



Giovani, “stare insieme” significa prima di tutto amicizia: per 4 su 10 “vero spazio collaborazione

Descrizione

(Adnkronos) “Per 4 adolescenti su 10, “stare insieme” significa prima di tutto amicizia: uno spazio fatto di complicità, leggerezza e condivisione quotidiana. E tra i contesti in cui sperimentano il lavoro di squadra, la fiducia reciproca e il senso del “noi” seguono la scuola (22%) e lo sport (8,8%). “ quanto emerge da “Generazione Noi”, l’analisi promossa da Ringo e realizzata dal partner Extreme, società specializzata nell’analisi strategica delle conversazioni web e social, su oltre 35.000 contenuti social prodotti in lingua italiana su TikTok, Instagram e YouTube.

La ricerca si inserisce nella comunicazione di “Tra di noi c’è un più gusto”, la campagna con cui Ringo racconta il valore delle relazioni tra coetanei e del Terzo Spazio: quel luogo, fisico o simbolico, in cui gli adolescenti costruiscono relazioni, autonomia e identità lontano dalla supervisione diretta di adulti, genitori o insegnanti.

L’analisi si basa su un approccio di social listening qualitativo, che utilizza un sistema di ancorare semantiche costruite a partire da slang, espressioni ricorrenti e codici linguistici tipici dei ragazzi e delle ragazze tra i 13 e i 18 anni. Il linguaggio diventa la chiave per intercettare e interpretare le conversazioni: non solo oggetto di studio, ma anche strumento metodologico centrale.

Dai dati emerge con chiarezza anche dove gli adolescenti raccontano oggi lo stare insieme online: TikTok concentra il 50% delle conversazioni; Instagram il 49%; YouTube “ marginale. Un dato che racconta una socialità espressa attraverso formati rapidi, visivi e performativi. Su TikTok lo stare insieme prende forma in meme, slang e micro-rituali, mentre su Instagram diventa un racconto più editoriale e descrittivo, fatto di immagini e parole che fissano i momenti condivisi.

L’amicizia “ il primo pilastro della collaborazione, soprattutto per le ragazze adolescenti, per le quali rappresenta il cuore della socialità (54,2%). Tra i ragazzi adolescenti, invece, lo stare insieme si costruisce più spesso attraverso sport e attività condivise (49,3%). Lo sport emerge come spazio di appartenenza più che di performance: genera maggiore coinvolgimento quando viene raccontato

come esperienza collettiva. Il tono delle conversazioni Ã¨ prevalentemente positivo (51,1%), e ruota attorno a quattro pilastri: appartenenza attiva (37,1%), inclusione (28,4%), continuit  nel tempo (25%) e orgoglio condiviso (9,5%).

La scuola, pur comparando in meno conversazioni rispetto allo sport, genera un coinvolgimento medio pi  alto (oltre 5.300 like medi), confermandosi un grande denominatore emotivo. Non viene raccontata come un'istituzione, ma come uno spazio profondamente relazionale, in cui il gruppo diventa una risorsa fondamentale per vivere meglio la quotidianit . Dalle conversazioni emerge come stare insieme a compagni e compagne contribuisca innanzitutto ad alleggerire ansia e pressione (45,5%), rendendo pi  affrontabili verifiche, cambiamenti e nuove sfide. Accanto a questo, la scuola Ã¨ anche il luogo del sostegno pratico e concreto (31,8%): studiare insieme, aiutarsi, condividere appunti e prepararsi alle difficolt  quotidiane. Infine, Ã¨ lo spazio in cui si costruiscono ricordi comuni (18,2%), che rafforzano il senso di appartenenza e trasformano l'esperienza scolastica in una storia condivisa.

In questo scenario, anche il cibo assume un ruolo sociale molto concreto: la merenda torna spesso come rito informale di gruppo, un momento semplice ma identitario in cui ci si ritrova, si chiacchiera e si stacca dalle regole. Non Ã¨ solo consumo, ma condivisione: una pausa che diventa spazio di libert  e complicit . Il gioco on line (4,8% delle conversazioni) emerge come spazio sociale pieno: clan, team aperti, valutazioni di skill, gergo condiviso. L'intrattenimento non resta un'attivit  individuale, ma diventa un'occasione per creare piccole comunit  molto unite. In questo contesto, il digitale non sostituisce l'amicizia, ma la struttura e la rende pi  organizzata.

La musica (3,8% delle conversazioni) non risulta come semplice ascolto, ma diventa immaginario, sogno comune e desiderio, soprattutto nell'esperienza live, come un concerto, dove si trasforma in un rito di amicizia. Ã¨ anche una sfida creativa, in cui la performance smette di essere solo esibizione per diventare un'occasione per mettersi alla prova, migliorare e rafforzarsi reciprocamente.

Il racconto dello stare insieme passa anche, e soprattutto, dal linguaggio: Ã¨ uno degli elementi chiave attraverso cui gli adolescenti costruiscono e riconoscono il gruppo. Non si tratta solo di parole alla moda, ma di un vero codice identitario, fatto di slang, format narrativi e riferimenti condivisi.

Il lessico Ã¨ ibrido e nativo digitale: convive l'italiano con anglicismi, termini dal gaming, meme culture e dialetto remixato. Le espressioni pi  diffuse nelle conversazioni, come bro, bestie, random, chill o team, funzionano come segnali di appartenenza, mentre hashtag come #fyp o #perte servono a rendere il contenuto visibile e condivisibile.

Un ruolo centrale Ã¨ giocato dai format narrativi, in particolare il POV (Point of View), che permette di raccontare lo stare insieme in prima persona, trasformando situazioni quotidiane in micro-storie immediatamente riconoscibili. Il linguaggio Ã¨ breve, performativo e comunitario: pi  che spiegare, serve a far sentire dentro chi guarda. Emoji, allungamenti vocalici e punti esclamativi sostituiscono spesso le dichiarazioni esplicite di emozione. Nel complesso, il linguaggio racconta una generazione in cui il noi viene prima dell'io: le parole non servono solo a comunicare, ma a costruire legami e delimitare il gruppo.

Nel complesso, l'analisi restituisce l'immagine di una generazione fortemente relazionale, lontana dall'idea di individualismo spesso associata ai giovani. I ragazzi e le ragazze adolescenti di oggi non utilizzano il digitale per sostituire le relazioni, ma per estenderle e amplificarle: lo stare insieme nasce nella quotidianità offline (a scuola, nello sport, nel tempo libero) e viene poi raccontato e condiviso online come parte integrante dell'esperienza.

I valori che emergono dall'analisi di Extreme prendono forma concreta in LabiRingo, l'installazione esperienziale che Ringo porterà nelle piazze italiane per invitare ragazzi e ragazze adolescenti a giocare insieme. Un vero Terzo Spazio fisico, pensato come luogo di incontro, relazione e scoperta, in cui la collaborazione non è solo un tema, ma una condizione necessaria per vivere l'esperienza.

LabiRingo è un percorso immersivo e condiviso che accompagna i partecipanti all'interno di un labirinto fatto di prove, intuizioni e piccoli obiettivi da superare insieme. Ogni tappa è progettata per stimolare il lavoro di squadra, la complicità e la capacità di coordinarsi, trasformando il gioco in un'esperienza collettiva. All'interno dell'installazione, le persone vengono coinvolte in diverse attività che richiedono collaborazione e fiducia reciproca: solo agendo insieme è possibile orientarsi, avanzare nel percorso e arrivare all'uscita finale, dove l'esperienza viene celebrata e condivisa. Il labirinto diventa così una metafora concreta dello stare insieme: un viaggio fatto di scelte comuni e risultati condivisi.

Con Tra di noi abbiamo voluto valorizzare quei momenti in cui gli adolescenti stanno insieme in modo spontaneo e autentico commenta Susanna Catelli, Senior Marketing Manager Ringo. Il Terzo Spazio è proprio questo: un luogo in cui si cresce attraverso le relazioni, fuori dalle logiche di competizione e giudizio. Con LabiRingo trasformiamo questo concetto in un'esperienza reale, creando spazi che invitano a collaborare, condividere e divertirsi, parlando il linguaggio delle nuove generazioni e rispettandone tempi e modalità. LabiRingo debutterà a Milano, in Piazza Gae Aulenti, dal 6 all'8 marzo, proseguirà a Napoli, in Piazza Dante, dal 13 al 15 marzo e, infine, approderà a Bari, in Largo Giannella, dal 20 al 22 marzo, per tre weekend dedicati al gioco e alla collaborazione.

lavoro

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Marzo 4, 2026

Autore

redazione

default watermark