropriato dai giovani che si manifestano come i “nativi digitali”. La prima, la “General arousal theory”, nella quale i ragazzi hanno un forte legame verso argomenti di loro gradimento. La “Social learning theory” vede il videogioco come forma di attività sociale diretta all'apprendimento. Invece, la “Catarsis theory” tratta di ragazzi che agiscono, dipendentemente alla situazione e agli stimoli del videogioco, si verifica un processo di purificazione, ovviamente si

verifica se si utilizza tale oggetto in un normale limite di ore e di una sana fruizione.

Uno dei difetti che salta all'occhio è l'uso eccessivo di essi che scaturlisce processi contrari ai suoi pregi: mancanza di socializzazione, smettere di conoscere e crescere per arriva a vere e proprie dipendenze. Pertanto, la cultura nerd/geek, considerata anche come sottocultura, viene descritta in termini di esperienze di uomini e ragazzi impopolari a causa dei loro interessi “strani” o per mancanza di abilità sociali. Questo accade sia ai maschi sia per le ragazze. Un principale elemento costitutivo del termine nerd è collegato ai “nerd poser” coloro che fingono di essere tali solo per moda e conformismo, che sta diventando sempre più dirompente. Prendendo in esame il nerd di Gandolfi (2014) che sottolinea il “lato nerd” di un individuo che possa essere veritiero viene fornito sulla base che un nerd ama scrivere e raccontare di sé stesso e del suo mondo fantastico. Sempre Gandolfi (2014) che esplora una cultura che è in continui cambiamenti di se stessa e delle vite delle persone. L'autore approfondisce tutto questo attraverso interviste ad autori, a lavoratori del campo in questione, giornalisti e gente comune, che sono unite da questa cultura e ai suoi campi e oggetti culturali (giochi da tavolo, wargame, giochi di ruolo, letteratura, tecnologia e informatica, etc..). Descrive un quadro generale dell'attuale situazione, dinamica e articolata, dell'essere “nerd” in Italia. La sfida che Gandolfi propone è capire come da una situazione di stereotipo di “goffo occhialuto” si è arrivati a un'intellettuale di alto rango, o come direbbe Bourdieu (2015, ed elaborata da Santoro) con un capitale culturale elevato, e di una celebrità di fama mondiale. Allora parafrasando il lavoro di Hall (2008) sul concetto di “cambiamento culturale” definito come un eufemismo che evidenzia il processo di trasformazione di alcune forme e pratiche culturali da una posizione periferica della società, marginalizzata a una posizione di rilievo nella cultura popolare.

Allora considerando che i gruppi sociali siano un insieme di individui che si relazionano tra di loro e hanno consapevolezza del loro status di gruppo, si intravede questo concetto per la descrizione del “vero nerd”, colui che si identifica nella sua giovane età, cioè farlo proprio, comparandolo e renderlo uno stile di vita (Gandolfi, 2014): può essere considerato come percorso di evoluzione personale e concettuale; vedendo la propria crescita di vita insieme a narrazione e a personaggi fantastici che rimangano nei tuoi ricordi e come esempi emotivi e d'ispirazione. Si può annotare che le persone nerd aderiscono alla conformazione delle loro idee e dei loro interessi attraverso il potere di alcuni soggetti e/o istituzioni che pervadono il mondo culturale e sociale.

Potremmo spiegare tale evoluzione dei gruppi di nicchie se li considerassimo come un'identità collettiva che diventi una subcultura d'eccellenza. Un importante lavoro su questo tema ci viene fornito dallo studioso italiano Alberto Melucci (1989) affermando che tale identità collettiva sia una predisposizione di stato, che ha la possibilità di mutare, dove emergono ogni tipo di problemi sociali, e che con la sua attivazione, si produce un pensiero comune che decifrerà e riconoscerà le condizioni sociali problematiche. Se presentiamo che il “nerdismo” (Gandolfi, 2014) sia un modo per approcciarsi alla cultura dell'intrattenimento, e che le persone considerando l'idea che il tempo sia dilatato, possiamo confermare che per il nerd non è così. Anzi, il tempo è visto come un qualcosa di relativamente

breve, non è abbastanza: le cose da leggere, fare, giocare, vedere e altre ancora, c'è una vasta scelta di pratiche da scegliere.

Da qui possiamo considerare l'influenza che hanno avuto i fan (Jenkins, 2008) per tale evoluzione. Se la percezione che si ha sui consumatori di essere una parte importante dei meccanismi comunicativi, "l'audience diffusa" (Gandolfi, 2014), allora i fruitori dei media sono critici dei contenuti e strateghi dell'industria mediale. Quindi nel mondo del fandom la loro produttività si intensifica attorno alle generazioni piene di significato e di piaceri. I fan sono definiti come consumatori aventi una passione intensa alcune forme di intrattenimento mediale e fortificano una relazione con un dato prodotto o oggetto (Jenkins, 2008). All'inizio della loro era il fenomeno del fandom era mal visto e considerato come una patologia: individui da compatire e passivi dall'influenza dei prodotti di consumo, mancanza di giudizi critici, manipolabili e suscettibili in certi momenti di ossessione. Tra il trentennio degli anni Cinquanta e Ottanta, gli vennero conferito lo stigma sociale, e successivamente, grazie all'intervento degli "Ac-fan" (Gandolfi, 2014), accademici che hanno vissuto in prima persona l'esperienza del consumo passionale, presentarono le loro motivazioni e le dinamiche dei gruppi create attorno a un prodotto culturale mediale. Nella società post-moderna essi non sono più figure devianti, bensì consumatori di prima categoria, forti nel possedere un'elevatissima capacità di giudizio nei confronti dei contenuti mediali, vivi nelle interazioni tra fan e interlocutori dei propri pubblici sulle scelte da optare per le tendenze di consumi e atteggiamenti. Lewis gli definisce "audience adorente" (1992), cioè racchiudono in sé le scelte del consumatore, riferibile ai comportamenti dell'"audience diffusa", collocabile in un continuum partendo dalla fruizione di un prodotto fino alla produzione dei contenuti che mutano in oggetti di consumo (Fanchi, 2014). Pertanto, le "fan culture" e il fandom sono da definire "culture partecipative (Jenkins, 2008) in quanto mostrano la condivisione, da parte dei suoi membri, di una passione (genere, contenuto, artista, fumetto) e anche la parte della rielaborazione e reinterpretazione dei testi mediali e la creazione di opere derivate, nel quale i fan strutturano legami intertestuali fra diversi generi di prodotti culturali e interpretano, a loro piacimento, alcuni testi originali. Partendo da piccoli gruppi di fan, si possono sviluppare vere e proprie comunità di appassionati e attivi nell'organizzazioni di aggregazione sociale (club o convention) dove possono scambiare interessi, oggetti materiali e digitali, informazioni, organizzano gare specifiche ad alcune pratiche (costuming, travestirsi come i personaggi mediali), hanno fanzine (riviste dove trattano recensioni e testi secondari legate alle serie, come il "fanvid", elaborazioni artistiche, le "fanart"), veri romanzi o fumetti come le fan fiction (prodotti materializzati dai fan da una rielaborazione della storia e dei documenti audiovisivi)(Gandolfi, 2014).

Nell'insieme della "spettatorialità performativa" di Hills (2002), tra cui il fansubbing, c'è la pratica di tradurre in brevissimo tempo contenuti mediali (episodi di film, anime giapponesi e serie tv appena mandati in onda) per condividerli in rete, e sono attuati dai fanbase (gruppi di fan); tale attività viene incentivata dai media per consolidare i rapporti tra i prodotti mediali e il pubblico e per incrementare i profitti attraverso la mercializzazione dei prodotti a esso legati (McQuali, 2007).

Varie opere letterarie e saggi contemporanei espongono l'evoluzione della figura del nerd, di chi ricopre lo status da nerd non è più quella dello “sfigato irrecuperabile”, un “maniacco” della sua stessa cultura (non è più un semplice appassionato di fumetti o videogiochi) ma una figura rispettabile, ricco di conoscenze provenienti da molte sfere del sapere, e con le sue mille fantasie di contorno private, o per azzardare “rivoluzionarie”. L'obiettivo della ricerca è proprio quello di scavare nella linea sottile della vita quotidiana dei nerd evidenziando un mondo pieno di simboli, azioni, passioni, regole e convenzioni, un vero è proprio confine simbolico, mostrando come un individuo si costruisca, si socializza nel mondo con egli stesso e con gli altri e quali sono le variabili possibili che si rapportano. Si potrebbe dire un insieme di sottoculture che cercano di descriverlo e rappresentando lo status come qualcosa di cambiamento, di rivoluzione (Gandolfi, 2014): gruppi di individui che vivono in prima persona le loro passioni senza paura verso la critica e alla derisione, e infine alienati dal loro stesso mondo. Se considerassimo la subcultura nerd come un fenomeno dovuto a migliaia di fattori che lo hanno costruito (Fine, 2009), si potrebbe definirla tale attraverso la rappresentazione simbolica dell'evento, cioè guardando da un punto di vista storico-sociale. Essa è funzionale per la strutturazione della solidarietà del gruppo, per legittimare norme e costruire i membri interni. Allora il fandom, nato prima degli anni '80, è proprio in questi anni che si consolida la sua immagine sociale di nerd che tutti conoscono, ed è in questi stessi anni che si verificano le invenzioni tecnologiche, soprattutto quelle ludiche e cinematografiche considerati pilastri portanti della cultura. Pertanto, possiamo considerare la comunità nerd come pionieri che vedevano il futuro dove gli altri lo criticavano (Gandolfi, 2014). In definitiva bisogna considerare cosa comportano i prodotti culturali del nerd alle persone, ed è qui che le serie tv possiedono una funzione importante. Infatti, esse sono cambiate da quelle di una volta, cioè essere un passatempo saltuario saltando di episodio in episodio autoconclusivo, che erano distribuiti con i tempi della nostra vita. Ma il ricordo del passato è legato, in molti individui che si definiscono nerd, ai prodotti culturali nerd in quanto sono opere trasmesse durante l'infanzia e l'adolescenza, e porta a intravedere l'immaginario nerd come bersaglio di un'infanzia vista come antonomasia, che si richiama a qualcosa di eterno che unisce varie generazioni, ricordando un passato vissuto e/o immaginato. Un aspetto negativo sui propri oggetti culturali e quella dei propri idoli che la comunità nerd ha è dato da una brutta considerazione sulla mercificazione e commercializzazione: da una parte abbiamo l'eccitazione per il successo ottenuto dalle passioni in oggetti artistici; d'altro canto, abbiamo la considerazione che le masse continuano a sfruttare e deridere tale mondo. Risulta che alcuni nerd non gradiscono che tante persone amano un loro interesse improvvisamente, dopo lunghi anni di pregiudizi nei loro confronti (Gandolfi, 2014). Quindi i nerd si comportano attraverso gli atteggiamenti tipici di una subcultura e la propaganda di emancipazione e di passione non è comparabile al sentimento di “snobismo”. Infatti le sottoculture sono situate ai confini della cultura dominante, dato che il loro stile di vita, l'amore esasperante per mondi immaginari, è mal visto dalle persone, o addirittura deriso (è una relazione che la persona nerd convive) e che oggi sono fruibili, esaltati da quelle persone che ne hanno determinato la loro condizione. Dato il successo ottenuto, per vari motivi, si è verificato un fenomeno che ne ha modificato qualsiasi componente costituendo, nella società moderna, un

cambiamento di prospettive e di sensazione verso quelle passioni. Le esperienze passate dell'infanzia dei nostri soggetti indagati ci forniscono dati importanti per decifrare tale sviluppo: giocare a Magic, con gli amici alla PlayStation o al Nintendo 64, nel week-end, o no, gli rendevano classificabili a un "nerd sfigato", un individuo che praticava attività da recluso invece di fare dello sport (Gandolfi, 2014). Ma ormai tutto ciò sta per essere superato da quella comunità, cultura e società che ricerca ogni tipo di presentazione fantascientifico e fantastico, etc. che si basa sulle radici di una cultura di nicchia. La questione sullo sdoganamento dei nerd è dovuta alla popolarizzazione dell'informatica/tecnologia e Internet. Arrivavano sempre dei nuovi strumenti tecnologici nelle mani delle persone (cellulare, computer casalingo, accesso al web, smartphone, tablet) che furono creati proprio da quella nicchia di persone "nerd" (Meyrowitz, 1985). Il risultato di questo sdoganamento è rintracciabile negli enormi influssi di persone che vanno alle fiere, la possibilità cresciuta di conoscere nuove persone attraverso Internet, condividendo le stesse passioni, e nuovi modi per esprimersi forniti dalla società nerd. In molti partecipanti al mondo subculturale nerd percepiscono l'idea di far sdoganare i propri confini sia una scelta sbagliata in quanto l'idea comune di nerd è, non quella di un consumista di per sé, ma che il collezionismo sia una parte importante di esso, piuttosto che fingere di esserlo, e in ogni caso il fattore economico gioca un ruolo importante nel tracciare il confine nerd.

CAPITOLO 3 - “Nerdom” nel mondo sociale e quotidiano

3.1 Sviluppo sociale e subculturale dell'individuo nerd

Iniziando da un excursus della storia della subcultura nerd, attraverso le sue vicende individuali e storiche, che portava con sé un linguaggio del tutto nuovo, “immaginario” per finire in una cultura mainstream. Il discorso inizia dal significato di stereotipo, in parole brevi una caratteristica semplificata e persistente collegata a una persona, a un luogo, a un oggetto o a un gruppo, viene radicata attraverso l'educazione e/o la familiarizzazione. Invece ci sono delle volte in cui esso è una caricatura di alcune caratteristiche positive o negative depositate dai membri di un gruppo che vengono esagerate fino a diventare ridicole. Il primo ricercatore che studiò tale fenomeno fu Walter Lippmann, nel 1920, sui suoi studi del pregiudizio e si riferì a chi li ricade questa descrizione fissa, specialmente agli attori sociali indagati, portandoci alla mente persone che amano attività e passioni rivolte all'informatica, scienza e matematica, e infine ai videogame. Proponendo come inizio alla subcultura nerd (da giornali e letteratura inglese), dovremmo cominciare a studiare i fatti che si sono verificati durante gli anni Ottanta. E' proprio in questo momento che migliaia di ragazzini/e considerano se stessi come “nerd”, partendo da un forte legame di “innamoramento” per l'informatica, e poi tutte le altre passioni che riguardano il “nerdom” (considerato uguale al “fandom”, ma è relativo al mondo dei nerd).

Cominciamo a descrivere il fenomeno del “nerdom” partendo da un preciso momento storico. Ci sono stati modi diversi di presentare un nerd e il primo è quando la parola stessa ha cambiato significato, attraverso la creazione delle prime comunità che ruotava attorno ai magazine cartacei e alle convention prima dell'avvento del Web 2.0 e concludendosi alla cultura mainstream. Sciolla (2007), che, in primis, distingue gli ambiti delle forme culturali dalle strutture sociali e da quelli che vedevano il ruolo della cultura nell'azione sociale; poi si concentra sul contesto e sull'interpretazione della cultura dei singoli individuando il “modello interazionista”: essa pensa all'attore sociale come soggetto attivo che valorizza le sue proprie azioni sulle interazioni comunicative tra individui in varie attività o pratiche. Ci porta a vedere come le norme sociali e le rappresentazioni culturali vengono alla luce dalla ripetizione di soluzioni a difficoltà presenti raccolte da esperienze passate. Ciò che avviene è proprio una negoziazione di significati sullo sfondo sociale comune e condiviso. La parola “nerd” deriva dall'acronimo inglese “Northern electric research and development” (1955), per altri è solo l'opposto di “drunk”, ubriaca, quindi il nerd è una persona padrona di sé stessa. Infatti, dagli anni 80, film, serie tv, libri e riviste giovanili, i nerd vengono categorizzati nel mondo giovanili, ragazzi e adolescenti, ma poi si è sviluppata ed è rimasta anche negli adulti; è una trasformazione dovuta dalla crescente influenza della cultura pop-nerd.

Tale modifica della concezione che si ha di loro, si deve ringraziare in primis, le industrie mediatiche. Infatti, la nostra analisi ricorda come certi prodotti mediatici, quali il film “La rivincita dei nerds” (1984) e la serie tv “The Big Bang Theory” (2007-2019), riportano l'esistenza di similitudini e differenza tra la figura del nerd degli anni '80 e quello di oggi, dovuto proprio all'integrazione mondiale dei mass media nella vita quotidiana di tutti.

Se la parola nerd è nel linguaggio di tutti, senz'altro anche la sua attuazione in azione ha la stessa fine (il suo significato indica quell'azione che rispetta le regole di una persona nerd, amante dello studio, della fantascienza, tecnologia, dei videogiochi, etc...) _ (Gandolfi, 2014). Con l'avvento del web 2.0 e della possibilità immediata di rispondere via chat a ogni tipo di commento o post, trasforma la nicchia nerd da una subcultura a una cultura di massa, trasformando i suoi membri riconosciuto sotto l'etichetta di “sfigati” ad attori principali. Potremmo considerare gli anni Ottanta come il punto fondamentale per lo sviluppo della cultura e dell'immagine nerd nell'immaginario collettivo, ricordando però che le loro pratiche esistevano già da prima. E' in questi anni che si consolidano pilastri ludici e di intrattenimento, da “Dungeons & Dragons”, dalla saga di “Star Wars”, dalla nascita industriale videoludica di Nintendo e Sega, ma soprattutto dalla diffusione in massa dei computer (Priarone, 2006). Possiamo considerare i nerd i pionieri del futuro attraverso la propria consapevolezza delle potenzialità della tecnologia dove le persone la considerava una semplice moda di passaggio e inutili interessi. Queste persone intuirono nei primi calcolatori (cioè il nome attribuito ai computer) diventano strumenti utili per il lavoro e per moltissime funzioni ancora da scoprire. Il legame esistente fra nerd e tecnologia rimane indissolubile, ma la sua nascita è avvenuta molto prima quando ai nerd veniva relazionata tutto quello “demonizzato” nelle diverse epoche perché non veniva caratterizzato dalle masse e/o dagli organi pubblici (Gandolfi, 2014).

L'“auto ghettizzazione” dei nerd è basata sui loro interessi, interessi intesi come “strani” e “deleterii” dagli altri per poi obbligarli a rinchiudersi in se stessi o a creare piccoli gruppi di club, nasce così lo stereotipo del nerd “asociale”. Con l'avvento dei giochi di ruoli hanno formato narrazioni fondate sull'immaginazione e sull'oralità, mentre i fumetti narrano storie collegando l'interazione significativa e la scrittura: è la natura ibrida del fumetto che lo presenta come un rimedio e assume migliaia di forme per adattarsi ai cambiamenti che si verificano nel tempo. Si potrebbe costruire una classificazione degli stadi d'evoluzione della figura e del ruolo di nerd (Bellah et al., 1984): il primo stadio al nerd inteso come seccione socialmente fallito, è seguito dal nerd smanettone informatico, cioè una persona isolata che si relaziona solo con le macchine (secondo stadio); infine ci sono i nerd che frequentano tutti gli universi subculturale di ogni genere (fantasy, sci-fi, letterario, cinematografico, fumettistico, videoludico) che in passato era percepito come un “qualcosa da ragazzini” e mal visto negli adulti che lo praticassero (terzo stadio). E' lo sdoganamento degli oggetti di riferimento (il mondo dell'informatica, fino a quello del fantasy) che ha permesso la rivalutazione del nerd che opponeva la differenza tra i nerd della seconda da quelli di terza accezione. Possiamo affermare che i soggetti di riferimento siano esponenti del terzo stadio di nerd che impervie in tutti l'Occidente, e a meno di non essere un adulto, il significato non è più negativo se ricade nel ultimo stadio. Nella variante tecnologica del nerd, tre figure di spicco (i geek come Steve Jobs e Bill Gates, che “domineranno” il mondo) hanno rovesciato l'accezione negativa in positiva verso gli adulti che si sono collocati nel terzo stadio (Gandolfi, 2014); inoltre, attraverso l'esplorazione della “cameretta” elettronica, si vede come elementi che differenziavano l'era digitale sono individuabili: computer e tv interattiva, serialità e videogame (l'aspetto della pratica ludica è aumentato negli ultimi anni e ha invaso ogni aspetto sociale), dispositivi mobili (da cellulari a smartphone), infine

nella transmedia storytelling e storie non lineari, multitasking, una cultura partecipativa e della condivisione, reti informatiche e telecomunicazione: sono tutte considerate dei fattori del “big bang” al contrario, dove all'inizio si pensava che convergesse in pochi media-oggetto, per poi espandersi in un universo materiale e portandoci al processo in atto. Ora, ritornando a descrivere dell'evoluzione del nerd e delle sue percezioni nel sociale e nella cultura, gli anni '80 sono produttori di tantissimi beni, i “brand”, e le abitudini tipiche di una persona nerd, caratterizzando il suo significato e il riconoscimento di se stesso come “non essere cool” e di essere appassionato a tante categorie delle passione nerd: basti pensare un passaggio dalla tecnologia all'occulto, la fantascienza e il fantasy, in parole brevi da tutto ciò che permetteva una fuga dalla realtà, in una dimensione di solo divertimento, questo può anche essere una spiegazione del motivo per cui gli anni '80 siano considerati dalla maggior parte delle persone bellissimi anni riportandoli in una specie di reintegrazione continua. Con la nascita del World Wide Web nel 1991 fu decisiva per il cambiamento della figura nerd nella società portando ad avere un nuovo approccio della massa alla tecnologia e che permise ad avvicinarsi all'espansione della cultura pop identificabile alla cultura nerd (Meyrowitz, 1985). La predisposizione alla tecnologia dei club nerd degli anni Ottanta e Novanta permise di utilizzare quegli strumenti di comunicazione per condividere molti argomenti e con la nascita dei “newsgroup” a tema della cultura nerd e dei giochi di ruolo. Con l'arrivo delle chat, i forum e via con i social network, internet favorisce la possibilità di condividere qualsiasi cosa e che favorì l'incontro tra i primi e piccoli gruppi di nerd. Si possono classificare due tipologie di nerd: il “primo nerd”, escluso e incapace nelle relazioni sociali e che si trova a suo agio nel suo mondo immaginario e gestibile; e quello che si definisce nerd, colui che segue la cultura dominante dei videogiochi, ma comunque ha una vita sociale. Invece la figura dello geek un valore positivo (Gandolfi, 2014), esperto di un settore e che sa dare parecchie informazioni a riguardo; il nerd è quasi uguale se non fosse per la sua mera considerazione del gioco stesso e non per altre combinazioni possibili. Ne deriva, dal nucleo nerd caratterizzato da una perfida immaginazione, ed è grazie a questa voglia di scoprire che permette alla subcultura nerd di aprirsi a un vasto pubblico, che chi ricopre lo status di nerd nel futuro saranno “la classe dirigenziale”. Infatti, il rapporto tra immaginazione e nerd permette di ricoprire un ruolo pieno di passioni nel mondo della cultura popolare moderna: fumetti, letteratura, film, giochi e videogiochi, etc... Si riprende il tratto espansivo e comunicativo che supera lo stereotipo dell'asocialità di partenza. In definitiva, il nerd è un fissato, il geek è la sua forma di successo grazie alla sua passione “smodata”, dotato del sapere denso del nerd (Gandolfi, 2014). Riprendendo in considerazione i media, essi descrivono gli attori del mondo videoludico, non in modo dispregiativo e senza conoscere l'effettivo sviluppo che essi stessi hanno sopportato come tali. Ritornando al discorso del ludico, precisamente al videoludico, essi permisero a migliaia di giovani ragazzi di mettere in pratica una semplice pratica sociale, quella del gioco, ed è proprio grazie agli home computer (i primi computer) che tutto poteva creare. La pratica del gioco diventa come abbiamo definito un'attività pilastro della subcultura nerd, favorendo sì e no e l'inclusione con altre persone, basato sulla semplicissima idea di gustarsi il momento fornito dai computer e i videogiochi ci calzano a pennello, anche dovuta dalla grande produzione che ci stava dietro

(Gandolfi, 2014). Il film di Ernest Cline “Ready Player One” (2018) è un chiaro esempio della letteratura contemporanea che tratta di ragazzini che ricordano a memoria e ammirano tutte le particolarità e i valori della cultura nerd, quasi che le recitano per antonomasia.

L'interesse comune che si è manifestato era quello per mondi alternativi. Lo stesso Gandolfi (2014) pensa che il moderno nerd possieda le sue caratteristiche: genialità e “auto”-emarginazione, creatività e “anaffettività”, intelligenza ossessiva, rigore scientifico sconfinante in un “mondo accademico della realtà”. Qui gli individui appartengono a un gruppo o comunità precisa e anche a una pluralità di esse. Mead (1934) ne trova di due tipi:

- Gruppi sociali astratti, operano come gruppo indirettamente;
- Classi sociali, unità funzionanti nel quale i suoi membri si relazionano tra di loro divenendo una subcultura.

Oggi la parola nerd viene utilizzata per classificare quelle persone che hanno sia passione di mainstream sia quelle no, o addirittura essere ricoprire uno stigma sociale, del tutto superata attraverso la crescita di determinate nicchie e subculture diffuse nella massa. La descrizione per un geek e un nerd può essere fornita dall'attività del giocare insieme nel quale il primo apprezza la pratica sociale come un qualcosa di importante mentre l'altro studierà le regole del gioco per creare una strategia vincente (Gandolfi, 2014). Invece Geek vengono classificati dai propri “geekargas” che assumono gli stessi interessi e pensieri dei nerd, avendo però interesse in qualsiasi campo culturale e no, però loro sono molto più invogliati a dialogare e relazionarsi con gli altri, soprattutto quelli dello stesso gruppo omogeneo. Gli oggetti culturali propri di questa comunità si concentrano principalmente nei videogiochi, fumetti, gadget tecnologici e no, e giochi di ruolo trasmutando in oggetti alienanti distaccandosi dal contesto con pochi riferimenti, ma utili solo al nerd che li può utilizzare come una possibilità di immaginazione, di viaggi alla ricerca di appartenenza tipica per ogni attore sociale (Gandolfi, 2014). Se consideriamo gli oggetti culturali, in generale, l'analisi durkheimiana sulle religioni espone come gli oggetti culturali siano “rappresentazioni collettive” definendo la loro stessa esperienza sociale. Durkheim (1912) vede nella cultura queste rappresentazioni due sensi:

1. oggetti culturali formati da persone che si relazionano a vicenda;
2. nei prodotti culturali si incarnano le esperienze di lavoro, gioia, paura degli individui.

Un altro esempio che ci permette di spiegare l'influenza degli oggetti culturali, in questo caso la cultura nerd, sugli individui e sulla formazione dell'identità di ciascuno individuo o comunità, è l'approccio della produzione collettiva ai significati culturali che cerca di descrivere la creazione della cultura, in generale, mostrando le migliaia di attività sociali coinvolte nella formazione di ciò che vengono chiamati “oggetti culturali”. È anche alla ricerca dei meccanismi attraverso cui la collettività cerca di auto-rappresentarsi (Griswold, 2005). La teoria ha due facce:

- 1) analizza le interazioni in sé e come esse generano una cultura;
- 2) presta attenzione all'organizzazione dei produttori e dei consumatori culturali.

Se in passato c'erano “i ruolisti, i wargamer-boardgamer e gli immagin-attivi”, come ce li propone Gandolfi (2014), oggi non sono scomparsi, ma sono stati

sorpassati da altri “ruolisti”, giocatori di altre categorie, gli “otaku” (derivazione giapponese che indica una persona appassionata di anime, manga, videogiochi e simili). Per concludere, anche se esistono vari tipi di nerd, legati alle loro diverse pratiche culturali, quali quelle ludiche, informatiche e narrative, cioè che gli accomuna è la loro passione per questo mondo e la loro immensa immaginazione che gli permette di costruire realtà fantastiche che in futuro potrebbero diventare oggetti culturali importanti per la società.

Passando da ricerca in ricerca si scopre come è nata la figura del nerd, diverso da come lo conosciamo, e che essa è in continua evoluzione senza conoscere confini. Infatti, lo scopo del framework è quello di descrivere il nerd e il mondo del “nerdom” analizzando i vari possibili ambiti di interesse e procedendo con molta cautela perché la figura del nerd non è sempre uguale, è sfuggente, in continua evoluzione. Come abbiamo ripetuto, un nerd è un essere umano come gli altri, e definirsi tale, in una prospettiva personale e sociologica, il suo significato e la sua attribuzione di “essere nerd” comporta nell'essere caratterizzato da una vocazione e da una natura individuale: la vita da nerd è piena di “strambezze” e di ricchezze, come ad esempio il nerd è già a conoscenza di parecchia “roba”, finisce velocemente qualsiasi serie tv e videogiochi, possiede migliaia di apparecchi elettronici utili per qualsiasi bisogno, ha preferenze su quale materiale mediatico e cinematografico preferito, una pratica a lui comune è quella della maratona, giornate intere davanti ai videogames, da soli o in compagnia, ha una cultura sterminata e passioni condivise. Allora, affermando tali ipotesi, è utile fermarsi sullo studio di Benjamin Woo sugli “intermediari culturali in una scena subculturale” (articolo, ottobre 2012). Da questo articolo verrà utilizzato una terminologia a riguardo al nerdom in rapporto alla sociologia, come: libreria a fumetti, intermediari culturali, scene culturali, negozi di giochi, cultura geek, teoria della pratica, metodi qualitativi, sottoculture. Nello studio sulle attività economiche delle organizzazioni e industrie razionalizzate, burocratiche si basano e si sviluppano attorno la dimensione culturale. A differenza, però, di quei contesti nel quale la produzione e la mediazione vengono integrate in mondi con tradizioni e aspetti distintivi. In questo saggio Woo descrive, attraverso un resoconto etnografico, i suoi studi sugli intermediari prima citati tenendo in considerazione contesti e istituzioni nei quali si pratica e si forma la “subcultura nerd”, precisamente in una città canadese. I proprietari e gli organizzatori dei gruppi favoriscono pratiche culturali “geek”, lasciando ai loro luoghi la possibilità di esprimersi e liberare le loro passioni e hobby. Viene analizzato sotto la categoria di “carriera subculturale”, funzioni di gatekeeping nel campo (Bourdieu 1979) e diventando sempre di più una cultura “mainstream”. Essi possono essere descritti come economisti e attori sociali funzionali al piano culturale e sociale. Infatti, i fatti subculturali vengono richiusi nei settori secondari dell'economia e dell'industria culturale. Woo presenta vari spezzoni di interviste, e una di questa, quella che riguarda proprio il discorso che abbiamo evidenziato, discute dei ruoli che vengono ricoperti dagli attori della cultura, in questione, dei giocatori del negozio. Presentati come fortemente sinceri e sicuri dei loro interessi e lasciando che questa cultura entri a far parte dei loro mondi, individuali e sociali, favorendo lo svago per altri come loro. Come lo studioso afferma, i suoi primi studi sui giocatori, collezionisti, fan, etc.... li considerava gruppi di una sottocultura di nerd e geek rifacendosi sull'identità, per passare ai funzionamenti che reggono

queste comunità, nel complessivo e lavorano tra episodi di produzione e di consumo culturale occupandosi della circolazione, però senza distinguere la relazione tra queste sfere industriali in un settore specifico. Tuttavia, viene tralasciato gli intermediari dei “piccoli mondi”, i fan. Descrivere una “nerd alfa” bisogna vederla come “specie di intermediario culturale” (Woo, 2012). L'articolo descrive un campo di pratica culturale costituito – cultura nerd – e le sue forma di capitale. Woo prende in esame comunità di intermediari culturali considerati creatori di eventi, gestori di negozi e costitutori della scena della cultura nerd. Descrivendo il lavoro, tratta dei caratteri socio-culturali delle loro pratiche di mediazione, dimostrando come la personificazione con i luoghi su cui si riflettono determini la loro carriera, un ruolo di guardiani della cultura nerd e strumenti per il mainstream.

Woo descrive perfettamente come si svolge una serata di giochi, dandone tempo e spazio ben delineati. Giovedì sera a Plaza Games, la stanza era piena di giocatori. Da un lato adolescenti e ventenni, uomini bianchi o asiatici orientali principalmente, tutti riuniti a giocare a “Magic: The Gathering”; mentre un altro gruppo di persone, con età più avanzata rispetto ai primi, si divertono con giochi da tavolo. Anche le persone che passano nel negozio sono curiose di sapere cosa stia succedendo e si vengono a conoscenza, come afferma incredulo Woo, dei “giochi che non aveva mai visto”. Verso le 20:30, i tornei concludono, il negozio sta per chiudere, alcuni giocatori si trasferiscono nel retro bottega, molti altri vanno via, e una donna sposata raggiunge suo marito che sta giocando a “Magic” e si propone come musicista per il prossimo incontro. Il gruppo di giocatori si riunisce per parlare di negozi che aprono, di nuove tecnologie che escono, così via...dimostrando comunque di aver una buona conoscenza dei fatti che stanno accadendo nel mondo. Propongo delle normali uscite di cena e chiedono a Woo se ritornerà in futuro. Concludendo definendo, incorniciando la scena sociale, tipica della cultura nerd, nella composizione etnica e di genere, nella compressione delle pratiche proprie di esse, che si attivano nei partecipanti, e nella socievolezza. Questi attori praticano la comune interazione tra di loro in qualsiasi spazio sociale utile e praticabile per parlare dei propri hobby e piaceri, trasformando questi eventi e queste conoscenze in vere e proprie risorse culturali.

La ricerca di Woo sulla cultura nerd parte dall'analisi di quattro organizzazioni e cinque negozi considerati come istituzioni per il funzionamento e svolgimento delle pratiche “geek” in una cittadina canadese. Ha optato per una ricerca etnografica favorendo l'uso della tecnica di osservazione partecipante e aggiungendo, come egli stesso dice, “interviste semi-strutturate” con gli attori in questione. Gli intervistati erano per lo più uomini e caucasici o dell'Asia orientale perché lo scopo della ricerca era quello di definire la scena, il tempo “perso” in questi luoghi o siti, tutto questo supportato anche dalla partecipazione stessa di Woo in alcuni convegni e blog di queste subculture translocale. Alla fine, la raccolta dati è avvenuta tra settembre 2009 e giugno 2010, tempo considerato dal ricercatore breve per il semplice fatto che il tema preso in esame è impossibile generalizzarlo.

Possiamo dividere le industrie culturali dei nerd in due categorie: quelle che sono alla ricerca del lucro, della produzione senza considerare alcun legame con i consumatori, ma hanno solo piccole reti con essi; e poi quelle che hanno forti legami emotivi con la sottocultura dovuta all'impatto che ha avuto durante

l'infanzia e/o l'adolescenza. Infatti, per quest'ultimi vedono l'apertura del negozio come un evento sacro della loro avventura e scopo subculturale. Le direzioni dell'aziende sono imprevedibili. I dirigenti di "Screenings & Stregoneria" e "City Comic-Con" hanno scelto di migliorare le situazioni tralasciate nella scena, ed esprime il concetto di "dilettantismo", e altri, come "Alternate Universe Club" e "City Gaming Network", uniti in gruppi e ricoprendo ruoli di leadership, e come i primi esprimono il valore di professionalità.

I mass media descrivono i seccioni, precisamente alcune delle loro attività, siano diventate mainstream. Questa loro diffusione, di stili subculturali, è percepita come negative (Clarke, 2006-1975), ma diversamente per la cultura nerd. Unendo spazi e attività subculturali e pubblici, gli intermediari culturali ricercano l'ambivalenza esistente e quella che si produce. Diffidenti del termine "geek chic" e i suoi effetti a lungo termine, per il semplice fatto di aver dimenticano che le loro pratiche geek, considerate una volta stigmanizzanti, ora non lo sono più. I nuovi attori ne sono una prova. Woo, successivamente, sottolinea la separazione dei partecipanti a causa delle loro divergenze che vis vis si formano, in due gruppi:

- Alcuni partecipanti notano un aumento del genere femminile nel loro campo culturale;
- tutti gli oggetti culturali propri di tale subcultura, formati, prodotti e vari movie e Internet, favoriscono a una partecipazione sempre più informale (fumetti e romanzi grafici venduti nei grandi magazzini di massa; i giochi, che siano analogici o digitali, riformano i gruppi base dovuto dall'aumento di attori sulla scena).

Questo ci porta alla considerazione della formazione sociale, inevitabile, di "in-group" e "out-group", disegnati nello spazio delle vendite dei negozi. Luoghi, divenuti subculturali-pubblici, sono "regionalizzati" (Giddens, 1984: 118) trasportando gli oggetti più ricercati vicini al negozio, mentre quelli più subculturali, o nicchi, in fondo. Un esempio sono i negozi di giochi che permettono, non solo di acquisire un prodotto, ma addirittura di provarlo, giocarlo, trovandosi per l'appunto sul retro del negozio stesso. Eppure, il loro guadagno principale è basato sulla vendita di fumetti periodici, è entrato nel mercato addirittura la vendita di magliette, giocattoli, etc.... Come anche i tornei di gioco e le routine dei "comics" regionalizzano il tempo, demarcano le differenze tra i partecipanti attivi dagli occasionali compratori formando comunità in generale e separando allo stesso tempo delle altre.

Il confine che divide lo spazio del negozio può essere applicato anche alle distinzioni interne dei partecipanti. Gli intervistati di Woo hanno evidenziato di avere una certa percezione di rivalità tra i sottogruppi della scena culturale nerd. Come punto di riferimento partiamo dall'affermazione del manager di "Eastside Games and Comics", Scott: "Tipo, a volte i nerd possono essere come le ragazze della valle". Tornando agli intervistati, sono stati selezionati su questo preciso punto di rivalità, ma è impossibile applicarlo alla lettera dovuto dalla presenza di pratiche comuni, intrecciate e dipendenti l'una dall'altra per la loro vitalità. Ciò porta a considerare che anche se gruppi o negozi avendo tutte le pratiche, ma senza una possibilità di sopravvivenza senza l'altro, porta alla considerazione di spazi di diverse pratiche si mescolano tra loro. Però questa spiegazione è accettata da alcuni partecipanti, e questo espone che è comune che gli attori sociali dei

gruppi partecipano a variate attività favorendo il riconoscimento di tali azioni all'intera comunità interconnessa (Fine e Kleinman, 1979). Un altro punto che si è manifestato riguarda l'impossibilità di escludere gli altri dalla scena, però si evidenziano certi problemi sul nascere di tale capro espiatorio che erige le diversità della cultura nerd, come genere, età o stato sociale. Woo sviluppa tre temi per comprendere gli intermediari culturali e l'interazione che si produce nei loro campi:

1. carriera degli intermediari;
2. funzioni di "gatekeeping";
3. disposizioni verso il campo il mainstream.

Le sottoculture vengono collegate al mondo adolescenziale ci sono alcune che si perpetuano nel tempo grazie alla formazione di istituzioni offrendo "carriere" professionali ai loro agenti. Questo ci porta direttamente a considerare queste carriere in due sensi diversi e uniti.

Le prime prevede le traiettorie biografiche degli individui in una sottocultura: come sempre detto le pratiche, qualsiasi sia la loro subcultura, anche per quella dei nerd necessitano di un periodo di "apprendistato" (Lave e Wenger, 1991), cioè conoscerla, manovrare a piacere gli schemi di classificazione e ottenere le abilità per considerarsi e farsi considerare partecipanti alla comunità. Potrebbe avvenire anche che alcuni abbandonino tale partecipazione per vari motivi (responsabilità genitoriale ad esempio), ma potrebbe continuare anche durante questo periodo. O in certi casi accade che la partecipazione a tali subculture diventi persino un lavoro retribuito. Per secondo senso, le carriere subculturali sono ruoli specializzati caricati da una culturale forte di base, infatti queste posizioni sono principalmente dei produttori culturali (es. creatori di fumetti, game designer o autori di SF&F). C'è anche da considerare la possibilità che le sottoculture creano una moltitudine di posizioni, rivenditori specializzati, distributori, organizzatori di eventi, quali i "comics", e giornalisti di questo settore; di conseguenza l'impegno lavorativo diventa esperienza biografica. Come ad esempio nelle scene musicali, "i spettatori diventano fan, i fan diventano musicisti, i musicisti sono sempre già fan" (Shank, 1994: 131). In questa manifestazione della cultura nerd, le persone ricercate dimostrano di possedere una conoscenza elevata dei prodotti ottenuta dal mezzo di acquisto avvenuto grazie alla loro inclusione nella comunità del fandom pertinenti. Se invece sono in quei gruppi senza scopi di lusso, la relazione è più forte perché il lavoro volontario dei creatori è finalizzata solamente come attività di fan, per un interesse.

Se invece gli poniamo come fan, essi, gli intermediari culturali si muovono nella scena, cioè il loro prodotto è inglobato nelle pratiche della subcultura. Nell'inglobazione di esse permette di unire le esperienze come membri delle attività di routine divenendo parti delle loro esperienze lavorative, definite con il termine "coscienza pratica" (Giddens, 1984: 4) o come esporrebbe Bourdieu, "feeling per il gioco" (Bourdieu e Wacquant, 1992: 128-129). Il gatekeeping, uguale all'idea di potere di Foucault, è sia repressivo che produttivo. Gli intermediari favoriscono particolari pratiche come, ad esempio, che la vendita di fumetti, giochi e carte sportive siano solamente venduti nei medesimi negozi; quindi né numismatica, cioè lo studio scientifico delle monete, né filatelia, il collezionismo di francobolli sono appartenenti alla cultura geek, tutto ciò ci porta a concepire che loro siano uniti nel campo perché sono stati svincolati dagli

intermediari della cultura nerd. Il loro lavoro è informato da interessi reali: diventano risorse tutte le conoscenze, esperienze e oggetti comprati dalla partecipazione al tempo libero. Woo mostra tre forme di gatekeeping usate dagli intermediari: cura, educazione e diversificazione.

Le filtrazioni che i gatekeeper svolgono potrebbero essere considerato poco influenti rispetto a quello che propongono e delle configurazioni di come le dimostrano. Il gatekeeping riporta una specie di cura. “Curare” significa programmare dei contenuti per i partecipanti della scena: ad esempio dei prodotti di un negozio, i venditori e gli espositori a una convention, così via. Però in tutto ciò esiste una contraddizione tra il gusto personale (“qualità”) e convinzioni sui gusti degli altri (“domanda”) che sono il centro del processo di cura. Ora cito le parole del proprietario di “King Street Comics”, Warren, sul discorso dei suoi gusti per la scelta dei prodotti da vendere nel suo negozio. Quando si inizia la carriera da fan, le idee degli intermediari del loro pubblico e clienti - scelta di cosa vendere, se piacerà o no – si basano sulle loro esperienze di cultura nerd. Le definizioni del campo vengono normalizzate e rimangono oscure finché qualcuno non le trovi, proponendo la richiesta dalla qualità, cioè i curatori, però essi non riescono a tradurre le richieste in fatti concreti ricercati. I gusti degli intermediari non emulano quasi sempre quelli dei partecipanti. Il proprietario Hank ha informato lo studioso Woo che trova grandi problemi nella vendita di giochi per bambini, dovuta dal fatto che egli stesso non ha quei gusti per far divertire i bambini. Ma questo problema non si manifesta solamente nei rivenditori, ma anche negli organizzatori dei gruppi sul tema dello sviluppo di eventi. Infatti, il problema legato alla scelta dei gusti dei partecipanti e alla loro cura conduce a vari livelli di stress per gli intermediari. In definitiva, la scelta di confronti, quasi simili, è basata su riferimenti comuni e dimostra che tutto questo è un processo costruito sulle esperienze condivise di partecipazione. La cura è limitata dall'agenzia degli intermediari della sottocultura nerd translocale e delle sue industrie culturali. Gli intermediari locali non hanno una grossa importanza sulla produzione e distribuzione di merci culturali. Infatti, i negozi immagazzinano quei prodotti dispensabili e trovabili. Se la cura dovesse trovarsi inadeguata, necessitano di interventi: gli intermediari cercano di manipolare i gusti dei partecipanti superando le loro pratiche principali. La risposta alla domanda se le differenze fra i gusti degli intermediari e i consumatori, considerate come un disallineamento di domanda e offerta, è soltanto una, gli intermediari tentano di “educare” i propri clienti. Gli studiati sono sempre stati osservati durante si muovevano e interagivano nello spazio del negozio e invece gli organizzatori di gruppi venivano raffigurati come leader ricco di informazioni. Partendo dal presupposto di Woo che manipolare i gusti altrui è un'impresa ardua, ricordando le variabili dei vincoli temporali sulla partecipazione dei rivenditori, cioè avere sempre la necessità di chiedere opinioni sugli oggetti culturali. Però, in certi negozi, tutto questo accade, in quanto i clienti sono fiduciosi nelle conoscenze del personale. La fiducia è un tema esplicito e fondamentale quando un membro dello staff di “Eastside Games and Comics trattava delle scelte di fumetti da vendere. L'Alternate Universe Club è un luogo nel quale i piaceri cambiano nel tempo. Molti membri, dalla prima riunione, si presentarono agli altri conoscendo gli aspetti della cultura nerd che gli piaceva, e affermando successivamente che lo scopo iniziale era quello di unirsi per raggiungere un determinato interesse e via

via scorrendo hanno accettato anche quello altrui, quello desiderato dai sostenitori del club stesso. Tutto ciò è stato favorito dal carattere interdisciplinare ed educativa dai suoi esponenti illustri. Ma come tutti i gusti sono resistenti, potrebbe accadere che senza un elevato numero di persone, con particolari gusti differenti, è impossibile far sopravvivere un negozio e/o organizzazione.

Infine, c'è la possibilità di controllare la domanda irregolare tra i partecipanti attraverso l'aumento di categorie di prodotti da offrire. Si può fare con una ricerca di clienti non etichettati come professionisti, bensì quelle che possono essere considerati "nicchie esistenti". Le istituzioni nel quale hanno impegni specifici sono quelle, infatti, dove c'è più libertà di diversificazione. Siccome i giochi e gli anime sono il fulcro centrale delle attività del club, il presidente dell'Alternate Universe Club, Bobby, ha tentato di non opporsi nella sua relazione con il gruppo. Infatti, la possibilità di avere una svariata gamma di scelta di giochi, crea la possibilità di giocare fuori dagli schema del club stesso ed è lo stesso presidente a dichiararlo. Le nicchie consolidate sono diventati contingenti, ad esempio le attività di gioco, il fandom di anime e video e meme online sostenuti da "Alternate Universe Club, etc.. In casi diversi accadeva che essa, invece di diventare contingente, si completano, come quando i negozi di giochi vendono sia giochi da tavolo sia "CCG", con i loro relativi pro e contro per gli affari, comunque le offerte da loro enunciate impongono agli intermediari di avere un'ottima conoscenza dei prodotti e delle pratiche per usufruirne. Nel gatekeeping gli intermediari culturali locali contribuiscono principalmente sull'istanza della scena della cultura nerd. Le questioni che si ritrovano a domandarsi sono: prodotti da depositare, quali eventi partecipare, esporre le proprie idee e titoli utili al proprio guadagno, etc...., vendendo una grande influenza ed effetti sulla strutturazione della scena. In poche parole, la cura, l'educazione e la diversificazione, basate sull'interazione tra i partecipanti e sulla conoscenza tacita, creano il capitale culturale e gli oggetti culturali della subcultura.

Nel mondo dei laici e dei media l'integrazione della cultura dei nerd viene compresa come riaffermazione dei suoi capitali specifici. Il capitale può essere cambiato tra le forme di Bourdieu e tra i campi, ma soprattutto quando il "tasso di cambio" dei capitali cambiano nei campi stessi, arricchendoli di svariati contesti sociali e culturali, porta a un investimento sempre maggiore di molte persone. Gli effetti a lungo termine nella cultura nerd porta gli intermediari culturali a ricoprire ruoli precari a causa della poca chiarezza della suddetta cultura: da un lato traggono vantaggio molti partecipanti e clienti per normalizzare le loro attività e gruppi; dall'altro è difficile soddisfare molti partecipanti nuovi e grandi contemporaneamente.

Woo osserva una scena nella quale due donne esitano, con un gruppo di giocatori di CCG; di raggiungere uno scaffale di puzzle, chiese al proprietario di Plaza Games, Hank, il rapporto tra comunità principale di giocatori e i clienti occasionali. Se lo spettacolo degli eventi di giochi nei negozi attiri passanti, allora l'agitazione dei giocatori disturbano gli affari. Racchiude la questione se gli intermediari culturali scontrano nei settori culturali "marginali": scegliere di focalizzarsi sui bisogni e desideri pubblici e consumatori conosciuti o cercarne dei nuovi. A questo punto Woo cerca di esplorare due alle di discussione sulla relazione tra cultura nerd e mainstream: dilettantismo e professionalità, introversione ed estroversione. Se si parla di "...", non riguardano il ruolo

professionale manageriale (lavoratore retribuito); ma a due disposizioni etiche differenti. I “dilettanti” discutono delle loro parole in termini di soddisfazioni immateriali. Come afferma il proprietario di “Downtown Comics and Collectibles”, Sean, enuncia che i suoi dipendenti sono troppi qualificati per un semplice venditore di fumetti; diversamente pensato è dato dagli intermediari che su questo tema pensano che le loro occupazioni sia basate sul loro amore per i fumetti. Tutto questo è convalidato dal semplice fatto che un numero di persone fa fatto domanda di lavoro nel periodo di ricerca di Woo, affermando proprio che desideravano lavoro come commessi di un negozio di fumetti.

Invece “dilettantesco” viene considerato come una qualità inferiore. Non fa caso se entra in gioco l'amore altruistico di una pratica dai partecipanti per favorire una riduzione di costi e lavori al minimo. Peter, organizzatore del “City Comic-Con”, distingue una scelta fatta con il cuore e una no, o per meglio dire una “convezione corporativa”. Infatti i suoi spettacoli rimangono piccoli, favorendo una facilità d'amministrazione e una riduzione delle tasse per entrare (come l'ingresso gratuito ai bambini, spazi liberi ai creatori locali), scelte per aiutare la comunità locale dei fumetti e per la cultura del fumetto in generale. Questo approccio fa intendere un grande valore d'interesse per le pratiche subculturali, ma le esigenze quotidiane di un negozio e gruppo creano difficoltà verso un'etica di professionalità. Coloro che vengono definiti “professionisti” si dirigono verso una “de-enfatizzazione” della particolarità del campo, partendo da presupposti e concetti universali per dare un significato al loro lavoro, “il piccolo imprenditore” ad esempio. Essi usano dei piani strategici per evitare e/o superare problemi: il presidente di “City Gaming Network”, Kurt, condusse un'inchiesta di apprezzamento per ridurre il burnout di volontari, e due compagni come gli assicurano che il personale femminile avesse ruoli ben visti e importanti. La professionalizzazione permette agli intermediari una stabilità, ma se entra nei giochi di cambiamento delle istituzioni subculturali, mina i beni principali delle loro pratiche. Se prima abbiamo discusso delle opinioni degli intervistati sui loro obiettivi, con queste due parole che verranno esaminate, cercheremo di comprendere il loro pensiero strategico per il mainstream. Gli “introversi” sono distaccati dal desiderio comune per la costruzione di pratiche e comunità esistenti. Un esempio fornito da Woo è il presidente di “Screenings & Stregoneria”, Logan, per il semplice fatto che egli, anche se vuole condividere i suoi interessi agli altri, preferirebbe che “le nostre attività diverse dal quotidiano siano più attuabili”. Mentre altri vedrebbero di gran occhio l'aumento del mercato, altri invece avallano il pensiero introverso, come Warrwn, proprietario di “King Street Comics”: egli crede che i fumetti siano per tutti, ma che non servisse un canale mediatico per un investimento per essi. In tutto ciò gli introversi guardano le pratiche subculturali dirette a un pubblico preesistente, stabile. Gli “estroversi” condividono la ricerca per un desiderio comune e sono convinti, per raggiungere tale scopo, di cambiare le loro stesse attività e di trasformarle più interessanti per coloro che sono esterni alla sottocultura. Gli estroversi vedono nello sviluppo delle loro pratiche dei limiti imposti da un focus concentrato solamente sui suoi partecipanti. Per esempio, il presidente di “City Gaming Network”, Kurt, pur essendo un game designer, critica la cultura geek sugli aspetti che limiterebbero il fascino dei giochi di ruolo. Come lui, anche Hank, proprietario di “Plaza Games”, sottolinea che i suoi clienti di maggioranza sono o erano consumatori comuni, le famiglie, scuole che

compravano giochi da tavolo, invece di consumatori di gruppi piccoli di hardcore. Quindi le decisioni per ricaricare un'attività nerd si avrà diversi livelli di promozione e produrrebbero conflitti tra partecipanti desiderosi di avere uno status quo e quelli per un nuovo pubblico, o anche per interessi economici o desideri di condivisione dei propri hobby. Essi definiscono diversi orientamenti sulle interazioni tra lo spazio nerd-cultura e lo spazio di stili di vita dove si produce. Tutti gli intermediari hanno il desiderio di riproduzione delle pratiche della cultura nerd, le loro basi su questi interessi varieranno. Imprenditori estroversi costruiranno eventi diversi dagli introversi, e in questo si troverà le lotte per l'autonomia del campo della produzione culturale (Bourdieu, 1983). Ad esempio quegli agenti coinvolti in lavori che allargano gli spazi della cultura nerd in vari modi.

La figura del nerd nella cultura popolare ha una relazione distaccata, superficiale con le culture nerd reali, in quanto sono complesse e piene di stereotipi. Woo viene travolto dalla vitalità del mondo della cultura nerd e dall'entusiasmo e impegno che i suoi membri e attori provano. Ovviamente attribuito a coloro che vi partecipano, cioè sia a quelli attivi sia a quelli che ricoprono i ruoli da intermediari culturali, che come abbiamo detto il loro lavoro fonde le basi della cultura nerd. Oltre a dare credito ad essi, presenta il loro lavoro, visto come una chiamata, modellato dal contesto in cui si trovano. Gli intermediari mostrano caratteristiche di agenti economici, ma più in profondo come attori sociali lavorando nella creazione di un ponte. Loro non si sono preparati in un certo momento della vita, bensì dall'infanzia perfezionando le loro capacità. Prodotte da uno scopo concreto formato da esperienze dirette come fanno a loro volta gli attori con le loro carriere, culturali e/o subculturali, componendo le cornici condivise dai propri membri, costruendo giudizi e idee. Le emozioni che vengono trasmesse sul gioco definiscono i cambiamenti nella scena, ad esempio l'arrivo di nuovi partecipanti nell'atto del mainstreaming o la costruzione di attività trasportate dalla realtà al digitale. La teoria dei campi (Lewin Kurt, 1922) enfatizza agenti posizionati in punti diversi, cioè che hanno diversi interessi, agiscono diversamente a queste sfide. L'articolo non espone l'argomento in questo sotto un punto di vista economicamente riduzionale perché quello che si vuole esaltare l'identificazione personale ed emotiva con il campo e le sue pratiche.

Tutto ciò porta la mediazione e la produzione ad essere inglobate in una cultura che crea significati. Infatti le azioni che si concretizzano formano luoghi di pratiche importanti che necessitano un continuo lavoro, come accade nei "gruppi sociali", cioè quell'insieme di persone che si relazionano quotidianamente con gli altri e riconoscono il loro status di gruppo e anche quello degli altri; uguale anche per le categorie di persone, ma nei gruppi esiste una classificazione sulle proprie caratteristiche: possono essere informali e sono modificabili per qualsiasi variabile sociale, quindi possiedono vari interessi, valori, norme e aspettative comuni. In questa ricerca ha portato a considerare che la creazione di eventi e luoghi di tale cultura nel quale i nuovi attori che ne fanno parte debbano necessariamente, come in qualsiasi altro gruppo, le conoscenze e pratiche che sono favorite dall'organizzazione di mercati culturali. La ricerca si sviluppa attorno a molti siti di ricerca, citazioni delle interviste sono state modificate per semplificarle e ridurre le ripetizioni e i nomi delle persone e luoghi sono stati pseudonimizzati per salvare l'anonimato; nessun lavoro di dettaglio sulla teoria

delle sottoculture e sue rielaborazioni (Bennet e Kahn, 2004) e della sottocultura di Hodkinson (2002) avente caratteristiche sociologiche rilevanti sui gruppi, identità, autonomia, carattere distintivo coerente; c'è una distinzione tra “secchioni” e “geek” ma senza nessuna vera spiegazione dettagliata; “Europeo” viene usato come metonimie per spiegare la funzione della progettazione dei giochi da tavolo; utilizzo dei termini quasi simili di Fiskie (1992) su capitale culturale popolare a quello di gusto per la cultura ufficiale di Bourdieu; spazi dei giochi, fumetti, fandom sono inclusi nella ricerca perché sono conosciuti dai partecipanti stessi e definiti subculturalmente, ma senza nessun riferimento ai giochi digitali; studi di Thornton (1996) e Muggleton (2000) dubitano la base oggettiva dell'opposizione di sottocultura e cultura dominante o “mainstream”, visti sotto una gamma di discorsi subculturali; trova molti giochi di carte collezionabili sotto la categoria dei “CCG”, vedi Magic e Pokémon per esempio; è stato chiesto l'etnia dei partecipanti, che per la maggioranza era uguale e identica a quella della città.

3.2 Cultura del fandom inglobata

Se abbiamo considerato la nascita storica delle prime community che sorgono negli Stati Uniti a cavallo tra gli anni Trenta e Quaranta tra i cultori della fantascienza, sono proprio loro i pionieri delle convention. Se come indica il concetto di Hall (2008) di “cambiamento culturale”, tale è dovuto soprattutto all'arrivo dei new media nelle vite quotidiane di tutte le persone. Partiamo dal presupposto che con l'espressione mass media intendiamo un mezzo o strumento di comunicazione, sviluppati prima in Inghilterra, poi globalmente, rivolto a un pubblico sempre maggiore. Ed è proprio qui che la relazione tra persona nerd e informatica si rafforza, si consolida in un legame nella quale la rivoluzione informatica stessa e la connessione tra informatica e telecomunicazione creano le fondamenta per la svolta nella creazione e diffusione dei nuovi media: Internet, è un esempio, trasformando la comunicazione fornisce novità nella percezione e nella fruizione dei media di massa (internet, computer, tv digitale e telefonia cellulare) _ (Meyrowitz, 1985). Le caratteristiche principali dei new media sono: la convergenza, singolo dispositivo è ricco di molte funzioni di vari strumenti di comunicazione; la memoria; l'assenza di confini e la velocità di comunicazione; la partecipazione dell'utente (Stella, 2018). Per quanto riguarda gli effetti dei media sulla comunicazione stessa e sulla società, si è studiato il loro ruolo nell'informazione, nella produzione dell'industria della cultura e dell'intrattenimento e nell'influenza sull'utente nelle sue scelte e consumi; poi indagati come elementi che unificano e uniformano gli utenti, ma anche di modificare le relazioni sociali, limitando e sostituendosi ai contatti personali. Se alla base della parola nerd è collegata una mitologia avente come oggetto maestro un'infinità di tendenze della sua stessa cultura pop degli anni Ottanta, e quelle dei mondi informatici; quello che potremmo analizzare è che i media permettono alle persone di ripiegare in una sfera personale protettiva e sicura ricollegandosi a quei mondi fantastici. Gli immaginari si costruiscono su delle stratificazioni: prima che il cinema invadesse il paesaggio mentale, sia i sensi sia codificando immaginari condivisi, così esso forma una combinazione di uniformità e fulgidezza della

visione (Gandolfi, 2014). Gli immaginari, pur essendo stratificati, targati e condivisi, sono il perno dell'idee e pensieri di ogni epoca e, influenzato dai lavori dei media, tali mondi ricoprono il ruolo di potente percezione del reale e che rende tale mondo chi ha trascorso molto tempo a leggere libri d'avventura e guardare cartoni animati. Alcuni considerano i nerd come persone che si rintanano nei loro interessi, derivato dall'incapacità di socializzare, ma vien tutto smentito attraverso la scelta di tale azione: un nerd non nasce con delle mancanze sociali e si ripiega per una scelta d'amore (Gandolfi, 2014). Le partiche solitarie e di nicchie stavano diventando un universo complesso e condiviso, in espansione: dai comicon, ludoteche, fumetterie ai giochi di ruolo, si e no immateriali, miniature e action figure. Si raccolsero le prime aggregazione sociali attorno alle fumetterie, nel quale un mondo ricco d'immaginazione stava per incontrarsi, dibattere e scambiare informazioni e oggetti di riferimento (Woo, 2012). L'apice di questo successo è incoronato dall'arrivo della rete (l'era informatica moderna), dove la reperibilità di prodotti e informazioni, prima vista come entità da raccogliere più velocemente possibile, oggi si instaura la fase della specializzazione (formazione di filoni, nicchie, gusti, percorsi individuali visti sotto una prospettiva diversa e interdisciplinare) e nella quale la molteplicità vivente, la cosiddetta "Generazione Nerd" di Gandolfi (Gandolfi, 2014).

Analogamente l'aumento della socialità si risolveva in interazione, derivata dalle forme ludo-narrative appena uscite dai cambiamenti dei giochi di ruoli e videogiochi storici, e la presentazione della visibilità cambiata dei corpi e degli oggetti di status (Gandolfi, 2014): l'aspetto estetico e ludico furono penetranti e certe volte si collegavano e si separavano; dai bambini che pulivano i pupazzi si passò a quelli che lucidavano le miniature e le action figure distribuite sulle loro mensole, l'attività della manualità è finita allo scopo della produzione di costumi per i cosplay, e il tempo del gioco passò attorno al tavolo, davanti a un monitor e con un gamepad in mano. La pratica del gioco acquistò un ruolo paradigmatico: i multiplayer e la "stessa nerdiness stava diventando gioco" diventano l'emblema di tale mondo quando l'industria dell'intrattenimento rafforzava il mondo ludico per i suoi spettatori e questa componente costruì la tendenza al nozionismo (Stella, 2018). I suoi connotati del legame con il computer e con i mondi immaginari rimasero e diventarono materiale simbolico nel quale oggi giorno molte persone si rispecchiano. Il suo aspetto più tragico, cioè quello dello sfigato, è insito in ciascuno di noi verso qualcun altro (Prarone, 2006). Il nerd comincia a diffondersi, e trasformando la nostra esperienza passata ne costruisce una nuova e totalmente diversa. Personificarsi come nerd significava percorrere una via complessa e distaccata da quella della massa e con questa idea ci muoveremo verso una prospettiva quantitativa dell'etichetta nerd a una più qualitativa della parola e dell'espressione stessa per scoprire la causa di tutto ciò e poi ottenere una curiosità innata per la ricerca e l'immaginazione, considerando il nerd come un essere che crea e plasma il mondo a suo piacimento.

Dalle passioni viscerali di campi culturali non popolari simboleggiano una purezza dell'analisi sull'indipendenza da trend, mode e si vengono a formare tre stadi di percorso per il mondo ludico del nerd (Gandolfi, 2014):

1. Letteratura, forza e facilitazione al mondo dell'immaginario;

2. Potenziamento immaginativo dovuto all'esperienza di ruolo, permette di liberare le proprie capacità di immaginazione praticate su un gioco e questo rende concreto la socializzazione con i pari;

3. Passaggio al larp.

Il gioco rimane una via di fuga per vivere un qualcosa di reale che altrimenti non si realizzerebbe. Le differenze costitutive che rimarkano lo stereotipo sono le relazioni con le ragazze, andare in discoteca, fare sport ed essere popolari. I resoconti di difficoltà sociale nel periodo della crescita sono legati al contesto sociale che al gruppo di pari e ai vari giochi e le letterature che permettevano di prepararsi ai consumi culturali complessi futuri. Invece avendo una prospettiva del tag come una necessità, divenendo un desiderio di entrare in una realtà che lo distolga dallo sguardo della quotidianità e di rafforzarsi sul desiderio di rimanere bambini (Gandolfi, 2014). Altre persone desiderano invece avere la visione di sé stessi identica al tipo di nerd nordamericano, cioè quello appassionato della scienza e di tutto ciò che ne riguarda, mentre per loro l'individuo che si caratterizza nel mondo del geek è colui che è appassionato di qualsiasi cosa. Definire l'utilizzo che si ha del concetto di "geek" può cambiare da paese in paese, e poi classificherebbe quegli individui "autocosciente e sempre più popolare" che può tranquillamente ricoprire il ruolo di fan (Gandolfi, 2014), distinguendosi dallo sfigato nerd. Quello che appare è una persona che non perde il "contatto" con il proprio bambino interiore, che si diverte a giocare divenendo un individuo con caratteristiche futili e infantili che può ricoprire una posizione culturalmente determinata, ma anche di pregiudizio. Si potrebbe considerare tale ipotesi attraverso una creazione di modi di vedere e di relazione con il tag geek (Gandolfi, 2014):

1. Indifferenza verso il tag per distaccarsi dalla pratica del wargame, tipica ai giocatori oltre i 40 anni;

2. verso i giovani, riscoperto dello stereotipo di nerd visto come sano, elastico e genuino;

3. il termine geek inteso come un'etichetta e la parola nerd come qualcosa di arcaico;

4. un'altra visione del nerd considerato come mantenimento della fanciullezza, in quanto i primi anni di vita sono considerati qualcosa di puro, di entusiasmante.

Invece il geek ne ribalta il significato divenendo una persona dotata di una maggiore conoscenza nell'ambito informatico, e il gioco da tavolo verrebbe contaminato dal significato negativo della parola nerd (Gandolfi, 2014). Originariamente il termine "nerd" veniva usato per collegarsi a tre significati derivanti dalla cultura americana classificandoli in diversi stadi principali: al nerd come secchione socialmente fallito (primo stadio) è seguito il nerd come smanettone informatico, visto come persona isolata che interagisce solo con le macchine (secondo stadio); infine ci si è riferiti con «nerd» anche ai frequentatori di tutto un universo subculturale di genere – fantasy, sci-fi, letterario, cinematografico, fumettistico, videoludico – che almeno in passato era considerato «roba da ragazzini» e connotava negativamente gli adulti che lo frequentassero (terzo stadio). Oggi la percezione del nerd corre lungo lo sdoganamento dei suoi oggetti culturali di riferimento della seconda e terza accezione. Esse, alla fine, pur avendo significati diversi, pur collegando le persona

tra di loro attorno alla stessa parola, si riesce a non intravedere più nessuna differenza. Consideriamo che il nerd informatico viene visto come conquistatore del mondo (il successo di Silicon Valley), tale sintonia e percezione del luogo comune si riferisce al nerd come ideatore di mondi fantastici, e tale caratteristica ha conquistato oggi una posizione importante (se non addirittura egemonica) nell'industria dell'intrattenimento, ciò non significa di per sé che siano i nerd ad averla ottenuta, nemmeno come tali prodotti culturali siano state pubblicate normalmente sia nel fare del nerdom. Se i nerd venissero percepiti come un presupposto teorico, risulterebbe un'ipotesi delirante se la ricollegassimo alla sua prima accezione storica (quello di un individuo socialmente incapace, lo sfigato), perché tale attore sociale è impossibilitato, da lui stesso di emergere, di emanciparsi in un mondo socio-culturale nel quale si esaltano certe competenze sociali rispetto a quelle tecniche (tali comportamenti sono riconosciuti dai nerd in tutte le culture) _ (Gandolfi, 2014). Riconoscendo che i nerd abbiano ottenuto il loro riconoscimento sociale attraverso quelle attività sociali (leggere fumetti, giocare ai videogiochi, conoscere nomi di mondi e creature immaginarie) considerate "da sfigato", nei giorni nostri è tutto cambiato: il cinema è riuscito a legare le persone tra loro, attraverso emozioni e legami con i personaggi come ha fatto sempre il fumetto; un altro caso è la possibilità di collegarsi con gli amici o con esperti mentre si gioca alle console, diventando qualcosa di largo successo di consumo e invadendo ogni momento della vita e media possibile. Questo porta alla formazione di una nuova cultura "pop" ciò che prima era solo una nicchia: fumetti, manga, videogames, serie tv, etc...sono oggetti culturali di riferimento del nerdom per tutti, diventando esperienze condivise: il "Lucca Comics and Games", ormai luogo conosciuto da tutti per la sua fama, in passato poteva venire considerato un "raduno di nicchia", ora è una fiera, on partecipazione limitata, dove tutti non possono partecipare e dimostra il successo e l'espansione della subcultura nerd. Persino Hall (1976) vede nelle sottoculture un'inesistenza di qualcosa di puro e genuino, bensì rappresentano un insieme immaginario di rapporti, la cui materia principale viene inviata ai singoli membri della sottocultura attraverso vari canali di messaggio, media, scuola, etc... Ogni sua istanza sottoculturale delinea una soluzione all'insieme di circostanze, problemi e contraddizioni precise. Per far sì che il pubblico sia costantemente sotto l'influenza e il controllo, e che sia anche convinto dell'egemonia del potere dominante deve ottenere la loro fiducia e, se è necessario, anche a inglobare le alternative, o resistenze, degli altri sistemi di riferimento. Esisteranno sempre delle sottostutture che non vengono controllate, ma è proprio il compito dell'autorità sociale a far sì che esista un patteggiamento fra le classi dominanti e le classi subordinate (Hall, 2000).

Il concetto di "industria culturale" è riferito a quelle istituzioni che producano tali oggetti per un mercato e per applicare l'espressione di "egemonia culturale", propria di quegli studiosi che vedevano in tali organizzazioni le nuove classi dominanti. Si evince da tale concetto l'esistenza di movimenti di costrizione e resistenza che permettono la possibilità di patteggiamento. Oltre modo spiegare l'influenza scaturita dagli oggetti culturali di riferimento della subcultura nerd sui propri membri e la formazione delle loro identità, private e di gruppo, viene tutto classificato sotto l'approccio della produzione collettiva ai significati culturali che propongono tale definizione della cultura in sé e definendo le sue pratiche sociali

presenti nella creazione di ciò che definiamo “oggetto culturale”, insomma è tutto il mondo del collezionismo, del merchandise e delle serate fra amici nei propri locali (Griswold, 2005). Insomma luoghi specifici dove manifestare pubblicamente, o in privato, il proprio sé-nerd, i nostri ruoli sociali andranno a incrociarsi con gli status personali, e senza ripercorre la spiegazione dei buoni costumi e attività del nerd, e che possono farti identificare in esse, siano ben riconoscibili anche attraverso alle relazioni che si strutturano, soprattutto con i propri gruppi, amici e/o comunità riuscendo nell'impresa di mettere in atto il loro sé-nerd e consolidarlo collettivamente a se stessi e agli altri (Woo, 2012). Oppure potremmo notare questo funzionamento dalla praticità di un oggetto culturale di riferimento, capirlo porterebbe alla conoscenza delle attività e delle azioni che si svolgono all'interno della nostra subcultura, e una di queste è il riconoscimento di se stesso attraverso le pratiche del nerd e dagli oggetti di riferimento che lo definiscono tale (Gandolfi, 2014).

Categorizzarsi come “nerd” è motivo di orgoglio, però non sempre distaccato dallo stereotipato del passato, ma oggi ne viene visto uno nuovo, uno ricco di passioni. Può essere utile il lavoro di Fine (2009) sull'idiocultura, nel quale espone che essa è costituita da implicazioni, di simboli ed espressioni conosciuti solamente dai suoi membri e utilizzati per separarsi dagli estranei di quella cultura. Continuando questo discorso, esistono varie e diverse condizioni per stereotipizzare una persona nerd nella cultura popolare, il vero lavoro sta nel precisare le differenze che gli caratterizzano e gli distinguono tra di loro, ognuna con varie sottoculture di tendenze e pratiche. Si nota in profondità l'esistenza di differenze significative: in primis descrivendo chi è l'uno dall'altro, il geek è un fan di collezionismo e di ogni qualsiasi tipo di genere di intrattenimento e altro ancora, e successivamente ne raccolgono fatti, dettagli ed elementi importanti; mentre i nerd sono uomini devoti alla scienza, perseguitore del suo stesso obiettivo e con lo scopo di ottenere conoscenza e, a differenza dei geek, interessati a qualcosa di moda e di tendenza culturale. Pertanto, l'informatica, fumetti, videogiochi, action figures o cosplay sono le passioni primarie e veritiere (Gandolfi, 2014); soltanto basti pensare al cinema e alle serie tv dove si riscontrano tematiche e personaggi riguardanti al mondo del nerd e tale cambiamento di prospettiva e opinione è dovuto, negli ultimi due decenni, da un aumento progressivo sulla produzione d'intrattenimento. Rifacendosi alla produzione industriale degli oggetti culturali di riferimento alla subcultura nerd e al loro raggiungimento di una posizione sociale elevata nella struttura sociale, diventando un punto peculiare di riferimento all'interno di essa, la definizione di “sistema dell'industria culturale” di Hirsch (1972) ci aiuta a comprendere come le organizzazioni producano i loro articoli culturali di massa (dischi, libri, etc..) con lo scopo di regolare e imballare l'innovazione e cambiare la creatività in commerciabile. Allora bisogna costruire una classifica sulle varie tipologie di nerd esistenti in rapporto ai loro hobby (Gandolfi, 2014): gli otaku, appassionati di anime e manga giapponesi, hanno lo stesso significato del termine di riferimento traducendosi in “fanatico”; i fan che costruiscono le loro fan-fiction, sono creativi e si presentano come attori attivi delle fiere a tema (Goffman, 1959); di musica, accompagnati con il loro strumento e i dj nerd, praticano tale attività, hanno innumerevoli vinili e generi musicali; quelli del computer; dei videogiochi, sono in aumento e formano una sotto-classe di appassionati del computer; quelli del

gioco di ruolo (appassionati di “World of Warcraft”, etc...); quelli che aspirano al successo fino a quelli che gli mancano grazia e stile; appassionati di teatro, ad attività artistiche, matematici, scienziati e del genere fantascientifico; quelli che si istruiscono per lo scopo di conoscere le attività sportive; gli esperti in ingegneria e producano anche robot e oggetti informatici.

In conclusione, possiamo considerare le vie e possibilità di autodefinirsi “nerd” (vedi Gandolfi, 2014): i primi ricadono sotto lo stereotipo stesso, caratterizzato da elementi negativi per poi ribaltarli trasformandoli in punti di forza (l'asocialità diventa il punto di resistenza alla società dominante) definendola come una “strategia di ribaltamento”; il secondo punto riguarda l'accettazione, in parte, dello stereotipo rapportandolo alla propria identità (un'appendice del proprio sé), cioè il lato nerd di una persona diventa un “tratto del mio carattere”; un altro punto è il cambiamento stesso del significato della parola “nerd” che viene rivaluta affermandola come un comportamento sano e riconosciuto socialmente (ad esempio i fan e i fan-service di Jenkins (2008) divennero sinonimo della popolarizzazione vista come legittimazione sociale); infine il carattere autoironico sul pregiudizio capovolgendolo e neutralizzando ogni possibile attacco d'offesa. In definitiva la diversità tra “core culture e cultura nerd” (Gandolfi, 2014) non esiste.

CONCLUSIONE

La figura nerd che è emersa dal saggio è quella di una figura che è uscita dallo stereotipo che la caratterizzava, descrivendola come un qualcosa di strano, non naturale e umano, fino ad arrivare alla conquista di un'elevata posizione sociale e culturale. Ora, fornendo una riflessione finale, i nerd non sono l'emblema e il simbolo del futile, dell'infantile e di poca voglia di mettersi in gioco; il loro percorso di formazione è normale ed eccezionale. Il pessimismo nei loro confronti è del tutto stemperato dagli eventi che accadono nel quotidiano e dalle ricerche precedenti. E grazie all'emancipazione dei nuovi arrivati nella subcultura è confermata nella “core culture”, e non a caso essi riportano alla luce vecchi argomenti senza preoccuparsi di distruggere le opere stesse. Quindi la passione, accompagnata dalla diversità, si può analizzare l'immensa enciclopedia della subcultura. Ricordando l'immaginario dei nerd, definito autocosciente, rimane astratto e consapevole della sua posizione sociale contemporanea e che può essere applicabile a qualsiasi argomento e campo tangibile. L'immaginario, contrario al serio che rimane per definizione, ricade sotto la definizione di essere nel momento, vedere l'impossibile e concepire il potenziale di ogni cosa, e non percepito come momento deviante. Il fantasticare promette un riscatto sociale, rifiutando la popolarizzazione della subcultura nerd, e si volge a un'impostazione e praticità attiva. Se riconsideriamo lo storico prototipo del nerd, formato da una tipologia di sapere e infantile e, attraverso lo sviluppo tecnologico, conosce maestri. Con gli anni il tag in questione (Gandolfi, 2014) verrà ricordato come un'ambigua subcultura divenuta sensibile e di conoscenza aperta a tutti. Ora il nerd non è più uno scherzo naturale e umanistico, basandosi sulle sue conoscenze scientifiche, diventa, rifacendoci alla cultura popolare, a colui che affronta la società in modo flessibile, relativizzante e come un sognatore: accompagnato da una grande capacità di immaginazione, legato alle sue passioni ed entusiasmi, si distacca dalla maturità e dalle impostazioni predilette e inviate dalla società contemporanea. In definitiva, il risultato fotografico che abbiamo delineato è utile per ricerche future che cercano di descrivere l'evoluzione continua della figura del nerd, comprendendo le sue dinamicità, ovvero le sue pratiche sociali e culturali e la sua importanza e influenza come fenomeno rilevante per la cultura di massa moderna. E ne consegue che analizzare altre forme di etichettamento sociale, studiandola come questa, porterebbe a risultati incerti e che quindi il nostro oggetto di ricerca si dimostrerebbe l'unico in grado ad avere una “sostanza sociale” più rarefatta e meno influente sull'aspetto identitario.

Ringraziamenti

Questo lavoro di scrittura della tesi è stato molto lungo ed è stato possibile grazie al sostegno della Professoressa Francesca Setiffi, che ho potuto conoscere durante il corso di Sociologia della Cultura nel mio terzo anno universitario, però anche da un'immensa curiosità, accompagnata da una forte passione che nutre e vivo in prima persona della materia di ricerca e attraverso gli anni vissuti come studente, e non solo universitario, e come persona, un bel po' nerd, ha reso tutto molto più facile. Ringrazio anche la famiglia e gli amici che mi hanno sostenuto in questo periodo e che mi hanno concesso molto.

Grazie mille,
Riccardo Colombi

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

- Abruzzese A., "Intelligenza del mondo, fondamenti di storia e teoria dell'immaginario", Meltemi Editore, Roma, 2001;
- Adorno T.W., Horkheimer M., "I seminari della Scuola di Francoforte", Franco
- Alberto Melucci, "Nomadi del presente: Movimenti sociali e bisogni individuali nella società contemporanea", Philadelphia, Temple University Press (1989);
- Angeli, Milano, 1999;
- Anderson B., "Imagined Communities", Verso, London, 1983;
- Appadurai A., "Modernity at large", University of Minnesota Press, Minnesota, 1996;
- Azuma H., "Generazione otaku", Jaca Book, Milano, 2010;
- Barnett C., Cloke P., Clarke N., Malpass A., "Consuming Ethics: Articulating the Subjects and Spaces of Ethical Consumption", in "Antipode", vol. 37, n 1, pp. 23-45, 2005;
- Becker e Geer, "Etnografia e Società", MIMESIS, 1960;
- Bellah R.H., et al, "Habitas of the Hearth: Individualism and Commitment in American Life", University of California Press, Berkeley, California, 1984, trad. it. "Le abitudini del cuore", Armando, Roma, 2001;
- Boccia Artieri G., "Eter-utopia e internet. Fuori dal Novecento e dalla cyber-utopia", in L.Mazzoli, G. Zanchini (a cura di), "Utopie. Percorsi per immaginare il futuro", Codice Edizioni, Torino, 2012;
- Boccia Artieri G., Gemin L., Pasquali F., Carlo S., Farci M., Pedroni M., "Fenomenologia dei social network", Guerini e Associati, Milano, 2017;
- Bourdieu P., "La distinzione. Critica sociale del gusto", 1979, Il Mulino, Bologna, 2001;
- Bourdieu P., "Forme di capitale", a cura di Marco Santoro, Armando Editore, 2015;
- Burke P., "Storia e teoria sociale", Il Mulino, Bologna, 1973;
- Caruso E.C., "Nerdopoli. Espressioni di una comunità in evoluzione", Saggi Pop, 2018;
- Croteau D., Hoynes W., "Sociologia generale. Temi, concetti, strumenti", Milano, McGraw-Hill Education, 2015;
- Colombo F., Boccia Artieri G., Del Grosso Destreri L., Pasquali F., Sorice M. (a cura di), "Media e generazioni nella società italiana", FrancoAngeli, Milano, 2012;
- Comunello F., Mulargia S., "Giovani e videogame", in C. Riva, C. M. Scarcelli (a cura di), "Giovani e media: temi, prospettive, strumenti", McGraw-Hill, Milano, 2016;
- Couldry N., "Sociologia dei nuovi media", Pearson, Milano, 2015;
- Davidson W.P., "The tirth person effect in comunicazione" in "Public Opinion Quarterly, n°47, pp1-15, 1983;
- Degli Espositi P., Riva C., Setiffi F., "Sociologia dei consumi", Utet, Torino, 2019;
- Di Maggio P., "Cultura e cognizione, 2009, In Santoro M. e Sassatelli R. (Eds.) "Studiare la cultura. Nuove prospettive sociologiche". Il Mulino, Bologna, ed. orig.: 1979;
- Durkheim E., "Le forme elementari della vita religiosa", ed. orig. 1912, Comunità, Milano, 1963

Fanchi M., "L'audience", Laterza, Roma-Bari, 2014;

Ferrarotti F., "La Storia e il quotidiano", Laterza, Roma-Bari, 1986;

Fine G.A., "Piccoli gruppi e creazione culturale", In: Santoro M., e Sassatelli R., (Eds.) "studiare la cultura. Nuove prospettive sociologiche", Il Mulino (ed. orig.:1979), Bologna, 2009;

Fiske J., "L'economia popolare", 2008, In Mora, E (Ed) "Gli attrezzi del vivere", Vita e Pensiero, Milano, ed. orig.: 1993;

Gandolfi E., "Generazione Nerd. Gioco, tecnologia e immaginario di una subcultura mainstream", MIMESIS, Milano, 2014;

Garfinkel H., "Studies of the routine grounds of everyday activities", Social Problems, 11.3, 1964;

Geertz C., "The Interpretation of Cultures", Basic Books, New York, 1974; trad. it. "Interpretazioni di culture", Il Mulino, Bologna, 1998;

Gelder K., "Subcultures", Routledge, New York, 2007;

Giddens A., "Identità e società moderna", Ipermedium Libri, Milano, 2001;

Goffman E., "The Presentation of Self in Everyday Life", Doubleday Anchor, Garden City, New York, 1959-80; trad. it. "La vita quotidiana come rappresentazione", Il Mulino, Bologna, 1997;

Goffman E., "Frame Analysis", Harvard University Press, Cambridge, Mass., 1974, trad. it. "Frame analysis: l'organizzazione dell'esperienza", Armando, Roma, 2001;

Grisworld W., "Sociologia della cultura", il Mulino, Bologna, 2005;

Griswold W., "Diamanti, civette e (nuovi) media, ovvero come mettersi d'accordo sull'analisi culturale", in Santoro, pp.29-46, 2007;

Hall S., "Who needs "Identity"?", In: du Gay P., and Hall S., (Eds.), "Questions of cultural identity", Sage, Londra, 1996;

Hall S., "Representation, meaning and language", In: Hall S., (Ed.), "Representation, cultural representation and signifying practices", Sage, Londra, 1997, e Jefferson T., "Resistance through rituals. Youth subcultures in post-war Britain", Routledge, Londra, 1976, "Appunti sulla decostruzione del termine "popolare" in "Gli attrezzi del vivere", Vita e Pensiero, Milano, ed. orig.: 1976;

Hills M., "Fan Cultures", Routledge, London-New York, 2002;

Hirsch P.M., "Processing Fads and Fashions: An Organization Set Analysis of Culture Industry System", in "American Journal of Sociology", 77, pp.639-659, 1972;

Jenkins H., "Convergence culture: where old and new media collide", New York University Press, New York, 2006;

Jenkins H., "Fan, blogger e videogamers. L'emergere delle culture partecipative nell'era digitale", Apogeo, Milano, 2008;

Krotz F., "Mediatization: A Concept with which to Grasp Media and Societal Change", in K.

Lewis L. (a cura di), "The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media", Routledge, London, 1992;

Lewis L., Potter E. (a cura di), "Ethical Consumption. A Critical Introduction", Routledge, London, 2010;

Livingstone S., "Ragazzi Online. Crescere con internet nella società digitale", Vita&Pensiero, Milano, 2010;

Lundby (a cura di), "Mediatization", Peter Lang, New York, 2009;

Lukàcs G., "L'uomo e la rivoluzione"; Editori Riuniti, Roma, 1973;

Scott McCloud "Capire il fumetto. L'arte invisibile" (1999)

Marcuse, H., "L'uomo a una dimensione. L'ideologia della società industriale avanzata", Einaudi, Torino, 1964;

McQuail D., "Sociologia dei media", il Mulino, Bologna, 2007;

Mead George Hebert., "Mind, self, and society", Charles W. Morris., Chicago: Chicago University Press 1934/1962;

Meyrowitz J., "No sense of Place: The impact of electronic media on social behavior", Oxford University Press, New York, 1985, trad. it. "Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale", Baskerville, Bologna, 1993;

Moore S., "Il consumo dei media: un approccio etnografico", il Mulino, Bologna, 1993;

Neisser U., "Conoscenza e realtà", Il Mulino, Bologna, 1981;

Ogburn W.F., "Social Change with Respect to Culture and Original Nature", Viking, New York, 1936;

Palmieri A., "Processi simbolici e dinamiche sociali", Il Mulino, Bologna, 1989;

Parsons T., "Structure and process in modern societies", Free Press, New York, 1960;

Pasquali F., "I nuovi media. Tecnologie e discorsi sociali", Carocci, Roma, 2003;

Pellegrin M., "Una lettura della sociologia...L'equivoco della città giardino", Celid, Torino 1953-1981;

Priarone S., "Nerd Power. C'è uno sfigato in tutti in noi e sta raschiando per uscire", Google Books, 2006;

Riva C., "Spazi di comunicazione e identità immigrata", FrancoAngeli, Milano, 2006;

Roberti G., "Vite da millennials: culture e pratiche comunicative della Generazione Y", Guerini scientifica, Milano, 2017;

Santoro M., Sassatelli R., "Studiare la cultura. Nuove prospettive sociologiche", il Mulino, Bologna, 2009;

Sciolla L., "Sociologia dei processi culturali" Il Mulino, Bologna, 2007;

Silverstone R., "Perché studiare i media?", il Mulino, Bologna, 2002;

Sherif M., "Groups in harmony and tension: An integration of studies on intergroup relations", Harper & Brothers, Londra, 1953;

Sorice M., "La ricerca sull'audience", Milano, Hoepli, 2007; "Sociologia dei mass media", Carocci, Roma, 2009;

Stella R, Riva C., Scarcelli C. M., Drusian M., "Sociologia dei new media", Utet, Torino, 2018;

Swilder, A. "Studiare la cultura. Nuove prospettive sociologiche", Il Mulino, Bologna, 1986;

Tarozzi, "Che cos'è la grounded theory", Carucci, Roma, 2010;

Turckle S., "La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di internet", Apogeo, Milano, 2005;

Watzlawick P., "Il Linguaggio del cambiamento. Elementi di comunicazione terapeutica", Milano, Feltrinelli, 2009, ed. orig.: 1977;

Weber M., "L'etica protestante e lo spirito del capitalismo", Rizzoli (ed. orig.: 1904), Milano, 2009;

Yee N., "Motivations for play in online games", in "CyberPsychology & Behavior", vol. 9, n. 6, pp. 772-775, 2006;