



Università
Ca' Foscari
Venezia

*Corso di Laurea magistrale
(ordinamento ex D.M. 270/2004)
in Lavoro, cittadinanza sociale,
interculturalità*

Tesi di Laurea

—

Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

Immigrazione e trasformazioni urbane.

Un approfondimento etnografico sulle
attività commerciali gestite da immigrati
nella zona della stazione a Padova:

un confronto.

Relatore

Ch. Prof. Francesco Della Puppa

Laureanda

Letizia Menallo

Matricola 850597

Anno Accademico

2013 / 2015

Questa tesi è nata in un periodo molto difficile della mia vita, voglio dedicarla alla mia famiglia che mi è stata vicina sostenendomi in ogni modo e al mio figlio/a che anche se non lo sapevo era già con me mentre la scrivevo.

Introduzione	4
Capitolo 1: Gli imprenditori stranieri in Italia.....	8
1.1 Gli imprenditori immigrati a Padova	12
Capitolo 2: Gli imprenditori immigrati in città. Teorie e scenari.....	18
2.1 Il lavoro autonomo come reazione alle discriminazioni subite nel mercato del lavoro	26
2.2 I negozi e la percezione dell'insicurezza.....	31
Capitolo 3: Nel cuore dell'etnografia.....	36
Capitolo 4 : Due casi in città	43
4.1 Lo spazio interno ed esterno del negozio	45
Lo spazio senza tempo	53
4.2 Il cibo come elemento culturale	57
4.3 Parrucche, extensions e l'omologazione dei canoni estetici occidentali	61
4.4 La prospettiva dei gestori	66
L'ambivalente rapporto con i clienti	68
I figli : tra spazi dedicati e aspettative dei genitori.....	75
Capitolo 5: Gli autoctoni e i negozi gestiti dagli immigrati	80
5.1. Le frequentazioni e la zona	85
5.2 Il Progetto "I sapori delle culture"	91
Proposte per il futuro.....	94
Conclusioni	96
Riferimenti bibliografici.....	104

Introduzione

Il paesaggio della città contemporanea si trasforma continuamente: la città è pertanto chiamata a interrogarsi sulle sue differenze e su come queste si definiscono negli spazi di vicinato; ecco che si iniziano a condividere e dividere spazi ed emerge una difficoltà diffusa da parte degli autoctoni ad accettare questa prossimità spaziale caratterizzata da distinti modelli di appropriazione e uso dello spazio pubblico manifestati da chi è segnato collettivamente quale “intruso impertinente” (Agustoni, Alietti, 2009). Oggi l’incontro con lo ‘straniero’ è segnato infatti da una chiusura sociale e spaziale; la prossimità fisica non necessariamente riduce la distanza sociale, anzi la può accrescere (Chamboredon, Lemaire, 1970)¹, in quanto agenti vicini nello spazio fisico ma lontani nello spazio sociale non diventeranno più vicini socialmente proprio perché lo spazio è sempre uno spazio gerarchizzato che riproduce le gerarchie presenti nella società più ampia (Bourdieu, 2015) ed è questo uno dei punti che la presente ricerca si è proposta di indagare. L’apertura di un nuovo negozio gestito da immigrati proprio accanto a un negozio italiano, magari presente nel quartiere da decenni, andrà a ridefinire ad esempio l’uso dello spazio circostante il negozio, che potrà diventare luogo di sosta di connazionali o punto di ritrovo, svolgendo magari la stessa funzione dei tavoli di un bar italiano ma acquistando un significato diverso agli occhi degli autoctoni. Infatti la presenza immigrata in un quartiere comporta per l’autoctono una percezione di svalorizzazione del proprio status sociale attraverso il supposto deterioramento dell’ambiente di vita (Agustoni, Alietti, 2009), e questo vale sia per il progressivo aumento di negozi gestiti dagli immigrati, visti come causa del degrado urbano, sia per la concentrazione abitativa degli immigrati in certi quartieri della città. Tale percezione di svalorizzazione da parte degli autoctoni è legata alla diffusa svalorizzazione sociale di cui è oggetto la popolazione immigrata, che porta di conseguenza anche a una svalorizzazione degli

¹ Cit. in Agustoni e Alietti, 2007.

spazi a contatto con l'immigrato, sia su un piano economico che sociale (calo del prezzo degli immobili, stigmatizzazione dei media a proposito degli aspetti legati alla sicurezza pubblica..). Questo rende di conseguenza una zona come quella considerata in questa ricerca un'area stigmatizzata che, come tutte le aree stigmatizzate, tende a degradare simbolicamente i propri abitanti, i quali in cambio simbolicamente la degradano a propria volta; al contrario le aree della città considerate più qualificate e prestigiose valorizzano i suoi abitanti in quanto permettono loro di beneficiare di un certo capitale sociale e materiale. Come ho già detto ogni spazio della società gerarchizzata è gerarchizzato a sua volta ed esprime gerarchie e distanze sociali, per cui spesso le strutture sociali diventano strutture spaziali, naturalizzandosi, producendo così un'inerzia dello spazio sociale che lo porta ad essere difficilmente modificabile se non tramite l'improbabile ipotesi di uno sradicamento di gruppi di persone (Bourdieu, 2015).

Questa polarizzazione socio spaziale è favorita dalle forze di mercato e va a determinare la configurazione del quartiere: infatti è nei quartieri più abitati da immigrati che troveranno terreno fertile le attività commerciali gestite da questi ultimi, proprio in quanto hanno la possibilità di contare su una certa clientela molto più numerosa rispetto alle altre zone della città. Lo scopo della presente ricerca è stato proprio quello di analizzare più da vicino queste dinamiche, prendendo in esame il contesto della zona della stazione di Padova, tramite una prospettiva etnografica. In particolare ho voluto focalizzarmi sulle attività commerciali della zona gestite dagli immigrati, interfacciandomi con i gestori e i clienti che lavorano e transitano frequentemente in questa parte della città. Ho voluto comprendere chi fossero le persone che frequentano questi luoghi, e secondo quali modalità fossero presenti gli autoctoni, osservando il multiculturalismo quotidiano (Colombo, Semi, 2007) che prende vita in questi contesti e le dinamiche sociali ed urbane ad esso collegate; inoltre ho cercato di analizzare le pratiche che prendono forma attorno ai negozi gestiti da immigrati e quali attori sociali ne sono protagonisti, partendo dall'ipotesi che tali luoghi potessero configurarsi come punti di ritrovo fornendo aiuto e supporto ai connazionali, oltre che fungere da punti di riferimento per la ricostruzione di una

propria immagine di sé. Ho poi cercato di approfondire il punto di vista dei gestori, cercando di comprendere i significati e le percezioni rispetto alla propria mobilità sociale, alle opportunità di riconoscimento e di acquisizione di un diverso status che ciò potrebbe comportare o meno. Infatti questo nuovo status potrebbe permettere di comprendere meglio le norme e il funzionamento della società di arrivo nonché di avere maggiori contatti e scambio di buone prassi con gli autoctoni che svolgono il loro stesso mestiere o frequentano il loro negozio. Dall'altro lato mi sono però anche chiesta se il negozio, se frequentato solo da altri immigrati, potesse aumentare l'esclusione sociale e simbolica operata dalla società di immigrazione non solo nei confronti dei negozianti ma anche degli stessi clienti immigrati, influenzando sul rapporto tra l'immigrato e la società.

La tesi affronterà il tema inizialmente fornendo nel primo capitolo una panoramica nazionale e regionale sul fenomeno dell'imprenditoria immigrata che costituisce oggi un fenomeno fortemente in espansione; nel secondo capitolo verrà inquadrato il tema passando in rassegna una buona parte della letteratura esistente, focalizzandosi sugli approcci di matrice sociologica e sociologica economica, approfondendo in particolare la questione delle discriminazioni all'interno del mercato del lavoro nei confronti degli stranieri oltre che le paure urbane legate alla presenza di queste nuove attività commerciali; il terzo capitolo illustra invece la metodologia e le strategie utilizzate per realizzare la ricerca, soffermandosi sulla scelta dei luoghi e sulle modalità di accesso al campo. Il quarto capitolo inizia a presentare i due casi presi in esame nello specifico, analizzando gli spazi esterni ed interni dei due luoghi, approfondendo tramite gli estratti delle interviste sul campo e del diario etnografico i punti di vista dei vari attori sociali presi in esame. Sempre nel quarto capitolo vengono dedicati due sottocapitoli all'approfondimento di due elementi correlati alle specificità dei due luoghi analizzati: il cibo come elemento culturale per quanto riguarda il ristorante e l'omologazione dei canoni estetici per il negozio di parrucchiere-barbiere. Il quinto capitolo, infine, approfondisce il punto di vista degli autoctoni focalizzandosi sulle percezioni circa la zona in cui si collocano le due attività

commerciali e la clientela che li frequenta maggiormente, illustrando in ultimo un progetto realizzato dal Comune di Padova finalizzato a incoraggiare la frequentazione dei negozi gestiti dagli immigrati della zona stazione da parte degli autoctoni, promuovendo il dialogo interculturale.

Capitolo 1: Gli imprenditori stranieri in Italia

La Commissione europea nel Piano di Azione Imprenditorialità 2020 ha riconosciuto per la prima volta il contributo degli imprenditori immigrati all'economia europea, attribuendogli un ruolo fondamentale per il rilancio economico dell'UE. In Italia risulta infatti che le imprese condotte da stranieri contribuiscano con 94 miliardi di euro alla creazione del 6,5 % del valore aggiunto nazionale; in particolare in Veneto contribuirebbero al 10,7 % del PIL (fonte: fondazione Moressa 2015).

Parlando del tasso di occupazione in generale i dati del 2014 sull'inserimento degli immigrati nel mercato del lavoro riportano un tasso maggiore di disoccupazione rispetto agli italiani dovuto principalmente al loro impiego all'interno dei settori produttivi più colpiti dalla crisi, come ad esempio le costruzioni e la manifattura; al contrario il tasso di occupazione risulta più alto per gli stranieri che per gli autoctoni, con un 55,4% dei primi su un 58,5% dei secondi², situazione causata da diversi fattori tra cui la necessità degli immigrati di evitare l'irregolarità amministrativa, risultando per cui disposti ad accettare qualsiasi tipo di impiego, oppure anche il recente ingresso di molti familiari ricongiunti che si inseriscono nel mercato del lavoro per integrare il reddito familiare.

Nel caso italiano al 2014 le imprese di immigrati arrivano a quota 524.674, rappresentando l'8,7 % delle imprese totali in Italia di cui la quasi totalità (94,1%) è ad esclusiva conduzione immigrata. In particolare il Veneto appare una regione virtuosa in tal senso, collocandosi al quinto posto tra le regioni italiane per numerosità di imprese e imprenditori immigrati: nel 2014 In Veneto sono state censite 44.639 imprese e 56.200 imprenditori su un totale di 632.141

² Fonte: elaborazioni Fondazione Leone Moressa su dati Istat Rcl (2015)

imprenditori. (fonte: Fondazione Leone Moressa 2015). Secondo i dati al 30-6-15 della Camera di commercio di Padova alcune provincie del Veneto figurano inoltre tra le 20 provincie italiane con più imprenditori extracomunitari (Padova con 7799 unità, Treviso con 9.217 e Verona con 8.392).

valori assoluti al 30-06-15		
1	MILANO	50.723
2	ROMA	47.121
3	TORINO	17.836
4	NAPOLI	15.625
5	FIRENZE	14.241
6	BRESCIA	11.952
7	BOLOGNA	10.007
8	GENOVA	9.973
9	TREVISO	9.217
10	BERGAMO	8.739
11	VERONA	8.392
12	PRATO	8.384
13	CASERTA	7.874
14	PADOVA	7.799
15	VENEZIA	7.556
16	REGGIO EMILIA	7.511
17	MODENA	7.433
18	PALERMO	7.378
19	VICENZA	7.196
20	VARESE	6.440

Fonte: Adattamento Tab.p.55 Prime20 Provincie italiane per imprenditori extracomunitari, Rapporto 951 Camcom (2015)

Complessivamente si registra in tutto il paese un aumento di imprese straniere del 15.6% rispetto al 2011, a fronte di una diminuzione di quelle autoctone pari al 2,5%. Gli aumenti più significativi sono stati riscontrati nel settore della ristorazione e del commercio con un trend

positivo di 6,5 e 5,9 punti percentuali, dove il commercio rappresenta il settore con più imprenditori immigrati, pari a 218.170 unità. Gli imprenditori stranieri sono aumentati significativamente anche nel settore agroalimentare, come confermato anche dalla Camera di Commercio di Padova, dove si riscontra un aumento del 14,8% nel periodo dal 2009 al 2014.

Tab. 4.6. Variazione % imprenditori immigrati per settore. Intervallo 2013-2014. Settori con crescita maggiore Variazione %

Servizi alle persone	+6,5
Commercio	+5,9
Servizi alle imprese	+4,8
Alloggio e ristorazione	+4,3
Agricoltura, silvicoltura, pesca	+2,7
Manifattura	+1,3
Costruzioni	+0,5
Tot.	+3,8

Fonte: elaborazioni Fondazione Leone Moressa su dati Infocamere

Tab. 4.3. *Imprenditori immigrati in Italia per settore, anno 2014*

Settori	Imprenditori immigrati	Distribuzione immigrati (%)	Variazione % 2009-2014 autoctoni
commercio	218.170	34,5	24,1
costruzioni	140.348	22,2	13,1
Servizi alle imprese	98.332	15,6	22,7
manifattura	64.074	10,1	12,9
Alloggio e ristorazione	60.250	9,5	7,5
Servizi alla persona	32.491	5,1	7,2
Agricoltura, silvicoltura, pesca	18.044	2,9	12,5
totale	<i>Tot. 632.141*</i>	100,0	100,0

* Nel totale sono comprese 432 imprese non classificate. *Fonte:* elaborazioni Fondazione Leone

Moressa su dati Infocamere

In merito alle nazionalità più rappresentate nell'intervallo 2013-2014 si è riscontrato sul suolo italiano un forte aumento dei bangladesi, pari a +19,2 punti, seguiti anche da senegalesi, egiziani, cinesi, marocchini e rumeni.

L'indagine della fondazione Moressa ha poi analizzato alcuni gruppi in particolare; qui mi limiterò a citare brevemente il Marocco dal momento che è una delle due nazionalità che hanno interessato il presente lavoro. I marocchini rappresentano secondo i dati 2014 il 10,9% degli imprenditori stranieri, pari a 69.182 unità concentrate soprattutto in Lombardia; maggiormente presenti nel commercio (71,2%) registrano molte presenze anche nei settori delle costruzioni e dei servizi alle imprese. Nel paragrafo successivo analizzerò il fenomeno nel contesto regionale veneto.

1.1 Gli imprenditori immigrati a Padova

La ricerca prende in esame la città di Padova, nello specifico la zona adiacente alla stazione dei treni, dove si concentra la maggioranza delle attività imprenditoriali straniere.

Dal 1994 al 2014 la popolazione totale residente nella città di Padova ha subito una flessione dell'1,25%, mentre il numero degli stranieri è quasi decuplicato: la percentuale degli stranieri ha registrato infatti di un ventennio un progressivo aumento che si è intensificato a partire dall'anno 2002. Fa eccezione il 2013, anno in cui sono state regolarizzate molte posizioni anagrafiche di immigrati a seguito dei risultati del censimento. (Fonte: Comune di Padova,)

Le principali comunità straniere a Padova risultano essere quella rumena, moldava, nigeriana, marocchina, cinese, albanese, filippina, bangladese, ucraina (fonte: comune di Padova,2014); Il comune ha in particolare pubblicato un approfondimento su due delle comunità straniere più presenti in città, la comunità nigeriana (oggetto anche di uno dei due casi di questo studio) e quella rumena : per la nazionalità nigeriana si segnala che nel quartiere Nord si riscontra la maggior presenza di cittadini Nigeriani (36%) seguito dal quartiere Est (22%) e dal quartiere Ovest (20%), molto bassa invece la presenza nel quartiere Centro (2,9%). Andando nel dettaglio le unità urbane più popolate dai Nigeriani sono "Arcella", "San Carlo" e "Brusegana", in cui all'Arcella il numero totale dei residenti nigeriani al 2014 risulta essere pari a 879 unità, mentre è pari a 22 unità la popolazione nigeriana nella zona della stazione ferroviaria. Si riscontra che complessivamente nel decennio la popolazione Nigeriana è aumentata di due volte e mezzo, con una prevalenza nella componente maschile.

Come già visto nel paragrafo precedentemente negli ultimi due anni si è assistito in Italia a un complessivo aumento degli imprenditori stranieri, trend che si rispecchia nella città di Padova presa in esame nella presente ricerca: gli incrementi più notevoli per quanto riguarda Padova nello specifico sono avvenuti nei settori dell'agricoltura e del commercio-ristorazione, mentre per i servizi alle persone (di cui fanno parte tra gli altri anche i negozi di parrucchieri ed estetica, presi in esame nella presente ricerca) l'andamento padovano si discosta da quello

italiano e veneto, presentando una lieve diminuzione nel biennio preso in esame, pari allo 0,8 %.

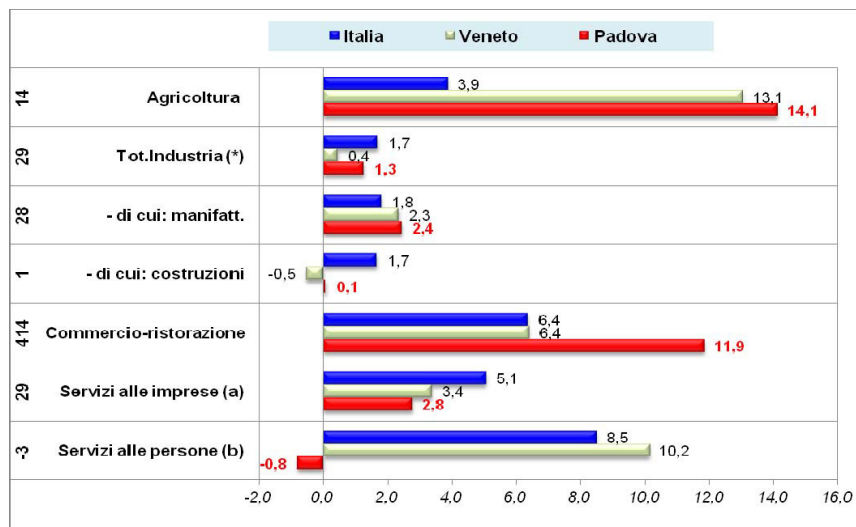
I settori con più numerosità di imprenditori sono rappresentati dal commercio al primo posto, seguono le attività manifatturiere e il settore dell'alloggio-ristorazione: su un totale di 7309 imprenditori ben 2425 appartengono infatti al settore del commercio, 1148 alle attività manifatturiere e 1065 all'alloggio-ristorazione.

Settori	Città di Padova
agricoltura e pesca	99
estrattive	0
attività manifatturiere	1148
Energia	36
reti idriche, servizio rifiuti	4
commercio	2425
costruzioni	1114
trasporti	220
alloggio e ristorazione	1065
editoria informatica telecomunicazioni	137
att.finanziarie assicurative	54
attività immobiliari	213
attività professionali	199
altri servizi imprese	224
Istruzione	19
sanità e assistenza sociale	16
att.artistiche, sportive, ecc	65
altri servizi personali	265
non classificate	6
Totale	7309
<i>di cui industria e terziario</i>	7210

fonte: Camera di Commercio di Padova, Rapporto n.951, adattamento tabella p.12.

IMPRENDITORI EXTRACOMUNITARI- TASSI DI CRESCITA PER MACROSETTORI.

Var % 2014-2015 al 30.06.

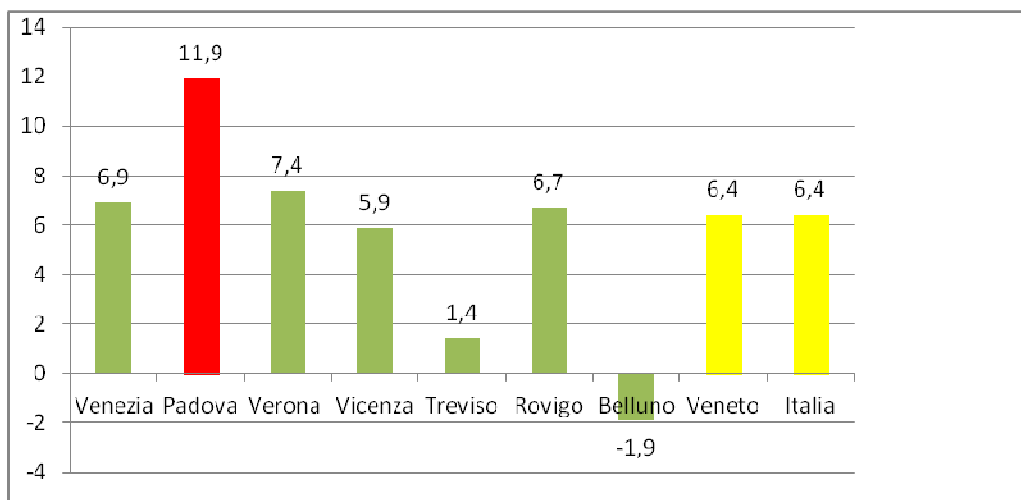


Fonte: rapporto n. 951 Camera di commercio di Padova

In particolare per la Provincia di Padova i settori del commercio al dettaglio e della ristorazione risultano essere i settori con una più alta percentuale di imprenditori extracomunitari sul totale degli imprenditori in generale, con un 13,5 % di imprenditori immigrati nel commercio al dettaglio e un 14,7 % nei servizi della ristorazione; in questo campo spiccano inoltre gli imprenditori impiegati nel settore delle telecomunicazioni, che rappresentano il 24, 2% sul totale degli imprenditori (fonte: camera di Commercio di Padova, 2015).

Comparando le città venete Padova si distingue in particolare per un aumento maggiore nell'ultimo biennio di imprenditori nel settore della ristorazione, pari all'11,9 % contro una media del 6% per le altre città, per la regione Veneto e l'Italia in generale.

IMPRENDITORI EXTRACOMUNITARI COMMERCIO-ALBERGHI-RISTORAZIONE. Var % 2014-2015 al 30.06



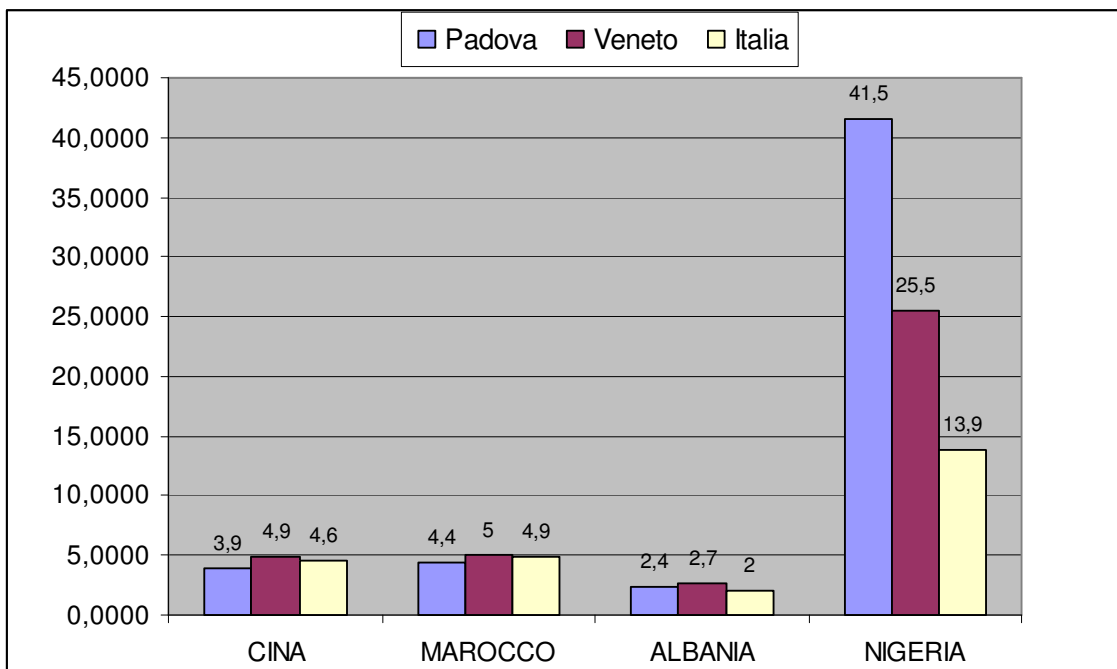
Fonte: Camera di Commercio di Padova, 2015.

Le nazionalità più rappresentate per la Provincia di Padova sono, in ordine: Cina, Nigeria, Marocco, Albania, Svizzera, Ex Jugoslavia, Moldavia, Bangladesh, Tunisia, Iran. Per quanto riguarda la città di Padova nello specifico i dati al 30.06.2013 registrano la prevalenza di imprese gestite da bengalesi, cinesi, moldavi e nigeriani; nello specifico: 309 imprenditori nigeriani pari al 69,3% del totale nella provincia, operanti essenzialmente nel settore del commercio (345 unità pari al 77,4% del totale di quelli operativi nell'insieme della provincia al 30.6.2013); 190 imprenditori bengalesi operanti essenzialmente nel settore del commercio (169 unità pari al 72,5% del totale di quelli operativi nell'insieme della provincia al 30.6.2013); 734 imprenditori cinesi (il 37,1% per 734 unità su un totale di 1.976 nella provincia) operanti essenzialmente nel settore delle attività manifatturiere, nel settore alloggio e ristorazione nonché nel commercio; 171 imprenditori moldavi pari al 50,3% del totale nella provincia, operanti

essenzialmente nel settore delle costruzioni. Le nazionalità meno rappresentate sono gli albanesi (99 unità), i bosniaci (13 unità), i marocchini (99 unità), i tunisini (63 unità) e i serbi (79 unità).³

Nella Provincia di Padova spiccano gli imprenditori nigeriani, che nell'ultimo biennio sono cresciuti in maniera esponenziale, del 41,5%, superando nettamente tutte le altre nazionalità, risultando al 30.06.2015 pari a 845 unità.

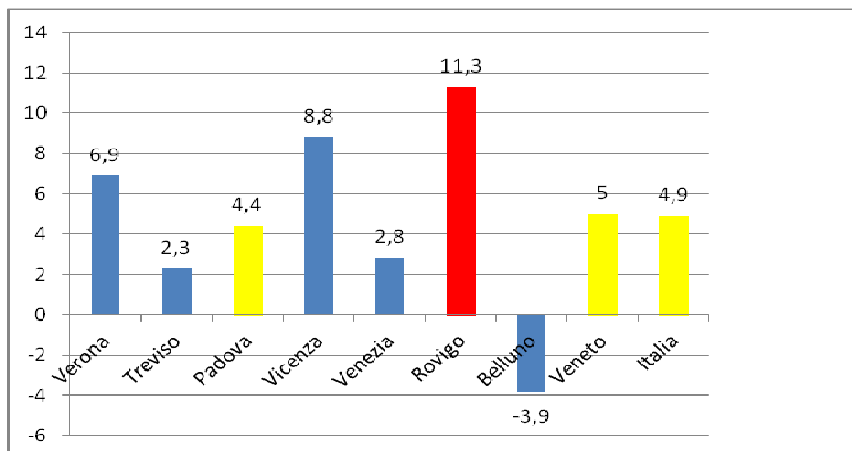
**TASSI DI CRESCITA IMPRENDITORI EXTRACOMUNITARI
PRINCIPALI NAZIONALITA' - 2014-2015 al 30.6**



Anche gli imprenditori marocchini, seconda nazionalità dei casi studio di questa ricerca, presentano un buon tasso di crescita nel biennio 2014-2015, pari al 4,4 %, sebbene nettamente inferiore rispetto alla Provincia di Rovigo che conta un aumento dell'11,3 % sempre nell'arco di tempo considerato; attualmente la Provincia di Padova conta un numero di imprenditori marocchini pari a 625 unità su un totale di 4.994 nella regione Veneto.

³ Camera di commercio di Padova, Rapporto n. 785

IMPRENDITORI DI ORIGINE MAROCCHINA-TASSI DI CRESCITA. VAR %2014-2015 al 30.06



Capitolo 2: Gli imprenditori immigrati in città. Teorie e scenari

Lo studio dell'imprenditoria straniera in letteratura è stato condotto negli anni attraverso teorie di matrice sia sociologica che economica e sociologica-economica. Secondo l'efficace sintesi di E. Barberis (Barberis, 2008) gli studi che si focalizzano sul fenomeno dal punto di vista del posizionamento delle imprese sul mercato analizzano sia con un approccio culturale che con uno strutturale l'ingresso degli immigrati nelle economie occidentali: l'approccio culturale (*Ethnic economy*) suddivide le imprese gestite da stranieri in *ethnic enclaves* e *ethnic niche*⁴ in

⁴ Il termine etnico racchiude in sé, secondo alcuni autori, una pesante ambivalenza, in quanto funzionerebbe stigmatizzando e inferiorizzando le classi subalterne e le popolazioni colonizzate, originarie delle nazioni sfavorite dalle diseguaglianze economiche e di sviluppo del Sud del mondo, alludendo ad un primitivismo ancestrale, incorporato nella genetica, e ad un inevitabile rimando alla loro natura tribale. Per Pietro Basso, esso viene attualmente utilizzato al fine di mascherare il razzismo alludendo di fatto a una disuguaglianza tra razze ma senza nominarla apertamente; addirittura risulterebbe ancora più inferiorizzante in quanto "serve a frammentare le stesse identità di nazione e razza, che sono senza dubbio, a un livello superiore, accomunanti" (Basso, 2000, p.10), per cui ad esempio non esiste più una razza nera unitaria bensì varie etnie nere irriducibili tra loro. In particolare per le popolazioni del terzo mondo si abusa del termine *etnico* per indicare tutte le cose che li riguardano, dalla musica, alla cucina, alle tradizioni, alle guerre. L'utilizzo di questo termine si inscriverebbe inoltre perfettamente nel discorso razzista storico che agisce come forza di conservazione dell'oppressione di razza, a danno di quelle razze 'schiave' per natura (i colorati, i proletari, le donne); per quanto riguarda in particolare l'eticizzazione delle genti di colore essa ha il preciso scopo di comprimere il costo del lavoro e i diritti dei lavoratori di colore, riproducendo sempre una dinamica di potere che vede delle *razze signore* dominare su delle *razze schiave*, ricreando la classica dinamica coloniale. (Basso, 2000). Anche secondo Fabietti 'l'identità etnica' è un costrutto che ha sempre posseduto una precisa volontà politica, sia da parte degli etnicizzati che da parte di chi opera l'eticizzazione: in particolare il colonialismo ha sempre teso ad enfatizzare le etnie allo scopo di prevenire un progetto di unità da parte delle popolazioni dominate, per preservare il nazionalismo degli stati dominanti europei. Il costrutto dell'etnia contiene dunque una natura etnocentrica che ripropone i rapporti di forza all'interno della società e una precisa tendenza alla frantumazione e cristallizzazione della complessità, raggruppando elementi che non si prestano ad essere omogeneizzati, in quanto le etnie quanto le società e le culture sono in continuo mutamento e non

cui la prima definizione considera tali imprese caratterizzate da un'economia volontariamente e funzionalmente chiusa, mentre la seconda le considera gruppi impegnati a conquistare e difendere un segmento del mercato del lavoro non rappresentando necessariamente un sistema chiuso. Se nell'approccio culturale l'analisi dell'influenza del contesto è assente, al contrario l'approccio strutturale si focalizza sul ruolo di regolamentazione del lavoro e di inclusione delle istituzioni, trascurando però le variabili individuali e sociali.

Un secondo filone di ricerca studia l'imprenditoria immigrata dal punto di vista della domanda e dell'offerta, considerando gli immigrati come imprenditori piuttosto che come individui appartenenti a un gruppo etnicizzato : Engelen (2001) focalizzandosi sull'aspetto della domanda, osserva come l'inserimento degli imprenditori stranieri nel contesto di arrivo dipenda principalmente dalle differenze dei regimi politici economici, da una dimensione temporale e dall'accessibilità dei mercati, per cui gli immigrati si inserirebbero facilmente in mercati altamente concorrenziali caratterizzati da scarse barriere in cui non sono inoltre richieste alte qualifiche (Kloostermann, in Rath, 2000), per poi però inserirsi in mercati non etnici in cui potersi ritagliare delle nicchie di specializzazione a fronte dell'altissima concorrenza. In particolare come anche affermano Jones, Barrett e Mc Evoy il post fordismo avrebbe creato un terreno fertile per lo sviluppo delle imprese etniche, unito ad altri cambiamenti della domanda come ad esempio la crescita di richiesta di cibo take away dovuta alla crescente entrata nel mercato del lavoro da parte delle donne e all'aumento delle persone che vivono sole, unito a una

manifestano caratteri di fissità. Dall'altro lato però l'autore afferma che pur essendo l'etnia una costruzione sociale e politica essa racchiude una certa parte di realtà nel momento in cui viene percepita dai gruppi stessi come sentimento comune di appartenenza finalizzato alla strutturazione di azioni comuni aventi uno scopo politico e mirato all'ottenimento di determinate risorse. Questo spiegherebbe il cosiddetto 'business dell'etnicità', in cui la cultura viene mercificata dagli stessi gruppi etnicizzati, al fine di far sopravvivere la propria tradizione ma anche per sostenere la popolazione locale o specifiche élites: in realtà anche in questo caso sebbene i gruppi etnicizzati operino per ottenere vantaggi per, sé si ripropone sempre comunque una dinamica di dominazione dal momento in cui l'etno-business si riproduce grazie a un capitale che è esterno ed estraneo alle comunità coinvolte (e che di solito appartiene ai popoli storicamente dominanti) (Fabietti, 1995).

maggior richiesta di flessibilità oraria che di solito viene offerta più dagli imprenditori stranieri che dagli autoctoni.⁵

Per Barberis quest'ultimo approccio rappresenta un riduzionismo economicista poiché trascura le specificità dell'imprenditoria immigrata come fenomeno sociale; lo stesso varrebbe per gli approcci che si focalizzano sull'offerta, come ad esempio lo studio di Ambrosini (Ambrosini, 2001): quest'ultimo opera una suddivisione delle imprese gestite da immigrati dal punto di vista del prodotto offerto e della clientela a cui si indirizza, distinguendo tra le imprese che si indirizzano a una minoranza commerciando prodotti culturalmente connotati (ad esempio i minimarket di prodotti etnici) in cui è forte la *ethnic loyalty* per cui i connazionali tenderebbero a acquistare unicamente da connazionali (Jones, Barrett, Mc Evoy); le imprese intermediarie che non vendono prodotti culturalmente connotati ma li adattano a una minoranza (ad esempio i phone center); le imprese esotiche che commerciano prodotti culturalmente connotati ma rivolgendosi a una clientela per lo più non appartenente a una minoranza (ad esempio le bancarelle gestite da bangladesi e pakistani che commerciano pashmine e tessuti di vario genere); le imprese aperte che non commerciano né prodotti culturalmente connotati né indirizzati a una clientela straniera, e infine le imprese etniche allargate caratterizzate dalla vendita di prodotti culturalmente connotati ma rivolti a una clientela mista, come ad esempio le macellerie halal, frequentate anche da persone autoctone e non musulmane grazie alla convenienza economica oltre che qualitativa e all'offerta di carni difficilmente reperibili nelle altre macellerie, come ad esempio l'agnello. Per molti autori proprio queste ultime attività riscoterebbero un maggiore successo, grazie alla loro capacità di espandersi oltre i confini etnici, indirizzandosi anche a clienti esterni al mercato etnico: riferendosi al contesto statunitense Waldinger cita in particolare i negozianti di nazionalità coreana, cinese e giapponese (Waldinger, cit. in Rath, 2000, p.44).

⁵ Jones, Barrett e Mc Evoy in Rath (2000) "Immigrant Business. The economic, political and social environment".

Per Barberis (2008) l'approccio più in grado di restituire il fenomeno dell'imprenditoria immigrata alla sua complessità è il concetto di *embeddedness* (traducibile in italiano con i termini 'radicamento' o 'incorporazione') che considera il comportamento economico influenzato dalle relazioni sociali, trattando quindi l'inserimento economico dei migranti come una questione sociale, finendo però per trascurare gli aspetti più economici.

Sulla scia di questi studi Portes (1995) offre un contributo ancora più completo distinguendo tra *embeddedness* strutturale e *embeddedness* relazionale, in cui la prima comprende vari aspetti del contesto di inserimento tra cui le politiche, le normative e il discorso dell'opinione pubblica sull'immigrazione nonché la fiducia esterna cioè la reputazione del gruppo verso membri rilevanti esterni al gruppo; l'*embeddedness* relazionale riguarda invece più propriamente le relazioni sociali interne al gruppo etnico. A questa catalogazione si lega l'approccio della *mixed embeddedness* di Kloostermann e Rath che come riportato da Güell (2015) si focalizza su tre livelli: un micro livello inerente ai singoli imprenditori e al loro sistema di risorse, un meso livello relativo alla struttura di opportunità locale e un macro livello legato al sistema istituzionale.

Più specificatamente a proposito dell'influenza del contesto urbano sullo sviluppo delle imprese gestite da stranieri concentrano l'attenzione Rekers e Van Kempen (in Rath, 2000), argomentando come questo aspetto sia sempre stato trascurato dalla precedente letteratura: l'approccio spaziale dei due autori individua che i tre fattori urbani che influenzano l'imprenditoria immigrata sono lo sviluppo economico (include il livello di disoccupazione, i cambiamenti della struttura di funzioni locale, le dimensioni e le tipologie di aziende locali, la diffusione del subappalto), le caratteristiche dei consumatori della città (dunque considerando gli stili di vita, le diverse possibilità economiche, il grado di partecipazione delle donne nel mercato del lavoro..) e infine l'ambiente urbano inteso sia come struttura spaziale della città, per cui bisogna considerare che in alcune zone più di altre si svilupperanno questi negozi, che in termini di politiche locali. Considerando che parlando di ambiente urbano la locazione di nuove

imprese gestite da stranieri dipende secondo gli autori dal tipo di attività, dai clienti potenziali e dalla fattibilità economica si deduce che i negozianti che vogliono indirizzarsi a clienti connazionali tenderanno ad aprire le loro attività in quei quartieri dove vive la maggior parte di essi. Anche le politiche locali, come abbiamo accennato, avrebbero un ruolo importante sia se si connotano come attive che come passive: un esempio di politica passiva è ad esempio, secondo gli autori, la decisione di non rafforzare i controlli; mentre una politica attiva è rappresentata dalle iniziative atte a fornire informazioni per l'avvio delle imprese agli stranieri interessati, fornendo opuscoli in lingua.

Abbiamo visto precedentemente come oggi siano in costante aumento gli imprenditori immigrati. Adottando l'approccio strutturale precedentemente citato, notiamo come il fenomeno sia dovuto innanzitutto a fattori sistemici per cui la ristrutturazione delle economie occidentali nel post fordismo ha favorito la frammentazione del tessuto produttivo in piccole unità attraverso i meccanismi del decentramento e del subappalto (si veda come questo accada per i servizi di pulizie, mense, facchinaggio, trasporti ...), conservando settori ed attività che in altri paesi occidentali sono andati declinando, come ad esempio il settore tessile, calzaturiero, l'edilizia, l'agricoltura; questa struttura ha lasciato di conseguenza ampio spazio all'economia sommersa dovuta alla necessità di compressione dei costi causata dall'elevata competizione, favorendo la domanda di lavoratori autonomi e piccoli imprenditori (Colombo e Sciortino, 2002).

L'ingresso delle grandi imprese è scoraggiato dall'instabilità e incertezza della domanda e dai mercati piccoli e differenziati; servono quindi lavoratori autonomi disposti ad accettare i rischi mettendosi in proprio consacrando al lavoro a ritmi molto più pressanti rispetto a quelli richiesti dal lavoro dipendente (Ambrosini, 2002 p.144) e chi è più disposto a questo sono proprio gli immigrati. Le loro attività economiche si concentrano soprattutto nelle aree metropolitane, perché lì più che altrove il lavoro qualificato degli strati professionali privilegiati genera una diffusa domanda di 'lavoro dequalificato', dunque nei servizi alle imprese, nei

servizi di manutenzione, nei servizi alle persone (Kloostermann in Rath, 2000). Quest'ultima tipologia di lavoro in particolare è frutto della caratteristica familistica del welfare italiano che sempre di più delega i servizi di cura alle famiglie (Esping Andersen, 1995) attirando da ormai molti anni un'ampia quota di lavoratori (soprattutto lavoratrici) immigrati.

Dal punto di vista culturale in molti paesi terzi vi è poi una diversa visione circa la gerarchia delle occupazioni, per cui attività indipendenti come il piccolo commercio, che per gli autoctoni comportano un mediocre status sociale, sono viste con più interesse dagli stranieri anche nei confronti della famiglia in patria in quanto rispondono a criteri di preferibilità sociale (Ambrosini, Abbatecola p.215).

Un altro fattore che spiega l'ampio accesso degli immigrati nell'imprenditoria va fatto risalire secondo Waldinger⁶ all'immigrazione come processo selettivo, in cui di fatto vengono privilegiati i soggetti più motivati e disposti ad assumersi rischi adeguandosi alle opportunità e ai cambiamenti.

Come sottolinea Ambrosini (Ambrosini, 2001 e 2002) le imprese gestite dagli immigrati presentano degli aspetti contraddittori, oscillando come ci ricorda anche Priori (in F.Pompeo, 2011) tra la solidarietà e lo sfruttamento e fra l'economia familiare e l'esercizio di un'egemonia da parte dei lungo soggiornanti sui nuovi arrivati : spesso in tali luoghi le condizioni di lavoro rasentano lo sfruttamento comportando un arretramento nelle conquiste sindacali degli ultimi decenni che spaventa i lavoratori italiani e gli imprenditori, preoccupati dalla concorrenza. Il più delle volte i dipendenti sono infatti parenti o amici, vincolati al gestore da più che un semplice rapporto di lavoro: in molti casi l'assunzione è legata anche a una disponibilità di alloggio per cui si creano rapporti molto stretti e reciproche obbligazioni. Il fatto che il lavoro autonomo permetta di impiegare una manodopera familiare è una delle ragioni che lo rendono ambito agli occhi degli immigrati, che così possono da un lato aiutare i parenti e i familiari nello sbocco

⁶ Waldinger (1990) cit in Ambrosini (2001) pag 146.

occupazionale e dall'altro ottimizzare le risorse economiche sfruttando il tipo particolare di relazione che come abbiamo detto si instaura in questi casi. Come vedremo, il lavoro permette il riconoscimento giuridico e sociale dell'immigrato per cui ricevere l'offerta di un lavoro rappresenta un radicale cambiamento di vita e un fattore di protezione, per cui vengono accettate facilmente anche condizioni di sfruttamento. Infatti questa condizione esistenziale fa sì che la manodopera operante in queste imprese sia flessibile e docile e di conseguenza ricattabile tanto quanto nel resto del mercato del lavoro gestito da autoctoni, con la differenza che nel primo caso sussiste un complesso sistema di obbligazioni. L'accesso al lavoro presso parenti o amici è anche un canale importante di ingresso in Italia, sia illegale che legale (anche se negli ultimi tempi le quote si sono abbassate considerevolmente per cui prevalgono gli ingressi illegali): queste situazioni possono però divenire un business in cui si sfruttano connazionali disposti a pagare e lavorare in condizioni precarie pur di entrare nel nuovo paese; tuttavia dal punto di vista della comunità di origine comportamenti del genere, che potrebbero essere considerati riprovevoli per la mentalità autoctona, acquistano agli occhi dei membri un valore positivo perché simbolo di solidarietà e sollecitudine nel prestare aiuto a parenti e amici (Ambrosini, 2001).

Si può affermare quindi che le reti migratorie suppliscono a una carenza di iniziative istituzionali per l'inclusione occupazionale dei migranti, risultando quindi da un lato essenziali per la sopravvivenza, tuttavia andando a ricreare quella etnicizzazione del mercato del lavoro precedentemente citata che ostacola l'accesso a lavori più qualificati, comportando di conseguenza un rischio di incapsulamento per gli individui che spesso dipendono da queste reti piuttosto che sfruttarle (Semi in Decimo e Sciortino, 2006).

Se questi sono alcuni degli aspetti potenzialmente "pericolosi" delle imprese gestite da immigrati si deve però osservare che esse sono una grande occasione di riscatto sociale per gli immigrati che faticano a ritagliarsi una nicchia nel mercato del lavoro dipendente, i quali acquisiscono così maggior rispettabilità e riconoscimento sociale nella società d'arrivo in cui

sono di norma associati alle occupazioni di livello più basso oppure considerati emarginati dediti ad attività illecite.

Come sottolineano alcune ricerche (Pompeo, Della Puppa e Gelati), questi luoghi svolgono anche altre funzioni benefiche per l'identità dell'immigrato in quanto rappresentando occasioni di aggregazione e ritrovo e mettendo a disposizione servizi specifici e prodotti tipici della madrepatria permettono di alleviare una parte del senso di estraneità dovuto alla distanza culturale con la società d'arrivo, contribuendo a migliorare le condizioni di vita (Ambrosini, 2002). Inoltre anche la società d'arrivo può beneficiare del fiorire di queste nuove attività che possono contribuire all'innovazione rendendo disponibili nuovi prodotti e spesso orari di chiusura posticipati rispetto ai negozi autoctoni (Jones, Barrett, Mc Evoy in Rath, 2000); considerando anche che il commercio dei nuovi prodotti permette di stipulare nuovi accordi commerciali con i paesi terzi e sempre più occasioni di occupazione per gli stranieri che possono dedicarsi ad attività di import-export. Focalizzandosi sulle funzioni sociali che i negozi possono svolgere per le comunità immigrate anche in termini di integrazione e promozione della cittadinanza, Pompeo (2011) nel suo studio sulla comunità bengalese in una periferia romana sottolinea la funzione sociale rivestita da molti negozi etnici in particolare nel supporto alla ricerca del lavoro, finendo spesso per sostituirsi ai canali formali della società (agenzie interinali, centri per l'impiego) divenendo attori parte della rete della sussidiarietà orizzontale; questi negozi rivestono anche funzionalità di aggregazione sociale per gruppi di amici che, stanchi dello spazio angusto e sovraffollato delle proprie abitazioni e degli sguardi ostili degli autoctoni, preferiscono ritrovarsi in un posto più riservato. Infine altri negozi vengono descritti dall'autore come 'punti di accesso ai percorsi di cittadinanza delle persone migranti' (Pompeo, 2011, p. 87): infatti nello spazio del retrobottega assumono le vesti di veri e propri luoghi per strutturare iniziative pubbliche, in cui spesso il gestore è politicamente coinvolto essendo ad esempio membro della consulta degli stranieri presso il suo comune di residenza o di associazioni di promozione sociale bangladesi.

Anche Gelati e F.Della Puppa (2014) nello studio sulla comunità bangladesi nella cittadina veneta di Alte Ceccato rilevano l'esistenza di una funzione sociale e di socialità nei negozi presi in esame dalla ricerca, mostrando come molti di questi luoghi siano anche la sede di associazioni bangladesi.

La collocazione nel contesto urbano richiede dunque di studiare da un punto di vista sociologico quello che è il rapporto di questi imprenditori con la città in cui lavorano e vivono: per ciò più avanti verranno approfondite le dinamiche più propriamente urbane causate dalla presenza di questi negozi soprattutto dal punto di vista della percezione di insicurezza dei cittadini cui conseguono specifiche politiche locali.

2.1 Il lavoro autonomo come reazione alle discriminazioni subite nel mercato del lavoro

L'immigrazione presenta per moltissimi individui una possibilità di riscatto per sé e per la propria famiglia allargata (Mantovan, 2007) per cui la riuscita lavorativa, che è ciò che dà senso all'emigrazione, risulta molto importante anche perché permette come abbiamo già detto di uscire dalla marginalità oltre che dagli stereotipi che investono la comunità di appartenenza (Giacalone, 2005, p.90).

In Italia il riconoscimento sociale e giuridico degli immigrati è subordinato alla presenza di un regolare rapporto di lavoro; essendo però il mercato del lavoro per sua natura instabile questa caratteristica si riversa sulle caratteristiche stesse delle condizioni di vita e dell'integrazione degli immigrati nel nostro paese. P.Basso e F.Perocco (2003) sottolineano come in Italia vi sia una politica di selezione, rotazione e precarizzazione della manodopera immigrata atta a mettere a disposizione del mercato una continua riserva di lavoratori che, in quanto precari, sono docili e a basso costo e dunque facilmente ricattabili; infatti quanto più un lavoratore immigrato è in

una condizione di irregolarità tanto più risulterà ricattabile e sfruttabile ed è proprio questo a cui tendono le odierne politiche migratorie che clandestinizzano l'immigrazione al fine di normalizzare la precarietà (Basso, Perocco, 2003).

Secondo la catalogazione di Kloostermann l'Italia rientrerebbe nel 'modello continentale europeo', che si distingue dal modello neo-americano per l'alta mobilità bloccata degli immigrati: non riuscendo ad inserirsi nel mercato del lavoro dipendente ricorrerebbero frequentemente all'autoimpiego; al contrario nel modello neo-americano gli immigrati ricorrerebbero al lavoro autonomo più per il desiderio di un profitto maggiore che per la mobilità bloccata (Kloostermann, in Rath, 2000).

In generale spesso gli immigrati lavoratori nelle società di immigrazione risultano relegati in una determinata nicchia del mercato del lavoro, al punto di potere parlare di una vera e propria etnicizzazione del mercato del lavoro, di solito rappresentata dai segmenti più bassi in cui le occupazioni sono meno retribuite, meno qualificate, più faticose o dannose per la salute. Sicuramente c'è da considerare che al loro arrivo gli stranieri non possiedono molte delle qualità richieste per svolgere certi lavori, come una buona conoscenza della lingua soprattutto per quanto riguarda i lavori a contatto con il pubblico o la conversione del titolo di studio o la patente nazionale per guidare automobili o altri mezzi: di per sé già dunque queste carenze influiscono sul loro accesso all'occupazione, ma c'è da considerare che esiste una vera e propria selezione sociale su base etnica dovuta a stereotipi diffusi nella società per cui si utilizzano argomentazioni basate sulle presunte attitudini, mentalità e capacità di alcuni gruppi etnici rispetto ad altri al fine di relegare determinati gruppi di migranti in determinate occupazioni.

Come afferma Sayad l'immigrato nelle nostre società è il "manovale a vita" (Sayad, 1999): gli viene attribuito un certo tipo di lavoro e questa definizione non si limita a restare una semplice definizione tecnica bensì acquisisce le caratteristiche di una definizione *sociale*. Alla base della relegazione degli immigrati in nicchie determinate di mercato vi è infatti una discriminazione

sia politica che sociale: mentre la prima deriva dall'appartenenza nazionale per cui popolazioni meno scolarizzate e prive di tradizione industriale non vengono considerate in grado di avere i requisiti per accedere a determinate occupazioni; la discriminazione sociale viene mascherata dalla prima e deriva dal fatto che l'immigrato proviene da un paese che si trova in una posizione di subordinazione economica, culturale e politica. Il lavoratore immigrato è anche considerato profondamente diverso dal lavoratore autoctono a causa del particolare rapporto che lo lega al suo lavoro nel paese di immigrazione: viene infatti percepito da tutti e da sé stesso come "una macchina da nutrire, una macchina che bisogna nutrire, che deve nutrirsi, che domanda solo di nutrirsi e lavora solo per nutrirsi e nutrire i suoi" (Sayad, 1999). Mentre l'autoctono proietta nel lavoro un'occasione di carriera, di gratificazione, di miglioramento e crescita personale, per l'immigrato l'unica finalità che il lavoro ha è il salario: se il salario è fondamentale per ogni lavoratore per il lavoratore immigrato lo è ancora di più in quanto condiziona e permette la sua stessa esistenza di immigrato sul suolo nazionale: senza un contratto di lavoro non può ottenere né rinnovare un permesso di soggiorno né ricongiungere la famiglia né fare domanda di altri documenti per la sua permanenza nel paese. Il lavoro *giustifica* la sua presenza sul suolo nazionale, la legittima conferendogli un senso oltre che influenzare pesantemente la sua vita dal punto di vista legale: grazie al contratto di lavoro l'immigrato può essere titolare di un permesso di soggiorno che gli eviterà di vivere costantemente nel terrore dei controlli della Polizia, nella precarietà abitativa ed esistenziale. Queste circostanze rendono per forza di cose il lavoratore immigrato un tipo di lavoratore più fragile, ricattabile e più a rischio di sottoinquadramento professionale ed occupazionale. Con la crisi economica il sottoinquadramento professionale, cioè lo svolgimento di un'attività professionale che richiede un livello di competenze inferiore al titolo di studio conseguito, è cresciuto sia tra gli autoctoni che tra gli immigrati ma per questi ultimi tende ad avere una durata maggiore; lo stesso vale per il sottoinquadramento occupazionale che si traduce con la stipula di contratti di lavoro corrispondenti a un livello inferiore rispetto i compiti svolti e che comporta un salario mediamente più basso e dunque un tasso più alto di povertà. Se la crisi da un lato ha portato gli

immigrati ad accontentarsi di qualsiasi lavoro pur di mantenere un impiego che permetta loro di rinnovare il permesso di soggiorno, anche l'irregolarità amministrativa ha alimentato il sottoinquadramento professionale, causando una crescita del lavoro sommerso nei segmenti più dequalificati del mercato del lavoro come ad esempio il lavoro domestico e di cura. L'entrata nell'economia sommersa, elemento strutturale dell'economia italiana, comporta un peggioramento delle condizioni di lavoro che comprende la diminuzione del salario a fronte dell'aumento delle ore di lavoro, l'assenza di ammortizzatori sociali e in generale una pressochè assente protezione dalle discriminazioni subite sul lavoro. Se dunque molti immigrati a causa della crisi economica sono dovuti entrare nelle maglie del lavoro sommerso, vediamo anche l'incremento di ingressi lavorativi (non necessariamente sommersi) da parte di donne immigrate precedentemente non occupate che si ritrovano a dovere lavorare per integrare il reddito familiare e salvaguardare il diritto all'unità familiare: questi ingressi vanno però ad incanalarsi in quei segmenti dequalificati del mercato di cui abbiamo precedentemente parlato, causando un'ulteriore relegazione degli immigrati in determinate nicchie del mercato del lavoro (Perocco, 2012). Questo comporta a sua volta la nascita di reti etniche concentrate in determinati lavori che se da un lato fungono da supporto per l'entrata nel mercato del lavoro per i connazionali anche nuovi arrivati, dall'altro non fa che accrescere le fila della concentrazione occupazionale vincolando i membri nella ricerca di altri tipi di occupazione.

La scelta più o meno obbligata del lavoro autonomo tra gli immigrati è sia una reazione allo status quo intesa come volontà di riscatto, che una strategia di sopravvivenza soprattutto in scenari di crisi economica come quello odierno. Spesso l'iniziativa nasce da un desiderio di investimento per una maggiore sicurezza economica in grado di tutelare al meglio la propria famiglia allargata, sia in Italia che in patria (Mantovan, 2007).

Il lavoratore immigrato è in ogni tempo un lavoratore vulnerabile strettamente dipendente dal lavoro, che per questa ragione accetta qualsiasi lavoro o se non lo trova fa di tutto per crearselo, ma è soprattutto in tempi di crisi economica che immigrati (tanto quanto gli autoctoni) rimasti

disoccupati tentano di più la strada dell'imprenditoria: bar, pizzerie d'asporto, negozi di vario genere spuntano così per tutta la città, spesso gli uni accanto agli altri, in una lotta disperata per la sopravvivenza. Jones e Mc Evoy (1986) parlano in proposito di "rifugiati del mercato del lavoro" proprio a sottolineare la funzione salvifica che questa soluzione può rappresentare per un immigrato, specialmente se padre di famiglia e appartenente ad una famiglia monoreddito. Rispetto ad un lavoro subordinato questo tipo di lavoro risolve inoltre il problema del rinnovo periodico del permesso di soggiorno, contribuendo a stabilizzare l'esistenza dell'immigrato. Spesso inoltre le abilità imprenditoriali hanno origine in competenze già possedute nel paese di origine in quanto parte del background familiare, per cui la traslazione da lavoro dipendente a lavoro autonomo risulta essere meno difficile (Mantovan, 2007).

Ambrosini e Abbatecola ⁷ spiegano come nel reperimento dei fondi per l'avviamento dell'attività gli immigrati ricorrono più spesso alla vendita di proprietà e beni detenuti in madrepatria oppure vendendo la casa di proprietà in Italia o ancora attraverso il risparmio e i prestiti. Nel reperimento dei fondi i reticoli familiari possono essere fonte di capitale economico ma più spesso essi veicolano risorse che favoriscono l'accesso ai canali autoctoni necessari per l'acquisizione del capitale (Ambrosini, Abbatecola, 2002). A volte gli aiuti economici possono giungere anche da parte di parenti in madrepatria, in particolare se economicamente benestanti, disposti ad investire sul progetto migratorio del loro caro.

⁷ Abbatecola e Ambrosini (2002)

2.2 I negozi e la percezione dell'insicurezza

Nelle città di oggi si rispecchiano i problemi causati dalla globalizzazione, per cui i cittadini si trovano nella difficile condizione di dovere adottare delle soluzioni locali per le contraddizioni globali; questo causa un sovraccarico delle politiche locali, in particolar modo delle politiche urbane (Baumann, 2005). I cittadini delle città globali vivono nell'incertezza e nella paura, dovuta secondo l'autore a una vulnerabilità degli individui, assente in epoche precedenti in cui il singolo era ancora protetto dalla collettività; inoltre l'alto controllo statale contribuiva a una maggiore sicurezza nella mente dei cittadini che al contrario, al giorno d'oggi, si trovano abbandonati a sé stessi e in preda a nuove paure dovute all'incertezza del futuro, alla fragilità della posizione sociale e all'insicurezza dell'esistenza.

Tutte le ansie così accumulate trovano sfogo sulle cosiddette "classi pericolose" di cui gli stranieri fanno parte: la mixofobia (la paura di mescolarsi) diventa così preponderante nelle vite degli individui e si riflette di conseguenza su molte pratiche urbane/architettoniche che tendono a separare, dividere, omologare. Il cosiddetto fascismo architettonico (La Cecla, 1998) è l'elemento che caratterizza l'urbanistica ai giorni nostri, basata su una rigida divisione dei corpi sociali ed orientata alla *sicurezza*: fioccano perciò le ordinanze comunali a difesa della città dagli usi impropri dei suoi spazi, ed ecco che punti di ritrovo scelti dagli individui non possono più essere tali, ecco che non è più possibile sostare fuori da un negozio per paura di destare sospetti, né dormire sulle panchine o in stazione se non si ha dove andare. (La Cecla, 1988, p.136).

In particolare gli stranieri sono temuti per l'imprevedibilità del loro comportamento, dovuta al fatto che non sono note le loro intenzioni, mentalità e i modi a cui reagiscono nelle situazioni che si trovano a dovere condividere con "noi". La paura moderna spinge a proteggerci dalle forze esterne della globalizzazione che non possiamo controllare e che ci sembrano avanzare

inesorabili, perciò erigiamo confini nelle nostre città ed è da quel momento che le differenze diventano più evidenti ai nostri occhi. In particolar modo secondo Baumann i migranti sono il simbolo delle forze invincibili della globalizzazione: essi rappresentano la fragilità e la precarietà della condizione umana perché provengono da zone di guerra e miseria ed è per questo che le nostre società li temono. Tuttavia la tendenza a relegare ciò che è estraneo e sconosciuto al margine è comune a tutte le società, dal passato ai giorni nostri, come ci ricorda M. Cartry⁸ infatti molte società tendono ad espellere “nello spazio selvaggio e non coltivato che sta oltre i confini dell’insediamento tutto ciò che all’interno della vita del villaggio ha a che fare con la presenza di qualcosa di strano, anormale (...)”, che nel nostro caso è dovuto alla differenza di cui lo straniero è portatore. Egli è dunque un individuo venuto dal confine proprio perché è diverso, proviene da un mondo sconosciuto esterno al nostro che rappresenta una potenziale minaccia alla quiete endogena.

Di conseguenza il tema della sicurezza urbana è strettamente legato ai fenomeni migratori: i discorsi dei mass media operano ogni volta un collegamento e spesso addirittura una sovrapposizione tra questi due concetti. L’immigrazione spaventa, perché comporta la presenza pervasiva di una diversità che suscita sentimenti di declassamento, instabilità sociale, incertezza e conflittualità urbana (Mantovan, Ostanel, 2013). A questo proposito è emblematico come in un questionario sottoposto nel 2012 a un campione di 1677 abitanti in Provincia di Padova circa la percezione di sicurezza, alla domanda “Lei come definirebbe il fenomeno dell’immigrazione nel suo comune?” il 20,23% indichi la risposta “un fenomeno gravissimo che produce problemi di civile convivenza e che compromette le tradizioni del territorio” (fonte: Provincia di Padova, 2012).

I fenomeni migratori condividono con la devianza uno stretto e tormentato rapporto, sia nelle menti delle popolazioni autoctone che nelle vite degli stessi immigrati; un importante contributo

⁸ M.Cartry, *Du village à la brousse ou le retour de la question*, in M.Izard, P.Smith (a cura di), *La fonction symbolique*, Paris 1979, pp.265-88. Cit in La Cecla p.93

che sottolinea tale questione ci proviene da Thomas e Znaniecki della Scuola di Chicago e dalla teoria mertoniana dell'anomia: gli immigrati si troverebbero in una situazione di profonda frustrazione dovuta alla continua e ostentata esposizione di una società d'accoglienza ricca e democratica in cui sembra che benessere e opportunità siano facilmente raggiungibili da chiunque senza sostanziali differenze tra classi, ma di cui essi non possono di fatto godere a causa delle concrete scarse risorse di cui dispongono. L'insoddisfazione che deriva da questa condizione può in alcuni casi spingere le persone ad ottenere ciò a cui ambiscono con mezzi illeciti, entrando per cui nel circuito della devianza.⁹ Un'altra importante causa va reperita nel cambiamento che ha interessato l'andamento dei flussi migratori in questi ultimi decenni l'Europa: se prima degli anni '70 erano i paesi di immigrazione che si trovavano in stato di surplus di lavoro e che necessitavano di un'ampia quantità di manodopera per cui le politiche di immigrazione erano volte a coprire questo bisogno delle società ospitanti, da quel periodo in poi, a seguito della crisi economica, si è vista una restrizione normativa all'immigrazione che non porta a una diminuzione dei flussi (si parla dell'inizio di "flussi da offerta" contrapposti ai precedenti "flussi trainati" dalla domanda di lavoro) bensì all'aumento dell'immigrazione illegale. Essere un immigrato irregolare comporta il dovere lavorare in nero e la conseguente entrata, in molti casi, in contatto con i mercati illegali.¹⁰ Ma l'associazione tra devianza e fenomeni migratori parrebbe anche profondamente legata a una discriminazione strutturale degli stranieri nel nostro sistema penale; come sostenuto da Palidda le forze di polizia tenderebbero a controllare maggiormente gli immigrati sia perché più facilmente riconoscibili ma anche perché influenzate dagli stereotipi diffusi nella società, che dipingono l'immigrato come soggetto pericoloso (Palidda,2000).

⁹ Merton, Robert K. "Social Structure and Anomie." *American Sociological Review* 3 (1938): 672-682

¹⁰ M. Chiodi in Selmini (2004)

Per cui la presenza di negozi gestiti da stranieri, spesso punti di ritrovo tra immigrati di una stessa nazionalità, risulta minacciosa e incontrollata. Questi luoghi vengono visti dagli autoctoni come luoghi di devianza, di appropriazione illecita, e le notizie diffuse dai mass media sulle frequenti ispezioni della polizia locale in questi negozi non fanno che aumentare le percezioni distorte del resto dei cittadini. È l'uso dello spazio pubblico negli spazi immediatamente prossimi a questi negozi che, come analizzano Ostanel e Mantovan nella loro ricerca sulla zona stazione di Padova, viene considerato una questione problematica: l'obiettivo principale diviene per cui, di solito, quello di diminuire il più possibile il numero di persone che sostano nelle vicinanze degli esercizi, ad esempio con i divieti di vendita di alcolici oppure con la chiusura anticipata, per tenere sotto controllo "il pericolo". In particolare le autrici sottolineano come siano le pratiche d'uso dello spazio interno ed esterno ai negozi etnici a mettere in crisi una convenzione sociale e delle regole tacite di vicinato nel momento in cui molti di questi negozi diventano luoghi di incontro e scambio e spazi di relazione (Mantovan E Ostanel, 2013), cioè per l'appunto quando i nuovi vicini arrivano a costituire una 'minaccia al radicato modo di vivere degli autoctoni (Elias, Scotson, 1965) .

A questo si collega il concetto di *grammatiche* di Baumann, con cui l'autore vuole indicare un codice culturale implicito sui comportamenti considerati accettabili o meno da una determinata società: come raccontano Colombo e Semi (Colombo e Semi, 2007), "la ragione del contendere è certamente l'uso degli spazi e degli entitlements connessi e concessi. Cosa si può fare e cosa non si deve fare in uno spazio comune, come una strada, è oggetto di numerosi interventi di definizione sociale condensati in quelle che abbiamo definito *grammatiche*. Dall'astrattezza e formalità delle leggi che regolano l'utilizzo degli spazi comuni, vietando ad esempio l'occupazione abusiva a fini commerciali o gli assembramenti non autorizzati, fino alle regole informali di interazione, che fanno sì che ci siano variazioni di tolleranza a seconda dei contesti culturali, lo spazio è una dimensione fortemente controllata" (Colombo, Semi, 2007, p.68 e seguenti); per cui come afferma Amin (Amin, 2012) in ogni società *vi sono corpi legittimati e*

non di manipolare lo spazio pubblico e gli stranieri sembrano appartenere alla seconda categoria, in ragione della loro diversità e potenziale 'pericolosità'.

Ancora molto attuale ed emblematica per il tema dell'esclusione dei gruppi 'neoarrivati' è la ricerca di Elias e Scotson condotta nella cittadina inglese di Winston Parva negli anni '60 (Elias, Scotson, 1965) dove gli autori mostrano il funzionamento dei meccanismi di esclusione a opera dei paesani di lunga data a danno di un gruppo di cittadini neo arrivati; in particolare sottolineando come comunità del genere tendano a aspettarsi che i nuovi arrivati si adattino alle loro regole e credenze oltre che sottomettersi ai loro meccanismi di controllo sociale, mostrando la loro buona volontà di inserirsi (Elias, Scotson, 1965, p.80). Questo è ciò che accade anche nelle nostre società, in particolare nei paesi dove vige il modello dell'assimilazione: gli immigrati vengono accettati a patto che si adeguino alla cultura e ai codici di comportamento locali.

Capitolo 3: Nel cuore dell'etnografia

Questa ricerca nasce dalla volontà di approfondire il rapporto tra gli immigrati e la città dove vivo osservando come mutano i significati e gli usi del contesto urbano, dei suoi spazi, dei suoi tempi; osservando le trasformazioni di cui la città è protagonista in seguito alla stabilizzazione dell'immigrazione di lungo periodo e alle interazioni tra popolazioni immigrate e popolazioni autoctone. Per realizzare al meglio questo scopo ho scelto un gruppo determinato di immigrati, nello specifico i gestori di negozi nella zona della stazione dei treni a Padova, in quanto mi interessava anche analizzare i negozi come luoghi da un punto di vista simbolico, cercando di capire cosa rappresentassero per i clienti stranieri, italiani, e per i proprietari stessi.

Nello svolgere l'etnografia mi sono resa conto che il negozio è di per sé uno spazio complesso in quanto è luogo di transito e ovviamente luogo di lavoro: i negozianti sono sempre impegnati a fare qualcosa ed è difficile che abbiano tempo sufficiente per conversare con calma, tantomeno per rilasciare un'intervista sul luogo di lavoro. Anche in assenza di clienti i negozianti che ho conosciuto erano sempre impegnati a fare qualcosa, a sistemare la merce, a inviare gli ordini. Ho notato una tensione generale ad ottimizzare i tempi, forse derivante anche dal fatto che in questi ultimi mesi l'amministrazione comunale ha ordinato la chiusura anticipata di molti negozi alle ore 14:00, procedura che non ha comunque interessato i due casi da me scelti.

Ho perfezionato gradualmente la metodologia da applicare a mano a mano che imparavo a conoscere i contesti in cui mi inserivo, e questo mi ha portato inizialmente a compiere degli errori metodologici, ad esempio sottovalutando le specificità culturali dei diversi gruppi come

ad esempio la diffidenza diffusa da parte dei commercianti cinesi¹¹: A mano a mano ho compreso quali fossero i gruppi nazionali più disponibili e per qualche settimana ho dunque frequentato come cliente vari piccoli negozi gestiti da immigrati nella zona della stazione e all'inizio del quartiere Arcella, valutando quali fossero i campi a me più accessibili e funzionali per la mia ricerca.

Per ogni caso ho esaminato la possibilità di effettuare un'osservazione coperta o scoperta: innanzitutto effettuavo un primo accesso al campo da cliente, compravo qualche prodotto, chiedevo informazioni sui prodotti o sui tagli di capelli. Dopo qualche giorno tornavo, sempre in veste di cliente, ma iniziavo a conversare un poco. Da questi brevi colloqui cercavo di capire la disponibilità dei negozianti a parlare con me, a rispondere a certe domande. Da questo punto in poi decidevo con chi effettuare un'osservazione coperta o scoperta, anche in considerazione del tipo di relazione creatasi. Grazie alle varie visite valutavo inoltre (questo era comprensibile già dalla prima visita) quale luogo fosse adatto all'osservazione etnografica e quale, al contrario, rappresentasse solo un luogo di passaggio o fosse poco frequentato. Dopo due mesi circa di

¹¹ Dopo avere frequentato tre volte un supermercato cinese (che tuttavia si configurava più come luogo di transito che di sosta per cui avevo deciso non vi avrei condotto l'osservazione etnografica) ho voluto chiedere direttamente alla proprietaria circa la sua disponibilità e tempo ad un'intervista per la mia ricerca; la signora mi ha risposto sbrigativamente che né lei né i suoi colleghi avevano tempo. Riflettendo in un secondo momento mi accorgo di avere tralasciato totalmente di considerare l'etica del lavoro parte della cultura cinese, così infatti si esprime un mediatore cinese del progetto ETAM di Mestre parlando dell'atteggiamento dei connazionali in riferimento al progetto di cittadinanza attiva che ETAM sta costruendo: "(...) la vita di un cinese è fatta di lavoro, lavoro, lavoro ...(..) per loro è tutto nell'ottica della crescita..(..) sono molto pratici e pragmatici nel bene e nel male del termine, il che vuol dire che se non capiscono bene..Ecco, un tavolo di cui si discute dei problemi in generale di via Piave per loro non ha senso, un evento sportivo che porta alcuni spettacoli ha molto senso, è qualcosa di pratico: lo vedo. Il parlare? di cosa stiamo parlando? boh! per loro non ha molto senso." In un secondo momento ho cercato di instaurare un dialogo con la proprietaria cinese di un negozio di abbigliamento, ho acquistato una gonna e sono entrata nel negozio tre-quattro volte scambiando qualche parola, ma vedendo che la relazione non progrediva più di tanto e che anche in altri negozi cinesi non avevo trovato disponibilità, ho deciso di abbandonare la scelta di considerare gli imprenditori cinesi nel mio studio, focalizzandomi su altre nazionalità.

ricerca ho trovato quattro luoghi adatti al mio caso: tutti e quattro erano dei luoghi parecchio frequentati e soprattutto mi davano la possibilità di sostarvi a lungo senza dare troppo nell'occhio; inoltre rappresentavano quattro nazionalità diverse per cui rendevano completa la mia ricerca. Tuttavia per potere condurre un'osservazione più approfondita ho dovuto restringere il campo e la mia scelta è ricaduta sulla coppia di negozi più frequentati, cioè un negozio di parrucchiere-barbiere gestito da una famiglia di nigeriani e un ristorante marocchino sempre a conduzione familiare. Il primo è stato frutto di una mia personale ricerca spinta dal desiderio di analizzare un negozio gestito da nigeriani, essendo una delle nazionalità di piccoli imprenditori più rappresentata a Padova. Nella zona urbana che ho scelto di analizzare sono presenti due saloni di parrucchiere gestiti da nigeriani, per cui per scegliere sono andata a conoscere direttamente le persone mantenendomi in una posizione coperta, non esplicitando quindi la mia identità di ricercatrice, pur consapevole della rischiosità di tale scelta (Gobo,2001). Ho pertanto finto di essere un'aspirante cliente scegliendo in un secondo momento il negozio dove ero stata trattata meglio dalla parrucchiera e dove mi ero sentita più a mio agio. Tuttavia al fine di instaurare un rapporto più informale, spontaneo e più consono a un salone di parrucchiere, ho scelto di non rivelare la mia posizione di ricercatrice: ho finto bensì di volere apprendere le particolari tecniche di trattamento dei capelli utilizzate da loro. Fortunatamente la richiesta non è parsa particolarmente bizzarra alla titolare, che sebbene un po' sorpresa all'inizio era consapevole del fatto che una parrucchiera africana faccia cose completamente diverse rispetto a una parrucchiera per bianchi, in virtù della tipologia di capelli e richieste che deve soddisfare. La mia ricerca è perciò iniziata come 'allieva' della donna anche se le mie attività si limitavano all'osservazione. Nel caso salone di parrucchieri avendo messo in campo un'osservazione dissimulata e non palese non ho potuto negoziare l'accesso al campo, né servendomi di intermediari né di informatori o garanti (Gobo, 2001), basandomi pertanto esclusivamente sulle mie possibilità individuali: al fine di penetrare maggiormente nel campo mi sono dunque offerta di ripagare la disponibilità della signora aiutando i suoi figli nello svolgimento dei compiti (che fanno sempre in negozio dovendo restare lì fino a sera) ma la

signora ha gentilmente rifiutato pur ringraziandomi, per cui ho proseguito la mia osservazione rimanendo nella parte di campo a cui ero riuscita ad accedere¹².

La mia identità di osservatrice del lavoro della parrucchiera è stata messa in crisi ,dopo tre mesi, da una cliente a cui era sgradita la presenza di un' osservatrice a causa di un problema di alopecia. Questa sua difficoltà mi è stata riportata dalla titolare il giorno seguente, e in tale occasione ho compreso il suo timore nel permettermi di restare ancora come osservatrice pur offrendomi un accordo. Nonostante ciò ho compreso che per lei non aveva più senso la mia presenza in negozio in quanto *“ormai hai visto tutti i tipi di pettinature che faccio, non faccio cose diverse”* ; data la difficoltà a mantenere la mia posizione ho chiuso dopo tre mesi le osservazioni sul campo sebbene continuo a intrattenere con lei e i suoi bambini un buon rapporto di amicizia .

Il ristorante invece mi era stato segnalato dall'operatore della Cooperativa Equality che ho intervistato in merito al progetto *“i sapori delle culture”*. In tale occasione mi aveva consigliato di rivolgermi a questi due coniugi proprietari del ristorante in quanto molto gentili e disponibili, ho seguito pertanto il suggerimento ed effettivamente sono stata molto bene accolta, sebbene con qualche iniziale diffidenza. In questo caso ho deciso di condurre da subito una ricerca scoperta, dichiarando dunque la mia identità a tutti gli attori (Gobo, 2001), conducendo un'osservazione per tre mesi circa. Ho operato questa scelta perché i negozianti mi erano stati segnalati da una persona che aveva già lavorato con loro in un progetto culturale del Comune di Padova, per cui si trattava di persone già in qualche modo abituate a collaborare con il mondo

¹² Parlo in questo caso di 'due campi' a causa della particolare struttura del negozio, che essendo molto grande e abituato ad accogliere i gestori e i loro bambini fino a sera è stato strutturato in un'ala come una abitazione privata, con cucina divani e cameretta, per quel poco che ho potuto vedere. In realtà sarebbe più corretto parlare di tre campi, perché la prima stanza è dedicata alle signore ed è la stanza dove stavo sempre io; la stanza adiacente invece è dedicata al barbiere per uomini i quali tuttavia per accedervi devono entrare ed uscire dalla prima sala per cui ho potuto farmi un'idea della tipologia di clienti maschili che accedeva al salone.

del sociale italiano; grazie a questa scelta ho potuto constatare quanto affermato da Cardano (2011) cioè che palesando la propria identità di ricercatore ci si può dedicare apertamente alla ricerca anche di fronte agli attori, attività che per un membro del gruppo non verrebbero prese in considerazione.

Per l'accesso al campo mi sono avvalsa solo in un secondo momento di un informatore al fine di comprendere la cultura del gruppo più velocemente (rappresentato da un signore marocchino con cui ho rapporti lavorativi e da una mia ex compagna di scuola marocchina) e di un intermediario (rappresentato dalla cliente italiana che è anche amica di famiglia dei gestori). L'italiana in particolare pur non essendo parte del gruppo intrattiene con la famiglia una relazione di fiducia e intimità, essendo stata invitata anche per un periodo nella loro casa in Marocco, per cui in più occasioni mi ha aiutata a tranquillizzare i proprietari, riportandomi i loro dubbi che non avevano coraggio di pormi in maniera diretta. Per accedere realmente al campo mi sono resa conto solo in un secondo momento della necessità di adeguarsi al contesto studiato, condividendo alcune abitudini dei soggetti osservati :per questo ad esempio ho dovuto iniziare a pranzare agli stessi orari dei giovani tunisini, a metà pomeriggio, scegliendo l'economica e scarsa zuppa di agnello piuttosto che il cous cous come un cliente italiano qualsiasi.

Inizialmente per la selezione del campione ho provato a individuare delle tavolate che per target potevano interessarmi, presentavo la mia ricerca e poi chiedevo di sedermi e la disponibilità a rispondere a qualche domanda. Questo metodo l'ho adoperato solo due volte, con successo, mentre una terza sono stata spontaneamente invitata da tre miei coetanei senegalesi che avevano visto che ero sola. Tuttavia date le caratteristiche del resto dei clienti (i giovani tunisini), molto difficili da agganciare, per le altre interviste al ristorante ho valutato con il mio relatore di chiedere direttamente ai proprietari di indirizzarmi verso qualcuno disponibile, attivando una tecnica di campionamento a valanga, intervistando inoltre sia i coniugi che il figlio. Di fronte alla richiesta di consigliarmi un cliente marocchino o tunisino di fiducia nessuno della famiglia

ha saputo aiutarmi, segno emblematico del rapporto ambivalente che la famiglia intrattiene nei confronti dei clienti, su cui mi soffermerò più avanti. È interessante notare che sebbene la ricerca al ristorante fosse scoperta mentre quella al salone coperta, in entrambi i casi sono nate delle relazioni spontanee con i clienti, in cui le interviste sono andate al di là del mero passaggio di dati, diventando delle relazioni “in cui, tramite domande e risposte, entrambi gli interagenti possono apprendere e conoscere, ‘accorgendosi’ di qualcosa che prima ignoravano” , permettendo all’intervistato che si racconta di diventare più consapevole di sé e del proprio mondo (La Mendola, 2009, p.17).

Nelle interviste è fondamentale non cercare di costringere l’intervistato a raccontarsi in modo consonante alla nostra teoria, portandolo a dire quello che noi ci aspettiamo che dica (La Mendola, 2009): in un caso sono convinta di avere indotto una risposta nel momento in cui, domandando alla cliente il motivo secondo il quale per lei non molti italiani si recano al ristorante e vedendo che non mi citava il fattore percezione della sicurezza (come tutti gli altri avevano fatto) ho provato a suggerirglielo. Non forzare l’intervistato ad aderire alle nostre aspettative significa anche porre la giusta attenzione alla sua forma mentis e al suo linguaggio, prestando attenzione alle sintesi semplificate (Gobo, 2001).

In un’intervista è fondamentale anche valutare il fattore della desiderabilità sociale, per cui gli intervistati sono portati a fornire un certo tipo di risposte per timore del giudizio sociale: questo l’ho notato più volte in particolare nel proprietario del ristorante, nel momento in cui voleva chiaramente mostrarmi di lavorare assieme alle autorità contro certi suoi clienti (“*io controllo più di voi, gli ho detto al poliziotto!*”). La parrucchiera invece, ignorando la mia identità, ha parlato liberamente, proprio perché si trattava più che di un’intervista di una conversazione informale.

In entrambi i negozi a seguito delle osservazioni etnografiche compilavo un diario in cui raccoglievo note osservative, metodologiche e teoriche: descrivevo infatti tutte le dinamiche a

cui avevo assistito nonché l'ambiente e i dialoghi in cui ero stata coinvolta, unitamente ad alcune mie riflessioni e considerazioni personali e a dei collegamenti tra teoria e materiale empirico. Complessivamente ho realizzato per il ristorante sette interviste di cui due ai gestori ed il resto ai clienti del locale; per il salone di parrucchiere essendo in una posizione covert non ho potuto realizzare delle interviste dichiarate, bensì mi sono servita di quanto emerso dai miei dialoghi con la proprietaria e le clienti. Al ristorante ho utilizzato per lo più delle interviste guidate, ma costituite da domande aperte che davano una certa libertà all'intervistato di costruire il suo racconto; al contrario dai parrucchieri le domande poste sono state programmate solo in minima parte ed inscrite, come già detto, in dialoghi spontanei.

Il lavoro è stato accompagnato a numerose passeggiate etnografiche nella zona finalizzate ad osservare meglio il mutamento di utilizzo degli spazi avvenuto a seguito dello stabilizzarsi di varie attività commerciali straniere; per realizzare al meglio l'obiettivo ho iniziato a passare parecchio tempo delle mie giornate nella zona della stazione cercando di svolgere la gran parte delle mie attività quotidiane lì piuttosto che altrove (la pausa pranzo al lavoro, portare a rammenare i vestiti, fare una piccola spesa, comprare una rivista o un vestito..); quest'ultima attività mi ha permesso inoltre di inserirmi maggiormente nel contesto condividendo le traiettorie urbane di molti immigrati.

Capitolo 4 : Due casi in città

Come ho anticipato nel capitolo precedente dopo molte peregrinazioni e indecisioni ho scelto di soffermarmi su due attività commerciali vicine alla stazione dei treni, differenti per genere, nazionalità e tipologia di clienti: una è rappresentata da un ristorante marocchino, l'altra da un salone di parrucchiere-barbiere nigeriano. Entrambe sono imprese a carattere familiare, caratteristica che accomuna molte delle imprese straniere, come detto precedentemente. Inoltre entrambe utilizzano una forza di lavoro collaborativa e a basso costo fornita da parenti e connazionali, risorsa che spesso facilita l'avvio di attività commerciali da parte degli immigrati che in questo modo riescono a riscattare la loro condizione basandosi sulle risorse a cui hanno accesso a seconda dei contesti a cui appartengono (Ambrosini, 2001, p.142). Così in entrambi i casi in esame vediamo una coppia di coniugi che decide di avviare un'attività assieme, nel caso dei parrucchieri avvalendosi anche di altri membri della famiglia allargata (il cognato), mentre nel caso del ristorante impiegando il giovane figlio come dipendente assieme a una connazionale esterna alla famiglia incaricata di cucinare qualche ora la sera.

Le due offerte commerciali prese in esame risultano molto richieste dalla popolazione immigrata, il ristorante in quanto unico ristorante marocchino della città in cui si può gustare un'ampia gamma di piatti della cucina sia marocchina che tunisina, diventando pertanto luogo 'di conforto' per molti giovani uomini tunisini e marocchini non in grado di cucinare, che si trovano spesso a transitare nella zona della stazione; in secondo luogo un negozio di parrucchiere e barbiere gestito da cittadini di origine centroafricana (in questo caso specifico della Nigeria) rappresenta un'offerta commerciale molto importante e di riferimento per una parte della popolazione immigrata, risultando, come approfondirò in seguito, un servizio di prima necessità in quanto appare essere l'unica risposta per il trattamento di un tipo particolare di capigliatura.

Analizzando il lato della domanda Kloostermann individua due tipologie di attività economiche in cui gli immigrati si sono progressivamente inseriti: nella sostituzione di attività precedentemente gestite dagli autoctoni (soprattutto nel settore della ristorazione) e nei servizi su appalto, in particolare nell'ambito dei servizi alla persona (Kloostermann in Rath, 2000). Se il caso del ristorante che ho esaminato non rientra in questa categoria, al contrario uno dei luoghi che avevo inizialmente deciso di analizzare esemplifica molto bene la situazione:

“E’ per colpa della crisi che ho questo lavoro, lo faccio per poter vivere..non trovo altro fuori..non volevo fare questo (...) sì a Napoli lavoravo da un benzinaio ma qui non ho più cercato in quei posti perché qui non conosco nessuno..si va molto a conoscenza” (intervista a U., barista pakistano).

La storia di U. è il tipico esempio di un'attività gestita da immigrati che subentra ad un'attività italiana il cui proprietario, troppo vecchio e stanco per continuare, cede oltre che l'attività propriamente detta anche una parte consistente del suo know-how: ne consegue che una pasticceria siciliana diventa un bar/pizzeria e kebab da asporto con in listino cannoli e cassate siciliane. Qui grazie al proprietario autoctono i nuovi proprietari pakistani sono stati supportati all'inserimento in una nicchia di mercato a loro sconosciuta, di cui non avevano alcuna esperienza, e il supporto si è tradotto anche con un arricchimento della loro offerta commerciale che, sebbene negli anni si è ampliata da sé acquisendo connotati etnici (vendita di kebab, falafel e alcuni piatti della cucina indiana), non ha mai cancellato dal prezzario quel breve elenco di dolci siciliani che permettono di attirare maggiormente la clientela italiana, rassicurata dalla presenza di prodotti 'familiari'.

4.1 Lo spazio interno ed esterno del negozio

Gli immigrati spesso devono intraprendere nel nuovo paese un'attività di fondazione (La Cecla, 1988). Perdono un luogo, le persone, gli odori, i colori, i sapori, le strade, insomma tutti i punti di riferimento della loro vita. Essi vivranno per sempre nei loro ricordi o attraverso le antenne paraboliche e i cellulari, strumenti moderni che rendono lo sradicamento diverso da come si configurava nel passato; oppure quando torneranno in visita al proprio paese potranno riviverli ma sotto un nuovo punto di vista e con la consapevolezza di averli lasciati, di essersi separati da essi in maniera irreparabile. L'immigrato nella nazione e poi nella città di immigrazione è perso e tutto per lui è un insopportabile caos, il senso di estraneità lo pervade e lo fagocita. Ma a poco a poco ecco che si inizia giorno dopo giorno a conoscersi tra connazionali emigrati, a frequentare la piccola sala di preghiera o la chiesa vicina a casa, a ritrovarsi in piazza, a recarsi nei piccoli negozi che vendono merce del proprio paese, ed è in questo farsi strada nei meandri dell'ignoto che l'immigrato cerca di ristabilire i suoi punti di riferimento, costruendosi la sua *località* tramite la memoria culturale e i modelli di riferimento ma anche gli aspetti biografici individuali (Cingolani, in Decimo e Sciortino, 2006); tuttavia in quanto "straniero", e "nuovo arrivato" la sua condizione sarà di rimanere sempre "uno fuori di luogo perché nessuno spazio della città è soltanto suo. Per questo suoi sono gli spazi dimenticati, di margine, i giardini pubblici che nessuno vuole più vivere" (La Cecla 1998, p.145) e non è un caso che i negozi etnici fioriscano soprattutto attorno alle stazioni dei treni di ogni città: la stazione dei treni è proprio uno di questi spazi dimenticati, un luogo lasciato a sé stesso, che però come ci mostra La Cecla può rappresentare proprio l'inizio della riappropriazione dello spazio. Oltre che essere relegati negli stessi settori professionali gli immigrati nella società di arrivo vengono dunque relegati nello stesso ambiente e negli stessi spazi sociali: a questo proposito Sayad (2006)

racconta dei foyer in Francia, luoghi impersonali adibiti ad ‘alloggi di urgenza’ per gli immigrati lavoratori, che si configurano più come dormitori che come delle vere abitazioni. Data l’impersonalità dei foyer la comunità che si crea tra i suoi abitanti è fatta di relazioni superficiali e sparisce appena cessa la coabitazione, inoltre il forte controllo presente al loro interno li configura come un universo totalitario in cui i gestori hanno il potere di effettuare controlli in ogni momento della giornata, contribuendo a rinsaldare l’immagine di alloggio d’urgenza anche nel momento in cui l’immigrazione perde la connotazione di provvisorietà. Come ricorda l’autore, infatti, l’esistenza di questo genere di ‘spazi’ dedicati agli immigrati riflette sempre l’illusione della società nel negare che l’immigrazione di oggi si configuri più come immigrazione di popolamento che economica, e che quindi si svuoti per forza di cose della provvisorietà che la contraddistingueva in epoche precedenti (Sayad, 2006).

La radice più profonda della sofferenza degli immigrati è il fatto di non riuscire a fare proprio un luogo, in quanto il loro corpo si aspetta un’affinità con l’ambiente circostante che invece gli viene negata: ciò risulta ancora più vero se provengono da società, come ho detto, dove il dominio della località è ancora pressoché assente. Si tratta allora di un doppio trauma: quello del naturale spaesamento iniziale sommato alla riluttanza del nuovo ambiente a venire usato e modificato. La facoltà di modificare e creare i luoghi, cioè la nostra *mente locale* è un aspetto fondamentale dell’identità per cui prima o poi anche gli immigrati riescono a farla emergere nelle nuove città in cui sono destinati a vivere: lo spazio contingente vince sulle nostalgie e si forma una *nuova* mente locale. L’esigenza di ricreare il microcosmo sociale in cui si era immersi nel proprio paese per rinforzare la propria fragile identità collettiva (Mantovan, 2007, p.288) può così trovare realizzazione all’interno di certi spazi, come i negozi gestiti da connazionali.

Ma perdersi nelle città non è una condizione esistenziale solo propria dell’immigrato bensì è la condizione tipica dell’uomo delle società moderne, “è lo svanire di una attenzione al mondo circostante”, dovuto al dominio della località che costringe la *mente locale* di ognuno (La

Cecla,1998). La mente locale come ho detto consiste nella facoltà di abitare un luogo, di renderlo proprio, di usare uno spazio, più semplicemente è l'attività di *creazione* dei luoghi che nelle società di oggi sta venendo espropriata con violenza agli individui per finire nelle mani di architetti politici e burocrati investiti del compito di "progettare e organizzare gli spazi", rendendo ormai realmente modificabile agli individui solo lo spazio interno alla propria abitazione (e anche in questo caso possono venire fraposte alcune limitazioni). Ognuno di noi è quindi perso in luoghi che sente non appartenergli, di cui non può usufruire liberamente né apportare modifiche che non siano state precedentemente approvate dall'élite urbanistica; tuttavia la mente locale è una parte essenziale dell'identità di ogni essere umano e per tale ragione non può venire espropriata del tutto. È una capacità dentro ognuno di noi che necessita solo di luoghi dove potere esprimersi: paradossalmente questi luoghi sono quei luoghi dimenticati in città, che le istituzioni non hanno interesse a dominare, come ad esempio le stazioni dei treni o della metropolitana. Questi sono i luoghi in cui le differenze sono costrette a mescolarsi realmente senza nessuna costrizione o filtro, i cui "caratteri dell'eterotropia fanno sì che essi sfuggano alle costrizioni della mono funzione" (La Cecla 1998, p.147).

Ostanel (2012) nell'ambito di una sua ricerca sull'utilizzo degli spazi nella zona della stazione dei treni di Padova osserva che è in determinate porzioni di spazio pubblico che può originarsi una forma di affezione e riconoscimento in grado di generare delle "zone di comfort" per l'individuo , che in quanto sentendosi bene in uno spazio può iniziare ad interagire meglio con gli altri e con l'ambiente dove vive. Il comfort è originato da condizioni sia funzionali che da elementi simbolici e va a definire un rapporto con lo spazio che va oltre il semplice consumo: "In diversi casi sottili linee di confine, materiali o simboliche, sono in grado di frammentare lo spazio pubblico urbano e di determinare specifiche 'aree di comfort' dove la differenza riesce ad accasarsi o in altre parole a 'farsi spazio'. In questi interstizi della città contemporanea, la diversità manipola lo spazio che si popola di tracce, segni, simboli interpretati diversamente a seconda di chi li osserva e da chi li produce e vive" (Ostanel,2012, p.2). In particolare per la

zona della stazione a Padova la ricerca ha messo in luce come si tratti di uno spazio di riferimento per la popolazione immigrata in quanto rappresenta, a differenza che per gli autoctoni, una zona di comfort grazie alle funzioni che svolge e alla sua capacità di accogliere.

Lo spazio immediatamente esterno al negozio è una porzione di spazio *pubblico* in quanto potenzialmente fruibile da tutti gli abitanti della città, senza distinzioni; come riporta efficacemente Baumann “sono i luoghi in cui gli estranei si incontrano” (Baumann, p. 56 e seguenti). Sono dunque dei luoghi altamente potenziali in cui può crearsi un reale dialogo tra le differenze, ma affinché questo avvenga si deve pensare a una nuova progettazione degli spazi nella città che privilegi la costruzione di uno spazio pubblico di questo tipo piuttosto che centrata sull’edificazione di spazi privati, isolati, e “protetti” gli uni dagli altri. Come già accennato in precedenza l’uso dello spazio pubblico nelle aree immediatamente prossime ai negozi gestiti dagli immigrati viene considerato una questione problematica: si cerca pertanto di farvi fronte tramite ordinanze comunali di vario genere che vanno dal divieto di vendita degli alcolici alla chiusura anticipata. Mantovan e Ostanel (2013) sottolineano come siano le pratiche d’uso dello spazio interno ed esterno ai negozi gestiti dagli immigrati a mettere in crisi una convenzione sociale e delle regole tacite di vicinato nel momento in cui molti di questi negozi diventano luoghi di comfort, quindi luoghi di incontro, scambio e spazi di relazione.

Nel caso preso in esame dalla presente ricerca lo spazio antistante al ristorante è costituito da un marciapiede stretto che costeggia una strada abbastanza trafficata: le biciclette dei clienti abbandonate a ridosso della saracinesca del locale ne occupano una buona parte ostruendo un passaggio agevole dei pedoni, restituendo inoltre un’immagine negativa agli occhi dei clienti, per stessa ammissione di una cliente italiana:

“ (...) Poi c’è il giudizio sociale. Tutte le bici parcheggiate fuori ... tutti uomini dentro..potrebbe non fare una buona impressione”.

Questa affermazione sottolinea la facilità con cui gli autoctoni percepiscono come una minaccia la presenza di gruppi di stranieri che spesso usano i negozi come punti di ritrovo: a questo presunto ‘pericolo’ le risposte del governo locale sono unicamente securitarie e quindi finalizzate ad agire contro queste presenze sgradite, di solito tramite ordinanze che prescrivono la chiusura anticipata dei locali oppure il divieto di vendere alcolici. In realtà gli autoctoni sono contrariati più che dalla semplice presenza fisica di queste persone dalle diverse pratiche d’uso degli spazi esterni ed interni dei negozi gestiti dagli stranieri, che vanno a rivoluzionare un ordine culturalmente precostituito, rispondente a precise regole di convivenza (Mantovan e Ostanel 2013).

Tornando al caso del ristorante, il figlio dei proprietari mi racconta come l’abbandono delle bici sul marciapiede venga da loro impedito, indicando ai clienti di parcheggiare le biciclette sul retro, per non intralciare il passaggio pedonale. I clienti tunisini (dunque la quasi totalità dei clienti) si recano al locale in bicicletta, sia perché probabilmente è l’unico mezzo di trasporto per molti di loro sia perché il ristorante non dispone di un parcheggio privato né gratuito nelle vicinanze. Alcuni dei clienti si intrattengono in questo spazio per un breve tempo, a fumare o chiacchierare, ma per volere del proprietario non sostano mai per lungo tempo, come analizzerò meglio nel prossimo capitolo. Io stessa ho avuto modo di accorgermi di quanto fosse stretto il marciapiede e quanto fosse facile creare disturbo ai passanti nel momento in cui mi sono fermata un attimo fuori, sulla porta d’entrata, per salutare una cliente con cui avevo fatto amicizia: un uomo che passava di lì si è subito lamentato rimproverandoci di stare ostruendo il passaggio.

La zona circostante si configura come un’area di ‘*economia di bazar*’ (Semi, in Decimo e Sciortino, 2006) , in particolare nella stessa via sono presenti solo due attività commerciali gestite da italiani, un panificio e un’autoscuola, che appare essersi però molto ‘adattata’ ai clienti della zona, promettendo con grandi cartelli vari tipi di servizi per gli stranieri tra cui un’ampia gamma di test in lingua ; la zona risulta inoltre potenzialmente attrattiva per i clienti tunisini e

marocchini sia perché vicina alla stazione dei treni sia perché nella stessa strada a pochi isolati di distanza si trovano due bazar di oggettistica varia sempre gestiti da immigrati del Marocco, due macellerie halal in cui lavorano pakistani e marocchini, e varie altre attività di piccolo commercio gestite da immigrati, a ridosso l'una alle altre. Oltre alle attività commerciali nella strada si trovano alcuni condomini per la maggior parte adibiti a studi professionali e una banca, i cui dipendenti sono clienti saltuari del ristorante. Poiché sia gli studi professionali che i negozi la sera chiudono a una certa ora la zona risulta piuttosto deserta e spopolata, anche se tuttavia l'arrivo del nuovo ristorante brasiliano potrebbe vivacizzare il contesto, restituendo un'immagine in parte più rassicurante, come ammesso anche dagli stessi gestori. La percezione di insicurezza della zona percepita dagli autoctoni li porta infatti a non frequentare certi locali, specialmente nelle ore serali, con una conseguente penalizzazione per certi negozianti, come il proprietario del ristorante da me intervistato, che si trovano a dovere contare solo sulla clientela immigrata. Come riporta Chiesi (in Selmini, 2004) il senso di insicurezza nelle città diventa ben presto un problema sociale in quanto la paura e l'insicurezza hanno effetti sociali, come la diminuzione della coesione sociale e delle relazioni di vicinato, l'inibizione delle attività pro sociali e delle interazioni fra gli abitanti del quartiere, il ritiro dagli spazi pubblici, l'aumento dei costi per le spese relative alla sicurezza, i fenomeni di migrazione dai quartieri. In questo caso il non frequentare più certi luoghi percepiti come insicuri, sebbene essi si configurino come luoghi di ritrovo e svago a disposizione potenzialmente per tutti i cittadini, corrisponde all'effetto di ritiro dagli spazi pubblici. In realtà la zona della stazione dei treni è teatro tanto quanto altre zone della città, in particolare il quartiere centro, di pratiche devianti come lo spaccio e il consumo di alcolici e sostanze: l'unica differenza tra le due zone consiste nella posizione all'interno della stratificazione civica e soprattutto dal posizionamento di classe occupata dagli attori che le frequentano. Se la zona della stazione è frequentata per la maggior parte da attori immigrati, il centro vede la presenza di una popolazione per lo più autoctona e appartenente alle classi sociali più elevate; per cui la percezione di insicurezza sarebbe dovuta soprattutto alle

rappresentazioni mediatiche che tendono sempre a stigmatizzare i migranti e in generale a rappresentare le classi popolari come classi pericolose. Inoltre nell'area del cavalcavia Borgomagno dietro la stazione prendono vita le stesse pratiche sociali – i momenti di leisure e dell'aperitivo- tipiche della zona del centro, che vedono i frequentatori della zona sostare nei luoghi consumando bevande alcoliche come momento di aggregazione e socialità, non priva di forme di alienazione. Ancora una volta l'unica differenza non risiede nelle pratiche sociali bensì nell'appartenenza di classe degli attori coinvolti: i frequentatori dell'area del cavalcavia appartenendo generalmente a classi medio basse non possono di conseguenza permettersi l'acquisto e il consumo di bevande all'interno di un locale, dovendo quindi acquistarle nei supermercati vicini consumandole seduti sul marciapiede; al contrario gli attori presenti nella zona del centro dispongono di una capacità economica più elevata appartenendo a classi più benestanti, potendo di conseguenza permettersi di consumare gli alcolici restando seduti all'interno dei locali o nei plateatici antistanti. Un fenomeno che accomuna entrambe le zone, ma che ancora una volta dà luogo a diverse percezioni pur differendo unicamente per l'appartenenza di classe degli attori coinvolti, consiste nello spaccio di sostanze: entrambe le zone sono teatro di spaccio, quello che però risulta è sempre una stigmatizzazione e criminalizzazione delle zone frequentate dalle classi più basse della società per cui il focus dell'attenzione e dell'allarme sociale sarà posto sempre unicamente sulla zona della stazione più che della zona centro, sebbene le pratiche devianti che vi si sviluppano siano le medesime.

All'interno il ristorante oggetto della ricerca si presenta semplice e rustico ma curato, i tavoli e le sedie sono di legno, una cliente italiana mi riferisce che *“molti anni fa quando io ho iniziato a venire non mettevano neanche le tovaglie, era molto meno curato”* (tutt'ora comunque le tovaglie sono solitamente plastificate). Anche un cliente marocchino lo considera un posto 'poco elegante', spiegandomi che in Marocco un posto tale non sarebbe definito ristorante, bensì *“E' più un locale che un ristorante..da noi i ristoranti sono più eleganti. Locali così ci sono in Marocco ma si chiamerebbe tipo 'caffetteria, snack bar'”*.

Anche lo spazio antistante al salone di parrucchiere è costituito da un marciapiede, più ampio rispetto a quello esaminato precedentemente, piuttosto frequentato ma come luogo di passaggio piuttosto che come luogo di sosta che genera quei ‘pericolosi assembramenti’ tanto temuti dai cittadini. Il salone infatti sorge proprio dietro la stazione, dal lato del quartiere Arcella, poco lontano dall’entrata secondaria della stazione che si affaccia su via J. Avanzo. Lo spazio esterno diventa usufruito solo nel momento in cui i tre figli dei gestori, stanchi di compiti e televisione, decidono di prendere le loro biciclette e giocare lì attorno senza tuttavia mai allontanarsi troppo. Le clienti donne non arrivano mai in bicicletta o in auto, perché spesso portano bambini in passeggino; lo stesso vale per gli uomini che preferiscono recarsi lì a piedi piuttosto che in bicicletta o in auto. In ogni caso non ci sarebbe posto per parcheggiare le biciclette, se non legate ai pali della segnaletica stradale; né tantomeno parcheggio per le automobili dato che il negozio fa angolo con una strada a senso unico a cui non si può accedere se non provenendo dall’interno del quartiere Arcella. Gli unici rari posti auto si trovano un po’ più distanti, in una via sul retro che costeggia un parco giochi, dove mi sono sempre parcheggiata io. In realtà a piedi è molto accessibile in quanto dalla stazione dei treni basta imboccare il sottopassaggio che conduce ai vari binari, percorrerlo tutto fino in fondo trovandosi all’uscita ‘Arcella’, proseguire lungo il marciapiede e arrivare al negozio; inoltre i residenti nel quartiere prima Arcella possono recarvisi tranquillamente a piedi. La strada su cui sorge il negozio è lunga e costellata di molte attività commerciali tra cui spiccano le attività straniere, ma vi è una buona percentuale anche di negozi e bar italiani: troviamo così un fruttivendolo pakistano, un grande bazar nigeriano, un piccolissimo minimarket nigeriano, due bar italiani, un negozio di materassi italiano, un supermercato lidl, un kebab da asporto, un piccolo negozio di elettronica italiano. Anni fa era inoltre attivo su quella strada un grande stabile adibito a clinica ambulatoriale dell’azienda Ulss 16, la ‘casa rossa’, che oggi tuttavia è in disuso e sorge abbandonata e inutilizzata occupando una grande porzione di spazio, resituendo ancora una volta un’immagine di abbandono da parte delle istituzioni che si riversa poi sulle percezioni della zona da parte dei cittadini.

La zona della stazione a Padova è, come ho detto, un tipico esempio di *ritorno all'economia di bazar* dove per essa si intende un “utilizzo del territorio dal lato del commercio e della distribuzione tale per cui nascono e si diffondono negozi al dettaglio e all'ingrosso, società di trasporti e di intermediazione, forme di credito e sostegno di impresa, e più in generale emergono delle figure sociali con competenze specifiche per far funzionare questo meccanismo” (Semi, in Decimo e Sciortino, 2006, p.95). Il tutto si iscrive in una fase di mutamento delle aree commerciali nei centri storici in Europa per cui si assiste a una diminuzione dei commerci tradizionali (rappresentati ad esempio dai piccoli artigiani come i calzolai), accompagnata ad una crescita dei grandi centri commerciali nelle zone periferiche delle città oltre che ad un aumento di queste aree urbane identificate con le attività commerciali delle popolazioni straniere. La città dunque cambia e si trova pronta a far spazio all'economia di bazar, la quale, come riporta la ricerca di Semi a Porta Palazzo a Torino (2006), costituisce un'importante modalità di incorporazione degli immigrati nel tessuto urbano, rappresentando spesso una seconda chance per chi precedentemente si dedicava alla vendita abusiva.

Lo spazio senza tempo

Sia il ristorante che il salone di parrucchiere sono due luoghi che si possono definire *accoglienti*, nel senso che i clienti che li frequentano mentre mangiano e si curano i capelli possono usufruire del luogo anche per fermare un attimo il tempo, chiacchierando rilassandosi. Il parrucchiere è in generale un tipo di luogo per prendersi cura di sé, in cui il tempo si ferma per un momento, nello specifico il salone di E. che ho osservato in questa ricerca è emblematico in tal senso: i trattamenti per i capelli delle signore hanno una estensione temporale impensabile per le donne italiane abituate a trattamenti di un'ora o poco più; per questa ragione E. non può mai avere più di 2-3 clienti in un pomeriggio. Le signore si accomodano e mentre le ore passano vedo sfilare a distanza di 10-15 minuti uomini africani diretti nella stanza del barbiere accanto, alcuni che escono alcuni che entrano. Il salone maschile è infatti più dinamico, i trattamenti

sono veramente brevissimi, capita spesso che il barbiere finisca il servizio a un uomo prima che ne arrivi un altro, per cui si ritira nella sua stanza privata e lo intravedo appisolato sulla poltrona.

Le donne mentre aspettano pazientemente la fine del trattamento scambiano qualche parola con E. ma a volte se non si conoscono restano in silenzio e la parrucchiera ascolta la televisione, che è sempre sintonizzata sul programma 'Uomini e donne' ad altissimo volume. "E' il mio unico svago, è dura stare qui dentro dalla mattina alla sera senza fermarmi mai, cerco di rilassarmi così" mi spiega. Noto che moltissime delle sue clienti condividono l'interesse per quel programma cosicché ne approfittano per ascoltarlo e spesso la conversazione verte su quello, ridono insieme, commentano, si prendono gioco degli attori; nel caso dei telefilm si aggiornano sulle puntate precedenti. Il salone diventa quindi anche oltre che spazio per la cura di sé spazio per lo svago e la socializzazione. Tuttavia non ho mai trovato grandi comitive di donne all'interno sedute a chiacchierare, probabilmente proprio perché essendo i trattamenti lunghi rischierebbero di aspettare fino alla sera senza venire servite. Il salone non ha dipendenti per cui E. deve assentarsi alle 16.00 per andare a prendere i figli a scuola, lasciando le clienti con le extensions a metà testa; al suo rientro ecco che il negozio amplia le sue funzioni e diventa spazio per accogliere i bambini.

(tratto dal diario etnografico del 7-09-2015)

Il ristorante di per sé potrebbe essere anch'esso un luogo senza tempo, dove è possibile sostare e rilassarsi, eppure lo è solo in parte: la specifica scelta del proprietario di vietare a un determinato tipo di clientela la sosta prolungata all'interno e all'esterno rende di fatto il ristorante uno spazio per soste brevi, molti ragazzi pranzano anche da soli ed escono appena hanno terminato, altri ancora violano le indicazioni di R. e rimangono seduti a chiacchierare un

poco più a lungo. Come riporta anche il figlio c'è una tacita lotta continua per impedire che il ristorante diventi luogo di sosta prolungata a-finalistica:

“Posto di ritrovo? No, vengono solo per mangiare. Io e mio padre se entra uno che non ordina niente e si siede lì ad aspettare un amico non glielo permettiamo, non lo può fare. Mangi, stai lì e a una certa devi andare non è che puoi rimanere tutto il giorno. Maggior parte infatti mangia e se ne va”. (intervista a M.)

La proprietaria manifesta tuttavia un'idea leggermente diversa da quella del marito rispetto all'uso frutto degli spazi del loro ristorante: *“abbiamo scelto il ristorante perché mancava un posto dove mangiare seduti tranquilli, la gente vuole questo, vuole potersi lavare le mani, sedersi con gli amici, avere un posto dove ritrovarsi a mangiare e chiacchierare”* . La visione della signora appare meno 'normativa' e più propensa a lasciare che gli spazi si adeguino alle esigenze dei clienti sebbene si tratti di clienti 'difficili'; nella testa della proprietaria il ristorante ha una funzione di ritrovo e di accoglienza, non limitandosi a semplice luogo di passaggio. Il fatto che la maggior parte dei clienti, dunque i giovani tunisini, siano persone spesso senza un lavoro legale e con una vita irregolare li porterebbe a usufruire del ristorante come spazio senza tempo, di sosta, e senza il preciso divieto del proprietario sicuramente questa dinamica si instaurerebbe facilmente. Il solo fatto di pranzare *“dalle quattro in poi.. quando ne hanno voglia”* mostra come queste persone di per sé vivano in un mondo 'senza tempo' in quanto caratterizzato da molto tempo libero e assenza di orari, qualità che si riversa sulle loro abitudini e sui loro modi di utilizzare i luoghi. Come sottolineano Colombo e Navarini ciò che infastidisce gli autoctoni è il fatto che gli stranieri utilizzano lo spazio in un modo diverso, considerato errato rispetto a come dovrebbe venire utilizzato, in particolare *“lo straniero trasforma un luogo di transito e passaggio in una “piazza”, in un luogo dove si sosta e ci si incontra, in un luogo di casa (...) facendo cose che non facciamo ci rivela che quello che noi facciamo è il risultato di una scelta e non di una necessità assoluta, rivelandoci che le nostre certezze, valori e modo di essere, non sono naturali ma sociali”* (Colombo e Navarini,1999, p.

32). Quindi nel caso del ristorante probabilmente l'autoctono non è abituato a considerare che esso possa diventare luogo di ritrovo e di sosta al di là del tempo necessario a consumare il pasto, per cui giudica con sospetto le abitudini dei clienti di R., e anche per questo motivo è restio ed intimidito a farvi ingresso.

Se da un lato i parrucchieri non scoraggiano in alcun modo la costituzione del negozio come luogo di ritrovo, manifestando un carattere di apertura (ad esempio lasciando la porta aperta tranne che in inverno inoltrato), è vero anche che quel luogo presenta una minore possibilità di diventarlo rispetto al ristorante, sia a causa della tipologia di clienti sia perché vi sono pochi posti a sedere all'interno, e unicamente nella zona adibita per le signore. Parecchio diverso è il caso esaminato da Cingolani (Cingolani in Decimo e Sciortino, 2006) del *Bridget Beauty Saloon e dell'Harlem look* a Torino, due saloni di parrucchiere e barbiere gestiti da immigrati nigeriani: i due luoghi si presentano molto di più come delle 'piazze', infatti assolvono al proprio interno diverse funzioni sociali diventando oltre che luogo di socialità anche cinema, ufficio informazioni sugli eventi cittadini della comunità nigeriana, deposito merci, spazio per la preghiera. In particolare il salone maschile diventa luogo molto frequentato dai giovani disoccupati che vi si riuniscono per incontrare gli amici, guardare la tv, tenersi informati sulle ultime novità; il salone femminile è invece spazio in cui le donne si dedicano oltre che alla cura dei capelli alla cura dei bambini, al piccolo commercio e a lavori domestici come il cucito. Nel negozio da me preso in esame la parte maschile, invece, assolve alla funzione sociale solo durante il trattamento, il barbiere chiacchiera con i clienti e questi tra loro, ma nessuno di essi sosta più a lungo dopo il servizio eccetto qualcuno che passa a salutare intrattenendosi brevemente; la parte femminile appare più versatile ma rimane sempre circoscritta in merito alle sue funzioni per la comunità nigeriana, sebbene rappresentando un luogo informale e accogliente, dove anche i bambini delle clienti possono trovare i loro spazi e i più piccoli venire a volte accuditi dalle figlie della proprietaria che si divertono ad occuparsi di loro.

4.2 Il cibo come elemento culturale

Essendo le migrazioni quei cambiamenti di residenza che implicano un completo cambiamento e riadattamento dei legami dell'individuo con la comunità (Bogue D.J. 1959 trad it in Corna-Pellegrini G. 2002 p.90 cit. in Pravettoni, 2005) si manifesta nello straniero uno shock culturale che comporta una difficoltà di adattamento dovuta a codici culturali diversi che provocano disorientamento, tra cui un posto importante è assunto dalla diversa alimentazione. L'alimentazione costituisce infatti una parte importante del sistema culturale che fornisce agli individui un sistema simbolico di riferimento per elaborare la propria identità individuale e di gruppo (Oppo, Ferrari, Pitzalis, in Rettore e Neresini, 2008): non trovare più gli ingredienti per cucinare il proprio cibo né le piccole botteghe a cui si era abituati in precedenza provoca un disorientamento proprio perché il cibo stesso è parte integrante della nostra cultura e quindi di noi stessi, infatti come afferma efficacemente Montanari "il cibo è cultura quando si produce perché l'uomo ambisce a creare il proprio cibo, il cibo è cultura quando si prepara perché una volta acquisiti i prodotti base della sua alimentazione l'uomo li trasforma mediante la sua tecnologia, il cibo è cultura quando si consuma perché l'uomo lo sceglie con criteri legati sia alla dimensione nutrizionale, sia a valori simbolici" (Montanari, 2004, p.10).

Queste difficoltà sono oggi in parte attenuate dall'avvento della grande distribuzione che ha reso reperibili anche in Occidente prodotti tipici dell'Africa, dell'Asia e del Sud America, oggi venduti soprattutto nei negozi di alimentari gestiti dagli immigrati ma anche in parte nelle grandi catene dei supermercati; all'immigrato dunque si presenta la possibilità di mantenere le sue abitudini e tradizioni coltivando le proprie radici ma al tempo stesso integrandosi con il nuovo ambiente. A questo proposito si può pensare al cibo come uno "strumento di riappropriazione identitaria nel momento in cui questa venga a mancare. È il ponte verso la propria terra, i propri affetti, i propri luoghi", in grado di mantenere il legame in modo vivo proprio perché diretto, immediato, fisico (Pravettoni, 2005, p. 22).

In molti casi i negozi di kebab e i ristoranti gestiti da immigrati diventano le uniche possibilità per potere gustare un cibo simile a quello del proprio paese, in particolare per le persone che non sono capaci di cucinare, acquisendo perciò una connotazione di luogo 'familiare' e 'confortevole'. Come ricorda Ambrosini "La collocazione di confine e di pluri appartenenza del migrante, all'incrocio tra società e culture diverse, può consentirgli di sviluppare competenze inedite e di inventare ruoli professionali a cui a volte neanche il diretto interessato aveva pensato in precedenza: dall'inserimento in attività import export (..) all'avvio di attività che propongono cucina, musica, prodotti artigianali del proprio paese al mercato della società ricevente" (Ambrosini, 2001, p.140). E' così che molti stranieri si creano un'opportunità di auto impiego proprio sfruttando la propria diversità culturale, iniziando a vendere prodotti del proprio paese oppure a cucinarli aprendo dei ristoranti e piccole tavole calde come i negozi di kebab: la vendita di prodotti alimentari che richiamano il paese di origine diventa poi oltre che una possibilità di entrata nel mercato del lavoro anche un'occasione di aggregazione e rinsaldamento dei legami culturali che contribuisce ad elaborare le identità miste (Ambrosini, 2001). Il cibo diventa quindi la base di forme inedite di interazione sociale con il nuovo contesto di residenza (Colombo, Navarini, Semi in Rettore e Neresini, 2008), permettendo l'interazione con gli autoctoni rappresentando un'occasione per farsi conoscere nel nuovo contesto e presentarsi nello spazio pubblico. I clienti autoctoni iniziano a poco a poco a sperimentare il nuovo cibo conservando sempre una parte di diffidenza, è per questo che solitamente i gestori stranieri percepiscono i clienti autoctoni come esigenti considerando la loro presenza come fattore di successo economico e sociale (Saint-Blancat, Rhazzali, Bevilacqua in Rettore e Neresini, 2008) ; per questo utilizzano per attirarli delle vere e proprie strategie di seduzione come la pulizia, l'ordine, la professionalità, la creatività per favorire l'incontro cercando di scardinare molti dei pregiudizi e delle rappresentazioni sociali più diffusi. Lo scambio tra culture tramite il cibo può portare anche a vere e proprie modificazioni delle abitudini alimentari, ne è un esempio tipico il kebab, piatto tipico della cucina turca che ormai è

entrato a tutti gli effetti a costituire un cibo ‘familiare’ in Italia come in altri paesi europei, e molti pizzaioli autoctoni hanno iniziato a cucinarlo.

Nel momento in cui l’italiano accetta il cibo ‘diverso’ compie un gesto di fiducia, affidandosi al cuoco straniero in un rapporto di parità: come bene illustrano Saint-Blancat, Rhazzali e Bevilacqua (in Rettore e Neresini, 2008, p.70) “ci troviamo di fronte a un attore scisso tra gusto e pregiudizio: da un parte un sapore che lo travolge e lo porta a interagire con l’altro; dall’altra parte un sentimento di diffidenza sommersa che influisce sull’interazione che, metaforicamente, si esprime come ‘un mangiare l’altro’. E’ come se si creasse un sincretismo di sapori e di piaceri, ma nello stesso tempo permanesse la paura del proprio sentire”. Per l’autoctono è cibo cosiddetto ‘etnico’ il cibo ‘degli altri’ ma anche il cibo in genere degli immigrati, senza tuttavia assumere una connotazione necessariamente negativa in quanto etnico può essere infatti anche sinonimo di esotico, nuovo, sebbene pur sempre inserito ai margini del proprio paese, in una posizione subalterna. In generale si può affermare però che nel linguaggio comune è spesso portatore di ideologia interiorizzante e orientalista e, come affermato da Basso, risulterebbe fortemente inferiorizzante, sebbene venga usato per mascherare il razzismo, in quanto contribuisce a frammentare le identità di nazione e razza che in qualche modo fungono da fattori di comunanza (Basso, 2000). “*Etnico*” è quel cibo che qualcuno attribuisce ad altri indipendentemente dalla presenza di un’auto attribuzione (Colombo, Navarini e Semi in Rettore e Neresini, 2008, p.81), e che in quanto cibo tipico degli altri risulta essere la soglia più bassa di incontro tra culture, dal momento che mangiare il cibo degli altri appare più semplice che ad esempio impararne la lingua.

Nel caso della presente ricerca è curioso notare come il cibo marocchino/tunisino possa risultare ‘familiare’ anche per clienti di altre nazionalità, che diventano clienti abituali: è il caso di un ragazzo cinese da due anni in Italia con cui ho fatto conoscenza, che mi racconta di non avere mai mangiato il cous-cous nel suo paese ma di averlo scoperto in Italia, per l’appunto in quel ristorante, e di essere poi tornato ogni mese a mangiarlo. Per lui il cous-cous non rappresenta

nulla di familiare a livello conscio, se non per il fatto che richiama la piccantezza dei cibi a cui è abituato in patria, e dalle sue parole ho compreso come non ricerchi quel cibo in quanto gli risulta familiare, bensì perché semplicemente lo gradisce; per questo F. è un cliente straniero tanto quanto lo può essere un italiano in minima parte aperto alle sperimentazioni culinarie:

“Cibo di altri paesi ? vengo solo qui, ho provato una volta il messicano ma non mi piace. Io sono curioso ma fino a un certo punto perché mangio tutto, non mi faccio problemi. Da un lato posso accettare tutto, dall’altro lato non c’è niente che per me è molto particolare, sono tutti cibi”. (intervista a F., cliente cinese ristorante)

Diverso è il caso dei tre ragazzi senegalesi con cui ho pranzato un pomeriggio: il modo in cui si servivano del cibo, usando le mani, attingendo da un grande piatto comune posto al centro della tavola, il modo in cui me lo offrivano, dimostrava una vera e propria appropriazione culturale da parte loro di un cibo che pur non essendo tipico del loro paese lo richiamava in qualche modo e svolgeva per loro le stesse funzioni; tuttavia quello che ha permesso questa appropriazione non è stato rappresentato solo dal cibo in sé bensì da tutto il contesto in cui il cibo veniva gustato. Come ricorda Pravettoni (2005) , infatti, lo stesso valore evocativo di luoghi persone e relazioni generato dal gusto della pietanza è contenuto anche nelle modalità di preparazione e di consumo di quel determinato alimento che costituiscono il bagaglio culturale di ognuno. Inoltre il mangiare assieme tra connazionali crea una frattura spaziale tale per cui non ci si trova più in un altro paese in quel determinato momento bensì in una proiezione temporanea del proprio.

4.3 Parrucche, extensions e l'omologazione dei canoni estetici occidentali

Tutti i trattamenti estetici effettuati dalla parrucchiera dove ho effettuato la ricerca sono volti a modificare il corpo rendendolo artificiale e falso piuttosto che valorizzandolo: nella mente delle clienti, però, andare dal parrucchiere rappresenta la migliore forma di cura di sé e dei propri capelli, sembrano non rendersi conto che le pratiche a cui sottostanno sono volte alla *rimozione e sostituzione* o alla *modifica radicale* della natura stessa delle proprie caratteristiche. Parlando con M, una cliente cubana con un aspetto fisico però del tutto 'afro', emerge come vi siano differenti gradi di consapevolezza delle pratiche in ogni donna:

“Queste qui hanno un gusto estetico pessimo. Guarda quella lì che extensions si sta facendo, sono gialle!! E non mi piace neanche come loro si fanno le ciglia, ne mette troppe, io dove vado me ne mette quattro per occhio qui ne mette così tante che secondo me pesano! Quella poveretta inciamperà con la faccia a terra! (ride)”.

M. deride apertamente i costumi delle africane, in particolare modo delle nigeriane, ma lei stessa viene per farsi applicare le extensions che nel suo caso, tuttavia, sono particolarmente sobrie e donano un effetto 'naturale' che però incarna pur sempre un certo tipo di canoni estetici sebbene più calibrati sulle caratteristiche individuali (il colore del capello non è infatti alterato e le ciocche ricadono in morbide onde ad effetto naturale sulle spalle).

L'unico caso non riconducibile ad una manipolazione in senso omologativo, che rappresenta anzi quasi un ritorno alle tradizioni, è rappresentato dalle ragazze che vengono al negozio per farsi acconciare i capelli in treccine: questo stile è infatti tradizionale di molti stati dell'afrika e

risulta essere ancora oggi molto moderno e in voga tra le più giovani. Lo stravolgimento del capello e del corpo in generale che ho osservato durante la mia ricerca tocca le africane in diverso modo rispetto alle clienti 'bianche' che sottostanno pur sempre a questo tipo di pratica: mentre per queste ultime si tratta pur sempre di una modifica legata forse ad un'insoddisfazione ma molto più vicina a quello che loro stesse sono, per le africane si può pensare ad un'ipotesi di *colonizzazione culturale*: D.Cappadonia ¹³racconta come “oggi giorno l'ideale di bellezza della società occidentale si diffonde sempre più velocemente, modelli fisici (così come quelli culturali) si sviluppano nel mondo euroamericano e raggiungono, in maniera pressoché capillare, paesi e società differenti. Ciò che ne consegue è una tendenza costante alla colonizzazione adesso non solo economica, ma anche religiosa e culturale. È un processo già noto, avviato dai missionari e portato avanti dai colonizzatori europei. Al giorno d'oggi, quest'azione viene spronata e fomentata dalle nuove tecnologie comunicative che operano in un sistema mondiale unificato in cui le informazioni, le mode e gli stereotipi viaggiano a una velocità impensabile fino a metà del secolo scorso. I mezzi di comunicazione che, in questo scenario, hanno conquistato una posizione privilegiata sono certamente la televisione e internet che rendono possibile la standardizzazione degli ideali di bellezza nati in Occidente.” Per cui diventano terribilmente desiderabili i lunghi e lisci capelli in donne destinate ad avere capelli crespi e corti; piacciono i colori delle occidentali per cui si azzardano bizzarri ed innaturali accostamenti cromatici oppure si sogna con una parrucca di potere legarsi realmente i capelli in quelle splendide acconciature che molte donne bianche riescono a realizzare con una semplice lacca e un po' di forcine.

Come già ci raccontava Malcom X nella sua autobiografia molti neri di quei tempi negli Stati Uniti si sottoponevano a un doloroso trattamento lisciante, sia uomini che donne:

¹³ <http://www.antrocom.org/pluralis/?tag=canoni-estetici>

“Come ero ridicolo! Ero abbastanza stupido da star lì ritto, perduto nell’ammirazione dei miei capelli che avevano l’aspetto di quelli dei bianchi (...) Quello fu davvero il primo grande passo che feci verso l’auto degradazione: sopportai tutto quel dolore, bruciandomi letteralmente la carne con la lisciva, per poter far diventare lisci i miei capelli, in modo che sembrassero come quelli dei bianchi. Ero entrato anche io a far parte di quella moltitudine di uomini e donne che in America sono spinti con ogni mezzo a credere che i negri sono inferiori e i bianchi superiori, fino al punto di mutilare e distorcere i loro corpi nel tentativo di sembrare “graziosi” secondo i criteri di giudizio dei bianchi (...) i capelli stirati sono il simbolo della sua vergogna di essere negro (...)” (Malcom X, 1967, p.70-71).

Malcom X era convinto che questa omologazione ai canoni estetici dei bianchi fosse frutto del retaggio coloniale e che si dovesse iniziare proprio con lo scardinare questi comportamenti al fine di permettere che le persone di colore arrivassero ad una consapevolezza e valorizzazione della propria identità e specificità. Egli sosteneva inoltre che perfino all’interno delle stesse famiglie nere certi genitori trattassero meglio i figli con la pelle più chiara in quanto più simili al modello societario da omologare (Malcom X, 1967, P.11).

Certamente oggi i tempi sono cambiati e gli africani non ammetterebbero mai di starsi omologando in quanto spinti da una percezione di inferiorità, ma un’interpretazione in tal senso potrebbe ancora avere una certa validità: più nello specifico sarebbe la globalizzazione ad avere portato la diffusione di certi modelli estetici e culturali in tutto il mondo (non soltanto nel continente africano).

Le extensions non sono tuttavia una prerogativa delle donne africane sebbene queste siano le maggiori fruitrici: le extensions sono usate anche dalle donne occidentali perché permettono di dare un effetto di allungamento dei capelli senza dovere aspettare la crescita naturale; quello che però è interessante notare è che le modelle utilizzate nei manifesti pubblicitari di questo tipo di prodotti sono quasi sempre di pelle bianca o al massimo mulatta.

Un negozio di parrucchiere e barbiere gestito da persone nigeriane si colloca in una “nicchia etnica” poiché contiene un grado di specializzazione e una concentrazione da parte della popolazione immigrata molto alti (Cingolani in Decimo, Sciortino, 2006) ; rappresenta inoltre un’offerta commerciale molto importante e di riferimento per una parte della popolazione immigrata, possiamo addirittura affermare che rappresenti un servizio di prima necessità in quanto risulta essere l’unica risposta per i capelli delle persone africane, che richiedono un trattamento di un certo tipo: durante la ricerca tutte le donne che ho conosciuto mi hanno spiegato come i loro capelli essendo abituati a un clima diverso tendano a cadere e rovinarsi qui al nord ed è per questo che occorre tenerli corti e coprirli con delle parrucche; inoltre non restano in piega facilmente per cui bisogna trattarli con delle creme specifiche. Una ragazzina quindicenne che si fa fare abitualmente da E. le treccine mi racconta con disappunto di avere provato ad andare da una parrucchiera italiana,

“Ho provato a farmi piastrare qualche volta i miei capelli veri o farmi fare i boccoli ma i boccoli sono durati un’ora! l’avevo fatto per la festa di classe. I nostri capelli non sono fatti per questo clima, non te li puoi tenere lunghi” .

Per le donne che hanno un tipo di capello diverso, che siano italiane albanesi o rumene come alcune delle clienti di E., la parrucchiera nigeriana è comunque un punto di riferimento nel caso vogliano applicarsi le extensions o le ciglia finte; infatti si tratta di un servizio estetico che di solito le estetiste italiane effettuano di rado. Ciglia finte e applicazione di parrucche ed extensions fanno parte del modo di abbigliarsi di molte donne in Nigeria, è una moda nigeriana che tuttavia apprezzano anche persone di altri paesi come dimostrato dalla vasta presenza di nazionalità diverse tra le clienti di E. Questo negozio è un vero e proprio crocevia di nazionalità, luogo dove si incrociano storie e traiettorie migratorie estremamente varie e differenti: ci sono donne albanesi, congolesi, cubane, marocchine, nigeriane e di tanti altri paesi dell’Africa ; lo stesso vale per la componente maschile anche se in maniera meno diversificata. Immigrati lungo soggiornanti, neo-cittadini oppure profughi appena arrivati in Italia (durante la ricerca ne ho

individuato uno che avevo avuto occasione di conoscere un mese prima, durante il mio lavoro nell'accoglienza profughi), immigrati disoccupati oppure ben integrati con un lavoro: eppure la sensazione che si ha è che tutte queste persone condividano una storia comune, che si capiscano tra loro, che abbiano una tacita intesa. Noto questo in particolare un pomeriggio che sono lì a chiacchierare con E., con una cliente marocchina e una albanese: E. parla al plurale, ripete spesso la parola 'noi' intendendo lei e le amiche che sebbene non siano nigeriane condividono con lei il comune destino di immigrate in Italia.

“Mentre viene pettinata la ragazza albanese ci racconta di come sua madre la critichi appena viene in Italia a trovarla: la critica per i piccoli tatuaggi, per i jeans strappati. La ragazza racconta che ogni volta deve spiegarle che deve potere condurre la sua vita come vuole. E. ride, e a un certo punto annuisce comprensiva dicendo ‘eh si lo so i vostri genitori sono conservatori come i nostri’, sottolineando in quel momento e a più riprese un sincero senso di comunanza, di condivisione di una condizione pur provenendo da nazioni diverse eppure restando sempre immigrate provenienti da paesi in cui i familiari non capiscono e condividono gli stili di vita e i costumi occidentali”

(estratto dal diario etnografico del 29 settembre 2015)

Riporto un altro pezzo del mio diario sulla riflessione circa i caratteri cosmopoliti di questo negozio:

C'è un momento in cui siamo sedute noi tre, donne di tre posti della terra diversissimi tra loro, a discutere di bellezza, sopracciglia eccetera, con la telenovela in tv che va, E. che lavora sulla testa della signora congolese, e mi sembra di colpo che il mondo sia unico e che tutte le donne del mondo sono uguali nonostante le differenze culturali. Mi sento parte di un tutto. Sebbene in realtà mi percepisco ancora un po'estranea perché loro sono accomunate dal fatto di essere straniere, hanno problemi in comune che io non posso capire, in certi momenti mi sento un po'esclusa.” (estratto dal diario etnografico del 9 ottobre 2015)

4.4 La prospettiva dei gestori

Il caso di E. rientra tra i casi di immigrati che diventano imprenditori per reazione a una mobilità sociale bloccata: E. in Nigeria lavorava come parrucchiera assieme alla madre che le aveva insegnato il mestiere, una volta arrivata in Italia ha trovato impieghi in fabbrica per molti anni, fino a che, dopo essere stata licenziata, ha deciso di diventare imprenditrice di sé stessa assieme al marito. Il percorso è stato lungo e travagliato, le pareti del negozio ne recano ancora i segni: l'attestato di partecipazione al corso per aspiranti imprenditori immigrati, l'abilitazione all'avvio dell'attività, il diploma di parrucchiera italiano. In particolare quest'ultimo gradino viene visto dalla donna in maniera molto critica, ritenendolo necessario per esercitare il mestiere nel nostro paese ma inutile per il fatto di essere già in possesso delle competenze necessarie sia perché formata in Nigeria sia perché in Italia non insegnano a trattare quel tipo particolare di capelli: ne deriva dunque l'acquisizione di un know-how fine a sé stesso, o meglio come strada forzata per potere raggiungere il proprio progetto.

E. e la sua famiglia portano avanti l'attività sacrificandosi enormemente, sostenendo un ritmo di lavoro intenso che spesso è ostacolato dal rapporto con la scuola dei figli della donna. La parrucchiera in particolare risente delle prassi degli insegnanti italiani sull'accompagnamento dei minori:

“Non posso permettermi di avere dei dipendenti. Devo andare a lavorare anche se sono ammalata. Quando devo andare a prendere le bambine a scuola? Lascio il negozio un attimo. Le maestre non permettono che vadano a casa da sole.. nel mio paese questo non sarebbe successo. I bambini non sono mica stupidi, basta che gli dici di non parlare con nessuno e di non accettare niente dagli estranei. Non sono affatto stupidi”. Racconta poi di essere riuscita ad

ottenere dalle maestre, dopo molte insistenze, l'autorizzazione a delegare un'altra mamma nigeriana a riaccompagnare qualche volta le figlie in negozio finita la scuola.

I sacrifici affrontati da E. e la sua famiglia non vengono del tutto ripagati dalla resa dell'attività né dall'accoglienza della società ospitante: la donna racconta le enormi difficoltà burocratiche incontrate e anche di un episodio fortemente negativo intercorso con le forze dell'ordine qualche anno prima, quando è accaduta una lite piuttosto violenta con due poliziotti a seguito di un ennesimo controllo. Come analizzato da Mantovan e Ostanel (2013) la questione dell'immigrazione è tematizzata solo all'interno delle politiche di sicurezza e controllo, in particolare a Padova le politiche di sicurezza realizzate vanno ad agire in risposta ai due macrotemi delle norme igieniche (cui segue l'ordinanza di cessazione o di revoca cessazione dell'attività) e dell'incolumità pubblica e sicurezza urbana. Nelle testimonianze raccolte dalle autrici e da me in questa ricerca emergono forti le lamentele degli esercenti stranieri in merito alla frequenza dei controlli, che risulterebbero eccessivi oltre che penalizzanti per gli affari: molti clienti sarebbero infatti impauriti da queste prassi e si troverebbero disincentivati a tornare, in particolare a seguito di controlli in cui vengono richiesti i documenti di identità; in secondo luogo poi le multe salate costringerebbero in molti casi a chiudere. Per potere sopravvivere gli esercenti non possono sottrarsi ai controlli ma in alcuni casi possono originarsi episodi di frustrazione troppo a lungo trattenuta che può sfociare in quello che è accaduto nel negozio di parrucchieri di cui ho parlato. Questo eccesso di normatività è finalizzato alla raccolta del consenso dei cittadini, in particolar modo dei residenti autoctoni, e risulta essere una risposta inadeguata al bisogno di inclusione e di convivenza su cui bisognerebbe invece basarsi parlando di immigrazione (Mantovan, Ostanel, 2013).

Allo stesso modo che per E. il ristorante ha rappresentato per R. un'occasione di riscatto, di un'uscita dalla disoccupazione: parlando con lui mi restituisce un'immagine di sé di immigrato che ha ardentemente desiderato l'arrivo in Italia pregando il padre di fargli il passaporto e che poi si 'è fatto strada' a fatica, restando i primi anni senza documenti e svolgendo i lavori più

umili come quello della vendita ambulante; con gli anni sono arrivati i lavori più qualificati e i documenti ma dopo molti anni di permanenza in Italia R. mi racconta di essere ricaduto nelle difficoltà. È allora che gli è giunto un aiuto dal padre, economicamente benestante in patria, che ha voluto investire sul progetto migratorio del figlio permettendogli di avviare l'attività:

“Ero rimasto a casa dopo 13 anni di lavoro in Italia ... fabbrica aveva fallito. Mio padre in Marocco è una persona importante è venuto a trovarmi e mi ha aiutato con un po' di soldi ad aprire la macelleria, poi gli ho restituito i soldi. All'inizio ero con mio amico, due soci..”

Allo stesso modo per il figlio dei gestori, che non ha terminato gli studi e non ha altro lavoro, il ristorante rappresenta una possibilità di occupazione e crescita professionale, tranquillizzando parzialmente le preoccupazioni dei genitori.

L'ambivalente rapporto con i clienti

In entrambe le attività prese in esame la maggior parte della clientela è rappresentata da immigrati sebbene non necessariamente connazionali. Nelle città di oggi osserviamo sempre di più, in certe zone in particolare, la nascita di numerosi servizi rivolti alla popolazione immigrata, oltre che di attività commerciali o artigianali gestite da questi ultimi: per l'autoctono diventa quindi sempre più difficile sfuggire ad un *multiculturalismo nel quotidiano*¹⁴ che non è più connotato come semplice folklore bensì assume sempre di più i tratti di una familiarità creante disagio. Questo atteggiamento critico nei confronti di un presente multietnico è causato dalla percezione di rottura con il passato esperita dai residenti autoctoni, i quali molte volte si rifiutano di partecipare al multiculturalismo quotidiano, accusando gli stranieri di eccesso di visibilità, invadenza dello spazio pubblico e rifiuto di integrazione (Agustoni, Alietti, 2009). Il

¹⁴ Utilizzando la definizione di Colombo e Semi “si definisce quindi multiculturalismo quotidiano locale una situazione concreta di interazione in cui la differenza diviene, per una parte degli attori coinvolti, un elemento rilevante per la costruzione della realtà sociale e per il senso che le viene attribuito” (Colombo e Semi, 2006, p. 277-278)

multiculturalismo quotidiano è dunque così evidente nelle nostre città tanto quanto evitato dagli autoctoni: sostenendo una prospettiva interculturale Rhazzali riflette su come “nelle nostre città/quartieri possiamo constatare come spesso si sfiorino senza significativi scambi singoli e gruppi chiusi in definizioni identitarie, intessuti di comportamenti vissuti come ovvi e non bisognosi di interpretazioni e propense a liquidare la conoscenza degli altri incorrendo in definizioni stereotipe” (Rhazzali, 2015, p. 44).

Il fatto che la maggior parte dei clienti sia costituita da connazionali comporta di conseguenza che il menù del ristorante e il listino prezzi della parrucchiera siano redatti in lingua, rivolgendosi in questo modo direttamente ai connazionali. Tuttavia non si può considerare una volontà discriminante, infatti il ristorante presenta in realtà anche una versione del menù in lingua italiana; invece nel caso della parrucchiera il listino prezzi è scritto in inglese con termini tecnici difficilmente traducibili anche per donne non nigeriane che conoscono l'inglese, tuttavia la scelta dell'inglese potrebbe essere motivata dal fatto che tale lingua oltre a rappresentare la lingua internazionale per eccellenza viene parlata abitualmente in molti stati dell'Africa, è conosciuta quindi un po' da tutti e per questo risulta particolarmente adatta a un negozio dove vengono clienti di varie nazionalità sebbene per la maggior parte africani.

Ciò che contraddistingue le due attività è la tipologia di cliente per cui il negozio stesso originariamente è nato, infatti mentre nel caso del parrucchiere l'intento è stato fin dall'inizio quello di creare un servizio specifico *per* i connazionali o in generale per le persone africane, al contrario il ristorante è stato concepito originariamente nella mente dei proprietari come ristorante marocchino per italiani. Se nel primo caso il progetto dei proprietari non è stato disatteso, per cui i principali clienti restano persone africane, nel secondo caso la clientela desiderata non si è rivelata quella effettivamente attratta dal locale: Il fatto che precedentemente il ristorante fosse stato per diversi anni una macelleria halal e poi un negozio di kebab ha determinato una sua configurazione di *impresa “etnica”* (Ambrosini 2005), dunque caratterizzata dalla vendita di prodotti culturalmente connotati indirizzati ad acquirenti

appartenenti ad una minoranza, che ha poi reso ardua l'evoluzione verso *l'impresa esotica* caratterizzata dalla vendita di prodotti culturalmente connotati a consumatori per lo più non appartenenti ad una minoranza, dal momento che si era già sedimentata negli anni un certo tipo di clientela. Durante la ricerca mi accorgo, e R. me lo conferma, che la maggior parte dei clienti sono di nazionalità tunisina invece che marocchina: dalle interviste ricavo che questo non è vissuto come positivo né agli occhi dei proprietari né degli altri connazionali:

“Clienti qui gli ho detto di mangiare e poi andarsene. Da subito l'ho fatto. Perché vedevo clienti che non mi piacevano. E l'ho detto alla polizia: io controllo più di voi il mio locale! Clienti hanno fatto casino, abbiamo litigato..ma piano piano sono stati buoni. Qui è casa mia, decido io. Per questo non c'è la TV. Però se c'è italiani sono tranquillo, ma uno che non ha documenti deve andare via. Ho paura per il mio lavoro, per fortuna ora c'è la telecamera. E' ancora un punto di riferimento ma trovano amici e mangiano e basta. Clienti sono come i bambini: se dici non fai quello.. sei tu che devi fargli rispettare la regola. A me piacerebbe che restassero, ma questa gente...”

Ad eccezione del figlio che mantiene un pensiero 'neutro' (*“Che opinione ho di questi clienti ? finché vengono a mangiare e non fare niente per me non è un problema. Alla fine quello che danno a mio papà, quello con cui ci pagano, lo portiamo a casa per mangiare ”*) i clienti tunisini diventano particolarmente sgraditi agli occhi dei proprietari, tuttavia dal momento in cui risultano essere i principali clienti non vengono cacciati anche se si cerca di ridurre il più possibile il loro tempo di permanenza nel locale: la scelta di non mettere la televisione nella sala permette di evitare la sosta prolungata dopo il pasto, risultando essere un messaggio chiaro e difensivo dei proprietari, questa non è casa vostra, 'qui è casa mia, decido io', ostacolando la formazione di una zona di *comfort* (Mantovan, Ostanel, 2013). Tuttavia la percezione del comfort risulta difficile da sradicare poiché appartiene alla sfera intima di un individuo, infatti durante la mia permanenza nel locale ho visto sia persone che si limitavano a consumare il proprio pasto per poi uscire, ma anche in alcune occasioni della gente che restava a

chiacchierare al tavolo oppure fuori, davanti al negozio. R. mi dimostra nelle interviste un atteggiamento quasi difensivo, descrivendo questi clienti come persone assolutamente diverse da sé (“*E’ gente che non mi rispetta, non sono educati..*”) e appare volenteroso di dimostrarmelo così quanto nel dimostrarlo alle forze dell’ordine. Intuisco che a causa di questa clientela vi sono stati degli episodi che hanno coinvolto la polizia e lui me lo conferma:

“All’inizio è venuta la polizia per controllo per carte..ma hanno chiesto anche i documenti dei clienti. Non è stato bello che l’abbiano fatto. Ho perso due clienti quel giorno, che nella confusione sono andati via senza pagare. Perché sono venuti? Era da un mese e mezzo che non venivano. Mi dà fastidio ma non posso litigare. In Marocco ci sono tanti italiani che hanno locali e non li disturbano mai. Quando ho aperto sono venuti una volta a settimana a fare i controlli!..due macchine di militari e quattro della polizia stradale. Sono andato in Questura per parlare con il Questore ma niente. Mi ha dato indicazioni sulle normative. Sono andato allora da capo della squadra mobile, lui brava persona. Gli ho spiegato che non posso chiedere a clienti ‘chi sei’ ‘che lavoro fai’ eccetera, io devo lavorare! Ho chiesto poliziotto in borghese, sennò miei clienti si stufano e se ne vanno. Poi sono venuti, gli ho offerto da bere, basta che non mi fate il cinema!! (...) sai polizia mi ha pedinato delle volte, ma non ho niente da nascondere, io dopo lavoro vado in bar per una birra e poi dritto a casa ... mi conoscono quelli del bar, sanno che sono sempre solo” (R. proprietario ristorante)

Secondo Barberis (2008, p.275) “l’imprenditore straniero vive una condizione contraddittoria oscillando tra un senso di invasione degli spazi autoctoni e un’inclusione in un segmento importante della società locale che lo assimila e da cui riceve una legittimazione sociale”: probabilmente è anche per questo che dal racconto di R. si percepisce una reale sofferenza nell’essere stato assimilato alla sua clientela; il suo dispiacere si è tradotto con un aperto schieramento dalla parte delle forze di polizia italiane con cui ha sempre collaborato, oltre che con una chiara preferenza verso la clientela italiana:

“Non sono contento. Vorrei italiani! L’ho aperto per gli italiani ma ho sbagliato ad aprirlo qui. All’inizio per invitare gli italiani avevo fatto bella cosa..(..) sono venuti solo all’inaugurazione poi più niente!”.

L’atteggiamento difensivo di R. appare ingiustificato se si considerano le opinioni dei clienti italiani intervistati , che pur non conoscendolo tutti personalmente sono consapevoli del fatto che i proprietari non rappresentano necessariamente lo specchio dei loro clienti :

“(..) Quell’area lì si segnala come area in cui ci sono attività illegali di vario genere e quindi fa da punto di riferimento, ma non il gestore, semplicemente il ristorante fa cucina araba, sappiamo che certe attività qui a Padova sono gestite da certe persone e quindi semplicemente si recano a mangiare lì..(..) (Intervista a T., cliente italiano)

R. ritiene che il motivo per cui solo pochi italiani frequentano il ristorante sia dovuto unicamente alle cattive frequentazioni che suo malgrado avvengono nel locale, per questo guarda con ammirazione e invidia al neonato ristorante brasiliano aperto da qualche mese dall’altra parte delle strada, che sebbene sia collocato nella stessa zona malfamata della città pare attirare più italiani, fatto che agisce come fattore di sicurezza anche per la moglie di R., tranquillizzata da questa nuova presenza in quanto portatrice di maggior viavai:

“(..) però il ristorante qui accanto ha clienti. Sto pensando di fare un altro locale marocchino, attaccato a questo. Volevo fare arredamento marocchino, vorrei fare arredamento marocchino, come se tu entri in mondo marocchino. E fare tesserino per entrare, come club. Pensato per gli italiani. Così tunisini restano qui. Volevo fare che miei figli fanno arrivare italiani lì, loro tutti amici italiani”

Il nuovo progetto permetterebbe di realizzare sia il sogno di ottenere una clientela quasi interamente italiana sia un’aspettativa nei confronti dei figli, pensati come futuri gestori del nuovo locale marocchino in quanto nati in Italia, quindi ritenuti capaci di gestire meglio le aspettative e le esigenze dei clienti italiani, specialmente se giovani. Si andrebbero così a

costituire due locali adiacenti ma strettamente separati e selettivi in merito alla clientela, andando così a ricreare ancora una volta due ‘mondi separati’, rinnovando la separazione piuttosto che pensando a come farvi fronte. Di tutt’altra opinione è invece un altro intervistato, di nazionalità marocchina, membro della Consulta degli stranieri di Padova:

“Clientela dovrebbe essere mista, per l’integrazione. L’integrazione non è solo imparare l’italiano. È io mangio il tuo, tu mangi il mio. Scambio di cultura, di musica (...) io vado in tutti i ristoranti, non cerco per forza quello del mio paese. Quelle cose me le posso cucinare a casa. Cerco sempre di mangiare le cose degli altri” (I, intervistato marocchino).

Probabilmente questa posizione di apertura deriva dal background politico dell’intervistato e dal suo militare in un’associazione di promozione sociale sul territorio, ma permette di sottolineare il fulcro dell’intera questione. Conversando con I. e con un’altra ragazza marocchina ho cercato poi di approfondire il motivo per cui i connazionali non frequentino il locale. I. mi spiega che non frequenta il ristorante pur conoscendo ed essendo in buoni rapporti con i gestori perché:

“Lì ci sono sempre casini con i tunisini, solo per quello non vado, però è un bel ristorante. Tunisini a volte ti creano problemi. Modi diversi dai nostri ... è ristorante marocchino ma ci sono tunisini quindi NON LO SENTI PIU’ TUO. Loro diversi, noi per esempio non utilizziamo parolacce tra noi, loro tanto, per loro normale. Allora alla fine cerchi di stare lontano, se poi porti i bambini non mi va, non mi va che sentano”

A causa di queste frequentazioni i connazionali non percepirebbero più il luogo come spazio proprio in cui ritrovare e rivivere la propria identità; una intervistata marocchina spiega inoltre come *“quelle cose posso mangiarle anche a casa mia, mia mamma le fa uguali, non c’è senso che vado a spendere soldi per mangiarle lì”*, aggiunge però che *“quei ragazzi che vanno lì sono soli non hanno a casa madri o mogli che gli cucinano per cui a loro fa comodo andare lì se vogliono mangiare cose del loro paese”*.

In effetti questa clientela tanto disprezzata è costituita da giovani per lo più tra i 20 e i 35 anni circa, scapoli, disposti a pagare anche ogni giorno per gustare una zuppa di agnello o un cous-cous che altrimenti non avrebbero modo di mangiare. Per questi giovani uomini il ristorante è un luogo in cui ritessere i legami con la propria patria, soddisfatti di avere trovato dei marocchini capaci di cucinare tunisino e addirittura disposti ad ampliare il menu con tutti i piatti tunisini. La cucina della proprietaria si è ormai così tanto adeguata alla clientela che per avere un cous-cous marocchino (piuttosto differente da quello tunisino) occorre ordinarlo in anticipo in quanto viene cucinato principalmente in occasione di prenotazioni per asporto da parte di clienti italiani.

Il fatto che R. ambisca ad acquisire un maggior numero di clienti italiani potrebbe anche venir fatto risalire al fatto che spesso i gestori stranieri percepiscono i clienti autoctoni come esigenti, considerando la loro presenza come fattore di successo economico e sociale (Saint-Blancat et alii, 2008), soprattutto nel settore della ristorazione.

Se per il salone di parrucchiere-barbiere ho constatato che tra alcuni clienti e i gestori sussiste un rapporto di amicizia che va oltre la normale conoscenza, al ristorante il gestore mi riferisce di non avere amici, *“noi arabi ci salutiamo, parliamo anche se non ci conosciamo. Ma i miei clienti non sono amici, io non ho amici”*; anche il figlio mi riferisce di non conoscere personalmente i clienti, ad eccezione di ‘qualche amico di mio papà’ (che in realtà a detta del genitore non esisterebbe) e qualche amico suo, ma che come bravo ristoratore è in dovere di trattarli comunque bene, ‘da amici’ anche se non li conosce:

“I clienti io li conosco lì dentro quando vengono ma al di fuori del lavoro non ne conosco nessuno a parte qualche amico di mio papà. Cioè li conosco ma perché li vedo lì. Ovviamente il cliente lo devi sempre trattare bene, da amico. Ci sono miei amici che vengono, amici stretti, vengono ogni tanto a mangiare, amici con cui mi frequento. Gli piace, sono venuti anche i

genitori dei miei amici, a volte vengo anche con le cose da portare via per i loro genitori. Ma la maggior parte sono clienti e basta”.

Nonostante le regole dettate dai proprietari e la distanza interposta tra sé e i clienti il ristorante appare comunque spesso un luogo informale, in cui molti si sentono ‘a casa’: durante le mie osservazioni mi ha molto colpito la libertà con cui i tre clienti senegalesi hanno dato alla cuoca una salsa da loro acquistata chiedendole di servirgliela con la carne; allo stesso modo una cliente italiana con cui ho parlato mi ha raccontato di avere visto arrivare un giorno un gruppetto di ragazzi sempre centroafricani che ha portato un sacchetto di carne cruda alla cuoca, chiedendole di cucinarla, richiesta che è stata esaudita senza problemi.

I figli : tra spazi dedicati e aspettative dei genitori

In entrambi i casi ho riscontrato come i figli delle due famiglie siano a diverso titolo coinvolti nell’attività dei genitori, sia in termini pratici che in termini di aspettative, tuttavia è bene ricordare che, come affermano Demarie e Molina, il passaggio dalla prima alla seconda generazione di immigrati presenta sempre degli elementi di discontinuità: innanzitutto i figli degli immigrati hanno diverse aspettative rispetto i loro genitori. Vengono formati a scuola e davanti ai televisori europei sviluppando quindi interessi, stili di vita e desideri di consumo che tendono a ricalcare quelli dei coetanei: difficilmente considereranno per sé accettabili le modalità di integrazione subalterna sperimentate dai genitori.¹⁵

I figli delle due famiglie prese in esame sono di età molto diverse, i bambini nigeriani frequentano la scuola primaria mentre i figli dei coniugi marocchini sono alle scuole superiori; per questo solo i secondi offrono un supporto reale ai genitori nel lavoro, in particolar modo il figlio maschio che ha interrotto gli studi prematuramente e non svolge altra attività lavorativa.

¹⁵ Demarie e Molina cit. in Giacalone e Pala (2005), p.84.

Ne deriva che il tempo di permanenza nel negozio da parte dei bambini e dei ragazzi sia differente, infatti se i primi non sono autonomi perché troppo piccoli, per cui devono necessariamente adeguarsi agli orari dei genitori per tornare a casa passando quindi un tempo considerevole in negozio, i secondi sono ormai quasi maggiorenni per cui rimangono in negozio solo per il tempo necessario ad aiutare i genitori: la figlia in realtà ha collaborato solo sporadicamente dal momento che è ancora impegnata con le attività scolastiche ; il figlio invece essendo libero da altri impegni presta servizio ogni giorno dalle 10.00 quando si reca al mercato per l'acquisto del cibo fino alle 16.30-17 circa, eccetto la domenica e il giorno di chiusura (martedì), tornando poi a casa in autobus autonomamente.

Abbiamo visto come i bambini dei parrucchieri debbano gestire il loro tempo post scolastico all'interno del negozio, per cui sostando nel negozio si può notare la ricreazione di un ambiente domestico e familiare. Il salone ben si presta a questa funzione in quanto è ampio e una parte intera può essere adibita a spazio privato: ci sono un divano, un frigorifero ben rifornito di cibo per fare i panini e una piastra per scaldarli, una tv, qualche dvd per i bambini, una stanza per fare i compiti. Per questi bambini il negozio dei genitori appare come uno spazio di vita fondamentale in quanto spazio di prolungamento della propria casa, inserito in un quartiere lontano dal proprio quartiere di residenza ma che risulta di fatto il quartiere in cui loro vivono di più perché vi frequentano le scuole, il parco giochi, e ne percorrono le stradine con le biciclette che custodiscono in una stanza all'interno del negozio.

Al contrario invece i figli adolescenti trascorrono nel negozio come già detto solo il tempo necessario ad aiutare i genitori, per questo non esistono spazi riservati dedicati a loro all'interno del ristorante. Solo la figlia minore ha utilizzato lo spazio del ristorante qualche volta per studiare assieme a una cliente italiana che le ha fornito ripetizioni scolastiche; in tale occasione lo studio è avvenuto seduti ai tavoli del ristorante dove normalmente si accomodano i clienti.

E. ha riposto grandi speranze nelle due bambine, future parrucchiere. Per le due figlie il negozio diventa lo spazio delle aspettative:

“Vedi le mie treccine? le abbiamo fatte insieme, io e loro. Loro sono bravissime sanno già fare tutto. Così un domani sono a posto, hanno già un lavoro, forse lavoreremo assieme(..) In Nigeria anche mia madre faceva la parrucchiera e lei che mi ha insegnato”

Allo stesso modo il padre marocchino mi racconta del suo progetto di aprire un secondo ristorante gestito dai figli, questa volta connotato come *un'impresa esotica* (Ambrosini, 2005), un ristorante tipico marocchino ma che si rivolgerebbe esclusivamente a una clientela italiana formata per lo più da amici dei due adolescenti, i cui spazi sarebbero arredati a regola d'arte in stile marocchino. Questo progetto deriva sicuramente però, oltre che dalla volontà di rilanciare un ristorante che sia più propriamente culturalmente connotato, anche dal timore più volte manifestato da R circa il futuro dei suoi figli: *“Qui in Italia non c'è più niente sai per noi.. assolutamente niente..neanche per i nostri figli ormai..nulla”*. Da parte sua il figlio si dichiara contento del progetto che lo riguarda, spiegandomi :

“Sì c'è il progetto del secondo locale, mi piacerebbe. Mio padre mi parlava di un ristorante marocchino ma con qualcosa in più, ma adesso non si sa ancora. C'è un locale dietro chiuso, accanto all'entrata c'è un vicolo cieco con un cancello, hai presente? Si farebbe lì. Non verrebbero i soliti clienti perché mio papà pensava di fare una tessera tipo tessera socio, sarebbe più un locale notturno diciamo, con narghilè...tessera come fanno molti locali tipo il Factory anche. Per ora è solo un'idea. Ci lavorerei io mi diceva mio papà”.

Parlando con la coppia mi sembra di intendere che le loro aspettative nei confronti dei figli non si traducano necessariamente con il fare in modo che i figli continuino l'attività di famiglia, piuttosto appare una scelta dettata dalle contingenze: il giovane figlio infatti non ha conseguito il diploma di scuola superiore e non ha trovato un altro lavoro, è infatti a lui maggiormente che sarebbe indirizzato il progetto del secondo locale.

Il progetto E. comporta nel suo immaginario un futuro in Italia per i figli , tuttavia manifestando ardentemente di mantenere in loro forte l'identità nigeriana: così esige che i figli si rivolgano e parlino con lei in inglese, apparendo dispiaciuta appena percepisce fatica da parte loro a formulare le frasi, facendolo notare pure a me, e attribuendo la colpa alla televisione che propone solo cartoni animati in italiano. Normalmente nelle famiglie immigrate la separazione tra lingua madre/casa e italiano/scuola-lavoro viene sentita fondamentale per il mantenimento della propria identità, tuttavia come fa notare Giacalone (2005) il bilinguismo è più facile da mantenere quando i figli non sono ancora scolarizzati e dunque la relazione con i genitori è pressoché esclusiva in quanto non vi è ancora la presenza di coetanei italiani con cui i bambini si rapportano.¹⁶ In questo caso E. si scontra con una sempre maggiore pervasività della lingua italiana nella vita dei suoi figli: sono infatti tutti alle scuole elementari, studiano su libri italiani e guardano la televisione italiana. Per tentare di ovviare a questo problema la donna mi ha raccontato di avere acquistato dei libri scolastici dalla Nigeria, di varie materie, in modo che possano studiare in inglese; inoltre ha provveduto a dotarsi (ma questo a prescindere dai suoi figli) di un satellite che consenta la ricezione di canali nigeriani. Come ci fa notare anche Cingolani (in Decimo e Sciortino, 2006), la parabola risulta essenziale nei percorsi migratori della comunità nigeriana presa in esame dall'autore in quanto aiuta a superare le distanze fisiche ed affettive e ad iscriversi in una collettività transnazionale e simultanea.

Al contrario, i figli adolescenti dei ristoratori sebbene nati in Italia dimostrano di padroneggiare perfettamente la lingua araba, durante il lavoro infatti i genitori si indirizzano al figlio in arabo e allo stesso modo lui stesso con i clienti.

Per entrambe le famiglie il negozio rappresenta uno strumento di sopravvivenza oltre che un simbolo del sacrificio per i figli . Entrambe le attività restano aperte molte ore durante il giorno seguendo l'orario continuato fino alla sera, aspetto che può essere vissuto come stancante da

¹⁶ F.Giacalone "Le famiglie straniere a ponte s. Giovanni. Luci ed ombre di un'integrazione parziale" in Giacalone e Pala (2005)

parte dei bambini che sono costretti a rimanervi fino al termine della giornata. La madre parrucchiera a questo proposito però non accetta lamentele, sottolineando il sacrificio a cui si sottopone per loro, per cui frasi come *“sono obbligati a comportarsi bene quando sono qui, non hanno scelta se vogliono che io gli porti da mangiare ogni giorno”* vengono ripetute spesso, e dal canto loro i bambini non danno segno di lamentarsi, dimostrando di sapersi organizzare autonomamente nella gestione del tempo post scolastico.

Capitolo 5: Gli autoctoni e i negozi gestiti dagli immigrati

Durante la mia osservazione etnografica nei due luoghi apprendo che qualche cliente italiano c'è. Al ristorante gli italiani ordinano soprattutto il cibo per asporto, senza sedersi a consumare al tavolo; ci sono poi alcuni impiegati della banca accanto che spendono la loro pausa pranzo lì; c'è qualche cliente particolarmente curioso e aperto alle diversità culturali e gastronomiche e infine alcuni italiani amici di magrebini. È proprio con un tavolo misto di italiani e magrebini che ho trascorso un interessante momento della mia osservazione etnografica:

“Do un rapido sguardo, ci sono 3-4 tavolate, individuo un tavolo con dei giovani magrebini e due donne che a prima vista scambio per magrebine. Mi presento, gli chiedo se posso sedermi, mi invitano ad accomodarmi, spiego loro la mia ricerca. Ci sono due ragazzi magrebini e queste due donne. Inizio un po' a chiacchierare, uno degli uomini dà risposte secche, non capisce il senso della ricerca, poi cambia tavolo. L'altro invece rimane. E' simpatico, è il fidanzato di una delle due donne che scopro essere italiane. Fa la spola dal nostro tavolo a quello accanto dove ci sono i suoi fratelli, dice. Ci sono momenti in cui ci lascia sole per un po'. La fidanzata di lui mi riferisce che è la prima volta che viene al ristorante e anche per lui è la stessa cosa; i 'fratelli' sono invece degli abitué. L'altra ragazza mi dice che è la seconda volta che viene ma che la prima è stata tanti anni fa, dice che ha scoperto il posto grazie a degli amici tunisini e marocchini. Con le ragazze parliamo anche di altro. Quando dico loro che dovrò parlare un po' anche con i giovani uomini clienti del locale mi rispondono scambiandosi un'occhiata tra il divertito e lo sconcolato 'ah figurati, con loro vuoi parlare!'. In effetti tutti gli uomini lì dentro mi paiono molto sfuggenti. L'unico con cui chiacchiero è il ragazzo di lei. E' uno dei pochi clienti marocchini, mi dice che viene lì per mangiare le cose del suo paese perché lui è un uomo e non sa cucinare. Passiamo a parlare dei matrimoni in Marocco. Poi mi dice

che il proprietario è un uomo di buon cuore: mi indica un giovane seduto da solo che mangia, dicendomi: 'vedi lui, se c'è qualcuno che non ha niente e che ha fame o dorme per strada lui gli dà da mangiare senza far pagare nulla'. Anche dopo elogia il proprietario, questo sente, ride e dice che è vero che ha un buon cuore. L'altra ragazza afferma che forse è perché loro sono stati in difficoltà nel loro percorso migratorio e quindi sanno cosa vuol dire e sono solidali l'uno con l'altro. Il ragazzo inizia a tessere le lodi sull'ospitalità della sua gente, le ragazze lo prendono un po' in giro, dopo un po' se ne vanno, li ringrazio."

(estratto dal diario etnografico del 16/10/2015)

Come ho già detto molto spesso gli italiani che frequentano questo tipo di ristoranti intrattengono delle relazioni di vario genere con persone di altra nazionalità, una delle ragazze con cui ho parlato ad esempio ha un fidanzato marocchino e di conseguenza un gruppo di amici della stessa nazionalità. Questo contatto di norma favorisce l'accesso al locale da parte degli autoctoni, che essendo già in qualche modo vicini a un certo mondo culturale presentano meno difese e timori.¹⁷

¹⁷ Riprendendo le fasi del modello dinamico di sensibilità interculturale citato da Rhazzali (2015) riprendendo Hammer, Bennett e Wiseman, il primo stadio di comportamento nei confronti della diversità è rappresentato da tre fasi etnocentriche: la prima fase cosiddetta della negazione, è tipica di chi non è in grado di costruire una rappresentazione dell'altra cultura e si avvale pertanto di nominazioni elementari e stereotipiche; nella seconda si passa ad un atteggiamento di difesa, in cui è presente una definizione concettuale maggiore della diversità tuttavia ancorata a un'immagine negativa in cui prevale la percezione di pericolosità; infine la terza fase etnocentrica è quella della minimizzazione, legata al pregiudizio positivo della similarità. A queste fasi etnocentriche seguono tre fasi etnorelative per cui si apre la strada ad un reale riconoscimento delle diverse culture e soprattutto compare la disponibilità ad entrare realmente in relazione con esse: la prima fase dell'accettazione inizia a prendere in considerazione l'esistenza di altre categorie al di fuori di quelle della propria cultura con cui potere interpretare un certo tipo di eventi; ad essa segue teoricamente la fase dell'adattamento per cui la diversità diventa conoscenza reciproca e le persone coinvolte sono in grado di interiorizzare più prospettive culturali facendole interagire con i propri sistemi di riferimento che hanno imparato a guardare dall'esterno. L'ultima fase è rappresentata dall'integrazione in cui avviene una vera e propria interiorizzazione di differenti cornici di senso (Rhazzali, 2015, p. 46 e seguenti). Il passaggio da una posizione etnocentrica ad una etnorelativa è

Come ho analizzato in uno dei capitoli precedenti i proprietari del ristorante sono interessati a intessere buone relazioni con i clienti italiani, nascono così spesso dei rapporti amichevoli basati sullo scambio. E' il caso di una cliente italiana che ho intervistato, una donna sui quarant'anni che lavora in un ufficio poco lontano: *“Due-tre volte dopo che andavo lì il padre mi ha chiesto di aiutare la figlia con i compiti, ogni tanto, in maniera saltuaria. Non pagata, per amicizia. Mi hanno aperto il loro cuore. Loro sono molto aperti, sono contenti di incontrare altre persone che partecipino alle loro feste, sono contenti di condividere le loro tradizioni”* e anche:

“Una volta con una mia amica c'è stato uno scambio le hanno prestato il Corano lei l'ha letto e poi glielo ha restituito.” (T., cliente italiano)

Tra la prima cliente e i gestori si è instaurato in seguito un vero e proprio rapporto di amicizia che si è allargato anche ai genitori di lei, al punto che la donna è stata invitata in Marocco al matrimonio di uno dei parenti della famiglia. Per questa cliente ho notato inoltre che lo spazio del ristorante è una zona di comfort quasi quanto per gli altri clienti abituali: mi ha infatti riferito di recarvisi ormai ogni settimana da anni affermando che *“mi piace perché è un posto tranquillo, posso stare seduta lì anche a leggere un libro, a fare le mie cose”*

L'apertura dei ristoratori verso la società italiana si può dedurre anche dalla loro piena disponibilità a partecipare al progetto *I sapori delle culture* di cui parlerò più approfonditamente nel prossimo capitolo, offendo il proprio locale per l'allestimento di uno stand gastronomico aperto alla cittadinanza. Io stessa ho ravvisato molta disponibilità ed apertura mentale quando ho chiesto la loro disponibilità a partecipare alla mia ricerca: in quel frangente R. mi ha risposto infatti *“certo, le nostre porte sono sempre aperte”*.

di norma facilitato dal contatto personale con persone di altre culture, come ho detto prima. Tuttavia si deve trattare di relazioni personali di una certa rilevanza, caratterizzati da un vero confronto, altrimenti la conoscenza rimanendo superficiale può alimentare dei nuovi stereotipi.

Le modalità di accesso degli italiani presso il ristorante sono di tre tipi: o hanno agito loro stessi da ‘apripista’ per altri italiani in quanto particolarmente curiosi dal punto di vista culinario, come dice V. ad esempio

“La prima volta sono andata con dei colleghi, una mia collega molto curiosa e interessata come me, l’altro collega un po’ di meno. L’ho proposto io perché parcheggio spesso lì vicino e morivo dalla voglia di andarci! Poi sono tornata da sola molte volte, per tanti anni. (..) con la mia collega sono tornata ancora ma ora non è più qui a lavorare. Comunque dopo la prima volta eravamo tutti e tre molto contenti (..)”(intervista a V.)

oppure hanno conosciuto a loro volta il locale tramite amici italiani o ancora tramite amici arabi; è presente poi un intervistato che ha avuto occasione di conoscerlo per lavoro in quanto coinvolto nell’organizzazione degli eventi di degustazione ‘i sapori delle culture’, e ancora un intervistato cinese che è stato portato da un’amica italiana ed ha portato a sua volta amici italiani e cinesi, tra cui però a detta sua solo un amico italiano ha apprezzato.

Per il salone di parrucchiere la situazione è differente, infatti il negozio si può definire interculturale ma più per la presenza di immigrati di varie nazionalità piuttosto che per quella degli autoctoni. Durante la mia ricerca ho conosciuto solo una cliente italiana, una ragazza di ventidue anni che porta le extensions da vari anni per cui necessita di curarle; tuttavia era la prima volta anche per questa ragazza di recarsi nel negozio di E. come cliente. E. mi ha raccontato in seguito di averla rivista una seconda volta ma che è accaduto un episodio spiacevole: la ragazza una volta ricevuto il trattamento ha chiesto se si potesse pagare con il bancomat, alla risposta negativa ha annunciato che sarebbe andata a prelevare i soldi facendo immediato ritorno, per poi non ripresentarsi più. Questo episodio molto probabilmente potrebbe avere minato ancora di più la fiducia della proprietaria nei confronti della società autoctona, dalla quale mi ha raccontato più volte di essere già stata discriminata.

L'enfasi sugli standard igienici nella descrizione dei locali e negozi etnici è ricorrente nelle interviste agli italiani, per cui frasi come "è un posto pulito e si mangia bene" sono comuni; questo discorso vale non solo per i luoghi dove ci si reca per acquistare cibo ma per tutti i generi di negozi gestiti dagli immigrati. Di solito infatti regna tra gli autoctoni lo stereotipo secondo cui gli immigrati non sarebbero in grado di curare gli aspetti igienici dei loro locali in quanto 'abituati ad altri standard, diversi dai nostri'; ne consegue un razzismo implicito per cui il timore per la scarsa igiene non rappresenta una preoccupazione generalizzata in quanto tale e diffusa per tutti i negozi in generale bensì è circoscritta ai negozi degli immigrati. Gli immigrati in quanto appartenenti a 'culture primitive' verrebbero visti come individui sporchi, con un'idea assente dell'igiene: per Douglas la differenza tra noi europei e le culture cosiddette 'primitive' consiste nel fatto che per 'noi' evitare lo sporco è una questione di igiene o di estetica e non ha alcun rapporto con la religione, in quanto possediamo una conoscenza scientifica sugli organismi patogeni: le sanzioni che ne derivano sono dunque sanzioni sociali, disprezzo, pettegolezzi, a volte l'azione dei corpi di polizia; per le altre società invece si tratta di un'offesa religiosa (Douglas, 1975, p.77). Ne deriva che benché l'idea di sporco e di contaminazione sia presente in ogni cultura vi sono delle culture che non possiederebbero conoscenze scientifiche adeguate per dare il giusto peso alle questioni igieniche. In ogni caso l'autrice indica come lo sporco sia il sottoprodotto di un'ordinazione e di una classificazione delle cose per cui il nostro comportamento di fronte a una contaminazione si fonda su una reazione negativa verso ogni oggetto/idea che contraddice le classificazioni a cui siamo abituati, di conseguenza quindi convivere con delle prassi e abitudini diverse dalle nostre (in questo caso le abitudini delle persone immigrate che vivono a contatto con noi) determinerà una certa reazione da parte nostra. Pensare che gli immigrati siano delle persone sporche sia per quanto riguarda la propria igiene personale sia per la cura degli ambienti dove lavorano e vivono è una mentalità diffusa da sempre, presente anche quando erano gli stessi italiani gli immigrati di oggi, in Svizzera o negli Stati Uniti. Questo potrebbe essere dovuto alla presunta inferiorità del diverso, in particolare se proveniente da un paese del sud del mondo e alle fasce più basse della società a causa del suo

reddito e del suo posizionamento a un determinato livello del mercato del lavoro. Qualsiasi individuo la cui cultura viene considerata inferiore verrà automaticamente etichettato come qualcuno di incapace, ignorante, all'oscuro della chiave del progresso dell'umanità; di conseguenza ogni sua abitudine verrà etichettata come inadeguata e retrograda, senza considerare invece che ogni comportamento in ogni cultura possiede una motivazione per l'appunto culturale.

5.1. Le frequentazioni e la zona

Nella visione della maggior parte dei clienti intervistati il ristorante risulta ottimo come qualità del cibo e dei prezzi ma penalizzato per la zona in cui si colloca, considerata pericolosa in particolar modo nelle ore serali. Come ho detto il ristorante è ubicato su una laterale del viale che conduce in stazione, ed in realtà si trova a poca distanza dal centro storico, raggiungibile a piedi in pochi minuti. Mentre per gli immigrati la zona maggiormente di comfort è rappresentata dall'area più prossima alla stazione dei treni, per gli autoctoni risulta essere il centro storico: è lì infatti che si trovano i luoghi e le offerte commerciali di maggiore interesse per loro. Per gli autoctoni la zona della stazione è considerata una semplice zona di passaggio, utile per prendere il treno o aspettare l'autobus ma sicuramente non da utilizzare come luogo di ritrovo, né come zona dove svolgere attività quotidiane come il fare la spesa. Essendo la zona della stazione percepita dagli immigrati come il luogo più accogliente, cosmopolita e globalizzato della città, di conseguenza diventa uno spazio maggiormente frequentato nella quotidianità da questa parte della popolazione, assolvendo le stesse funzioni che altri quartieri assolvono per la popolazione autoctona (come ad esempio il quartiere centro). Ma se di norma i media e l'opinione pubblica hanno la tendenza a criminalizzare e stigmatizzare gli immigrati ne deriva che anche le zone da essi frequentate assumeranno le stesse connotazioni negative, sebbene da un esame obiettivo non risultino particolarmente più problematiche rispetto ad altri contesti della città .

Come sottolineato già nella ricerca di Mantovan e Ostanel (2013) la zona della stazione dei treni di Padova possiede una temporalità particolare in quanto durante il giorno è uno spazio fortemente di passaggio e di consumo mentre nelle ore serali diventa uno spazio completamente vuoto, ad eccezione di qualche ristorante ed esercizio commerciale. Questo vuoto che si crea priva gli spazi delle loro funzioni comportando un maggior rischio di diffusione di attività criminali che trovano uno spazio propizio per inserirsi, in quanto poco controllato e pressoché deserto.

Coerentemente con queste osservazioni dalle interviste sul campo emerge che il ristorante è considerato problematico anche per i clienti che lo frequentano oltre che per la zona in cui è collocato. Le clienti donne in particolare si troverebbero intimorite dalla quasi totale presenza maschile, per giunta di persone di religione musulmana:

“(..) prima di entrare avevo notato sempre uomini dentro, e allora mi ponevo il problema di dargli fastidio o no..mi pareva strano all’inizio, una donna senza velo come me che si permette! (ride)”

La stessa cliente che mi riferisce questa impressione aggiunge poi però di non essersi mai trovata in difficoltà o in imbarazzo una volta sedutasi, al punto che le volte successive in cui è tornata ha scelto di rimanere a leggere un libro seduta al tavolo, intrattenendosi oltre il tempo necessario per consumare il pranzo.

E’ poi l’inattività a destare sospetti tra gli autoctoni, abituati a un differente uso dello spazio, sebbene in realtà in un locale come un ristorante il *sostare* dovrebbe figurare normale. Possiamo dire che forse dunque non è solo l’inattività ma è ciò che sta a monte di essa: nelle menti degli autoctoni il fatto che delle persone sostino in un luogo per molte ore durante il giorno significa che sono disoccupate per cui appare strano che possano spendere soldi in un locale varie volte a settimana (in realtà la ricerca di Mantovan e Ostanel ha evidenziato che spesso i bar gestiti da connazionali sono frequentati più degli altri proprio perché è permesso sedersi senza

consumare) .Questa catena di pensieri va a costituire una paranoia collettiva che favorisce la formazione di giudizi interiorizzati, come afferma anche un cliente marocchino, sottolineando inoltre la mixofobia che caratterizza la società italiana e che ostacola la partecipazione al multiculturalismo quotidiano (Colombo, Semi, 2006):

“Gli italiani ci vanno poco perché la cultura italiana è chiusa per le culture straniere. A loro piace il cibo straniero ma si vergognano di andare nel posto. Anche hanno un po’ di paura, non hanno fiducia, non danno confidenza. Forse pensano che ci sono spacciatori, risse..penseranno questi qui si siedono lì e parlano a voce alta..è nostro modo di parlare ma a loro sembra che urliamo (..)” (intervista a I.)

Coerentemente con quanto sopra esposto, parlando del ristorante un intervistato italiano afferma che :

“Il locale è pulito e dignitoso ma non è un bel posto, non è in una bella zona. Sono andato perché la cucina è molto valida e i prezzi sono proporzionati. Purtroppo la frequentazione di quella strada è molto particolare nel senso che le persone che cenano lì anche per una cena molto veloce sono .. non so cosa fanno però non mi sembravano molto raccomandabili. Quell’area lì si segnala come area in cui ci sono attività illegali di vario genere e quindi fa da punto di riferimento, ma non il gestore, semplicemente il ristorante fa cucina araba, sappiamo che certe attività qui a Padova sono gestite da certe persone e quindi semplicemente si recano a mangiare lì. È solo una supposizione la mia, una sensazione” (intervista a T.).

L’aggettivo ‘dignitoso’ utilizzato dall’intervistato richiama ancora a una volta a un razzismo implicito e ad una presunta inferiorità e povertà culturale e morale dell’immigrato: solitamente tale aggettivo viene impiegato per descrivere un ambiente, una casa o una situazione associata a individui in stato di inferiorità culturale economica o morale e mai verrebbe utilizzato per descrivere un altro qualsiasi ambiente o situazione, né tantomeno nella descrizione di un locale gestito da autoctoni. Questo pensiero implicito viene sicuramente incoraggiato dalla cultura

veicolata dalle delibere comunali che contrappongono continuamente i concetti di buono-cattivo, ordine-degrado, sicurezza-insicurezza quando trattano dei negozi gestiti dagli immigrati (Mantovan, Ostanel, 2013).

Per quanto riguarda il ristorante le percezioni degli italiani circa le frequentazioni vengono avvalorate anche dagli stessi stranieri:

“Lì non ci vanno le famiglie.. perché si sa che è un posto dove va quella gente e si trova sempre solo loro. È un posto per loro e tutti lo sanno.” (K., marocchina, studentessa) e ancora

“Cosa vuoi il proprietario anche se non è contento non può farci niente, quelli sono i suoi clienti e sono clienti come altri perché pagano, lui senza loro non avrebbe un lavoro perché lavora quasi solo con loro quindi si adegua.” (I., marocchino, lavoratore)

Dalle precedenti affermazioni si può dedurre che la tipologia di clienti più numerosa viene etichettata negativamente anche dagli stessi stranieri che manifestano una forte volontà di differenziazione in una sorta di ‘razzismo interno’, come già notato da Ostanel e Mantovan (2013): secondo le autrici questa tendenza diffusa da parte di un certo gruppo di immigrati risulterebbe una difesa al razzismo diffuso nella società di arrivo e la percezione di insicurezza degli stranieri in zone come quelle della stazione si distinguerebbe così da quella degli italiani proprio perché a far sentire insicuri gli immigrati è anche la stigmatizzazione di cui sono oggetto, specialmente in certe aree della città.

Come abbiamo visto i gestori hanno tentato di impedire che il ristorante diventasse luogo di sosta prolungata ma un cliente cinese mi riporta una diversa percezione, mostrandomi il suo disappunto nel constatare ‘l’informalità’ del luogo e l’uso che ne fanno i clienti:

“Che il posto sia luogo di ritrovo? È positivo per loro, ma per noi client non interessa, non importante almeno non lo è per me. Lo è per loro. Anche se da mio punto vista non è tanto il caso.. non voglio dirlo così.. ma ci sono certi modi di fare la ristorazione: sicuramente se un

amico passa di qui è ti saluta è una cosa molto bella però io detesto quando gente viene, anche bambini o persone di questo genere.. nella ristorazione secondo me non è professionale. Però non mi disturba, non mi faccio problemi. Qui comunque non è ristorante a cinque stelle, quindi..però se cucina è buona e padroni sono gentili è la cosa più importante”.

Ancora una volta nonostante la volontà opposta dei gestori il locale viene percepito come un luogo di ritrovo e di sosta di una determinata parte della popolazione immigrata, anche se probabilmente esistono dei diversi concetti di luogo di ritrovo e di sosta in ogni paese: probabilmente per i giovani tunisini il ristorante per essere un luogo perfetto di ritrovo dovrebbe permettere una sosta più prolungata, in cui non essere forzati ad ordinare qualcosa da mangiare per potere sedersi. Tuttavia da ciò che mi è stato riferito e da quello che ho potuto osservare la maggior parte di loro vi si reca più volte in una settimana, chi dopo il lavoro chi perché si ritrova a sostare nella zona della stazione dei treni.

Al contrario il negozio di parrucchiere è percepito meno negativamente, la clientela è varia e l'ambiente accessibile sia a donne che a bambini che uomini, ma nell'immaginario degli autoctoni risulta essere sempre un 'luogo di soglia' ai margini della città, in una zona 'degradata' tipica di un quartiere ad alta concentrazione di popolazione immigrata; anche se, come ci ricorda Cingolani, in Italia i quartieri dove vivono gli immigrati riportano una struttura policentrica, priva di confini fisici ed edilizi precisi (Cingolani in Decimo e Sciortino, 2006, p.67).

Come già detto, per il ristorante la zona in cui esso è collocato risulta essere uno dei due maggiori problemi che causano una scarsa affluenza di clienti autoctoni, al punto che durante le interviste la famiglia invoca ripetutamente il 'mito del ristorante in centro':

“Perché pochi italiani? sarà magari per il posto, per la zona, sai come è la stazione non è una zona bella, è un po' un ghetto. Magari se fosse stato in centro o anche in periferia tipo il ristorante brasiliano nel quartiere dove vivo io.. Ho un amico che lavora qui e al ristorante

brasiliano vicino a noi e mi ha detto che lì non fanno gli stessi affari che fanno qui nel mio quartiere. Però ti dico dentro da noi non sono mai successi casini ,anzi, sempre tranquillo”.

(intervista a M.)

Anche i clienti, come abbiamo visto, confermano questa visione, tuttavia raccontando di non sentirsi insicuri una volta entrati bensì piuttosto lungo la strada da percorrere:

“però mi sa che non ho visto altri italiani a parte questi. Motivo? È che questa zona della stazione è una brutta zona, questo lo sappiamo tutti, se fosse un ristorante molto ben arredato tipo in centro forse ci va più gente. Clienti che ci vengono? No quello non allontana. Perché se non entri come fai a sapere chi c’è dentro. Io non ho paura qui mi sento molto sicuro. Però se a mezzanotte sono in stazione si ho paura”

(intervista a F.)

Questo si ricollega alla caratteristica spaziale della zona che ho descritto precedentemente, che sia alcuni clienti che i gestori riconoscono. Un’intervistata italiana oltre ad essere cliente del ristorante lavora a pochi isolati di distanza da molti anni, si sofferma per cui parecchio a parlarmi della zona:

“Una sera ho visto gente che spacciava ma ognuno si fa gli affari suoi (...) però sarei sciocca a non avere una percezione di pericolo la sera qui. Sconsiglierei di venire in queste zone la sera..i miei clienti che vivono in via Trieste mi dicono che dalle 21.30 c’è un casino. Comunque bisogna stare attenti ma senza barricarsi. Io lavorando qui conosco molti negozianti della zona, soprattutto stranieri, e mi fa piacere, sono più tranquilla per quello. Ho avuto solo un’esperienza negativa in piazza donatori del sangue, con una persona del centro africa. Ma è stata l’unica volta”.(intervista a V.)

Come dimostra questa testimonianza c’è un’insicurezza soggettiva percepita nei riguardi della zona presa in esame, dettata sia dagli stereotipi di chi non è veramente a conoscenza della realtà

della zona, per cui riprendendo Chiesi gli outsiders tendono a una lettura dello spazio più immediata, più fortemente fondata su elementi visivi e percettivi in generale, che dunque facilmente si fonda sui segni visivi di disordine e inciviltà (Chiesi, in Selmini, 2004); sia un'insicurezza percepita da chi realmente abita e vive nella zona. Gran parte di questa insicurezza sia da parte degli outsiders che degli insiders trova alimento e origine dai discorsi dell'opinione pubblica e dei media finalizzati sempre alla criminalizzazione della popolazione immigrata e in generale delle classi sociali più basse; ne consegue che una zona come quella della stazione e della prima Arcella, abitata soprattutto da questa fascia della popolazione, sia continuamente dipinta come pericolosa e ne vengano enfatizzati gli aspetti più facilmente riconducibili a stereotipi.

5.2 Il Progetto “I sapori delle culture”

“I sapori delle culture” è un'attività svoltasi nella città di Padova per l'integrazione degli immigrati che nell'edizione 2013 era parte di un FEI all'interno del progetto “Le vie dell'integrazione nella città multiculturale”; mentre nel 2014 è stato promosso dalla fondazione Cariparo all'interno del progetto “Cittadini protagonisti: l'integrazione come risorsa del territorio”, azione 1/f “laboratorio di educazione interculturale: eventi di degustazione”. La scelta degli eventi di degustazione si dimostra una tecnica particolarmente adatta per favorire il contatto tra gli immigrati e gli italiani, infatti in occasione delle “cene etniche” offerte dal sistema politico culturale delle città si dà appagamento a una fame conoscitiva e relazionale, il cibo dell'altro mangiato in queste occasioni è diverso dal cibo esotico che si potrebbe gustare in un ristorante, qui l'obiettivo è conoscere un mondo di vita, un modo di vedere il mondo. Nelle “cene etniche” il cibo non è trasformato ed esoticizzato al fine di divenire più invitante adattandosi ai gusti degli autoctoni, bensì viene presentato nella sua più naturale essenza e semplicità, diventando un testimonianza diretta della quotidianità e permettendo una vera

conoscenza dell'altro, che diventa d'un tratto un individuo più simile a sé di quanto si pensasse prima. Lo scopo diventa quindi la creazione di solidarietà, la comprensione di una cultura altra che diventa accessibile grazie al contatto che si è creato (Neresini, e Rettore, 2008, p.87 e seguenti).¹⁸ In entrambe le edizioni l'obiettivo principale era la promozione di processi di integrazione incrementando la comunicazione tra italiani e stranieri costruendo contesti educanti : in particolare nell'edizione 2013 l'azione viene descritta come "creazione di momenti di incontro tra italiani e stranieri attraverso il coinvolgimento di titolari stranieri di esercizi commerciali", processo che nella pratica ha comportato il coinvolgimento diretto dei titolari degli esercizi, i loro dipendenti e i residenti italiani e stranieri partecipanti. Sono stati individuati dei negozianti stranieri della zona stazione, poi contattati per tramite di mediatori culturali e di rappresentanti della Consulta degli stranieri: questa tattica si è dimostrata utile in quanto ha permesso di superare in molti casi le naturali resistenze per il timore dell'esposizione mediatica; inoltre l'impiego di rappresentanti della Consulta degli stranieri, essendo queste persone ben conosciute nella loro comunità di appartenenza, ha permesso l'instaurarsi di un rapporto di fiducia con la Cooperativa Equality capofila del progetto. La mediazione in questo caso non risulta avere una funzione circoscritta alla mediazione del conflitto o alla pura facilitazione nella trasmissione dell'informazione (sebbene questo aspetto sia presente) bensì riguarda il concetto di cultura nella sua accezione più ampia (Rhazzali, 2015, p. 78) per il fatto che coinvolge gli immigrati in un progetto di cittadinanza attiva, al quale molti di loro hanno aderito di buon grado.

¹⁸ Colombo Navarini e Semi riportano a questo proposito la catalogazione operata da Kesteloot e Mistiaen secondo cui i ristoranti gestiti dagli immigrati attraverserebbero tre fasi: nella fase iniziale svolgerebbero per lo più una funzione di sostegno alimentare e simbolico al proprio gruppo di riferimento, in seguito tenderebbero ad allargare il mercato alla clientela autoctona, finendo nell'ultimo stadio per assimilarsi alla ristorazione locale (Colombo, Navarini e Semi, 2008, p.92). Nella realtà alcune di queste fasi possono coesistere: il caso del ristorante esaminato nella presente ricerca si ascriverebbe tra la seconda e la prima fase, sebbene io abbia già enumerato nei capitoli precedenti gli ostacoli che impediscono una vera translazione nella seconda fase.

La scelta della zona in cui operare non è stata casuale in quanto come abbiamo visto si tratta di un contesto ricco di negozi gestiti da immigrati che si presenta anche come zona adatta alla promozione della riqualificazione degli spazi urbani. Sebbene gli eventi di degustazione siano stati presentati ai negozianti anche come occasione di promozione della propria merce tra possibili clienti italiani, non tutti gli esercenti contattati hanno accolto di buon grado la proposta: le principali ragioni del rifiuto sono state la mancanza di interesse ad allargare la propria clientela (soprattutto nel caso dei negozianti cinesi) e il timore dell'esposizione mediatica, su cui tuttavia alcuni hanno poi ritrattato. L'esigenza era quella di avere un numero rappresentativo di varie nazionalità all'interno del campione, che tuttavia non è stato possibile per la scarsa collaborazione della comunità cinese : per l'edizione 2013 sono stati coinvolti dieci esercizi di cui uno tunisino, due pakistani, uno marocchino, tre nigeriani, due bengalesi, uno moldavo. L'edizione 2014 si è posta in continuità con la prima ma questa volta ha visto i commercianti partecipare agli eventi organizzati fuori dai loro negozi, in alcune piazze della città, divenendo cittadini protagonisti incontrando in modo più diretto la cittadinanza. Agli eventi hanno partecipato circa 30-50 persone tranne ad uno in cui i partecipanti erano cento, quasi tutti italiani, ma si è trattato di gente già "sensibilizzata", pochi anziani e purtroppo pochi abitanti del quartiere; in particolare la scarsa partecipazione degli abitanti del quartiere viene riportata dagli operatori della Cooperativa Equality come dato prevedibile in quanto tali abitanti sono rappresentati per la maggior parte da molti anziani e lavoratori, con scarso interesse a vivere il quartiere. I feedback risultano essere stati tutti positivi, ma il dato non può considerarsi attendibile in quanto non sono stati somministrati dei questionari post evento. Lo scopo degli eventi del 2013 era quindi anche far conoscere questi negozi che molto spesso sono ignorati addirittura evitati dagli autoctoni:

“Anche se hai l'italiano sensibile al tema magari non ci va perché non ci pensa..non gli capita l'occasione..dipende anche dalla tua dieta, se sei abituato a mangiare quelle cose! Poi c'è chi ce l'ha sotto casa ma non è sensibile al tema non ci entra perché i negozi non sono

invitanti..non c'è uno standard qualitativo di decoro, c'è l'idea che sia sporco. L'iniziativa infatti aveva anche come scopo quello di abbellire il negozio attraverso dei cartelloni, dunque agendo sull'attrattività locale.. Infine c'è chi non ci va per scelta politica. Comunque è anche un problema di dove sono collocati, vedi il ristorante cinese di via C., si dice sia il migliore di Padova ma pare sia sporchissimo dentro.” (A., operatore Cooperativa Equality, ideatore dell'iniziativa)

Il fattore estetico risulterebbe dunque un fattore determinante per l'accesso degli italiani nei negozi gestiti dagli immigrati: vi sono infatti dei diversi parametri di ordine e pulizia e quello che gli italiani chiamano “decoro”. Di fatto molti di questi negozi ricalcano la tipologia dei negozi in patria, ed è per questo che i connazionali non fanno caso al fatto che l'ambiente è secondo i nostri parametri “poco curato”. Come riporta l'operatore della Cooperativa Equality, *“I negozi sono così perché ai clienti stranieri va bene così. Perché spendere soldi se ai clienti non gliene importa. E' come nei nostri discount che ci sono i bancali, che è tutto disordinato ma noi non ci facciamo caso perché per noi è normale che in un discount sia così e perché la roba costa poco. I cinesi invece hanno molto investito per omologarsi ai nostri gusti e parametri”.*

Proposte per il futuro

Mettere in comunicazione gli esercenti italiani e stranieri lavorando sui problemi comuni è uno degli obiettivi che Equality vorrebbe realizzare in futuro, tuttavia appare ancora molto difficile in quanto le associazioni di categoria rappresentano ancora solo gli italiani, nonostante i problemi portati siano comuni, in particolar modo per quanto riguarda la clientela molesta che da un lato è attirata a sostare vicino ai negozi dei connazionali ma danneggiando in questo modo sia i vicini italiani che gli stessi gestori connazionali. Per una vera integrazione bisognerebbe creare una rete di collegamento, ad esempio, come suggerisce Equality, facendo adottare un

esercente straniero a uno italiano operante nel medesimo settore al fine di trasmettergli un background che lo possa facilitare ed integrare, creando la condizione adatta per il trasferimento di buone prassi, che una volta acquisite permetterebbero ai gestori stranieri di ampliare la clientela ai clienti autoctoni.

Conclusioni

Ciò che inizialmente mi ha spinto a realizzare la presente ricerca è stata la volontà di osservare gli spazi dell'immigrazione nel contesto urbano che più frequentavo e in cui transitavo nella quotidianità, prendendo come oggetto d'esame i negozianti immigrati e i loro negozi. Coerentemente con gli obiettivi della ricerca ho analizzato le molteplici funzioni di questi luoghi che avevo ipotizzato rappresentassero dei luoghi simbolici di incontro, socializzazione, separazione/contatto e scambio: quello che è emerso al termine della ricerca è stato che non necessariamente tutti i negozi di questo tipo debbano assolvere a queste funzioni e soprattutto che in alcuni casi sono gli stessi gestori che possono limitare ed ostacolare la generatività di un luogo, frapponendo ostacoli sia simbolici che materiali. Questo può accadere a causa delle pressioni provenienti dalla maggior parte della società che tende a stigmatizzare tutti i gruppi di immigrati indistintamente, rinchiudendoli in facili e dannosi stereotipi; tale atteggiamento spingerebbe certi immigrati ad operare una discriminazione a propria volta nei confronti di altri immigrati spinti dalla paura di essere etichettati come parte di un gruppo di cui non percepiscono l'appartenenza, specie se si tratta di persone che devono tutelare e difendere la propria attività commerciale e dunque la posizione che a difficoltà hanno raggiunto all'interno della società. Gli immigrati, infatti, sono tendenzialmente relegati in specifiche nicchie del mercato del lavoro, corrispondenti alle mansioni più dequalificate e pericolose o dannose per la salute, caratterizzate da una assenza di mobilità. La difficoltà ad inserirsi nel mercato del lavoro spesso spinge gli immigrati a scegliere il libero impiego nel settore del commercio; in quanto stranieri però devono sottoporsi a regole molto più ferree rispetto ai commercianti autoctoni, accettando frequenti ispezioni nei loro negozi da parte delle forze dell'ordine sia in materia di igiene che di sicurezza pubblica, rischiando spesso di perdere la licenza anche per lievi o anche solo presunte irregolarità poiché sottoposti ad un iper-controllo sociale e poliziesco. Gli

imprenditori immigrati percepiscono l'inferiorizzazione e la discriminazione operata dalla società pur non potendo sottrarsi in quanto fortemente dipendenti da un lavoro che il più delle volte giustifica e permette il loro regolare soggiorno nel paese di immigrazione. Questo atteggiamento di auto preservazione ed autotutela spingerebbe alcuni gestori stranieri a preferire una clientela autoctona, al fine di difendersi dalle discriminazioni e limitare il proprio contatto con le forze dell'ordine. Essi possono quindi tentare sia a livello volontario che involontario di ostacolare i naturali processi sociali che prenderebbero vita in questi luoghi, cercando di evitare un'appropriazione simbolica dello spazio da parte di certe categorie di clienti: una forte spersonalizzazione degli spazi e codici di comportamento regolamentati sono alcuni degli strumenti utilizzati per raggiungere lo scopo. Tuttavia il rapporto con i luoghi è un elemento simbolico difficile da ostacolare o limitare in quanto attiene alla sfera più intima di un individuo; ne consegue che certe dinamiche tenderanno comunque a riproporsi nonostante si sia cercato di evitarle tramite strumenti normativi o di gestione dello spazio.

Riprendendo Bourdieu è possibile affermare che ogni spazio presuppone naturalmente delle lotte di appropriazione in quanto l'occupazione di esso prevede dei vantaggi di vario tipo: di localizzazione (vicinanza a servizi e beni desiderabili), di posizione (vantaggi simbolici), di occupazione. In particolare questi ultimi permettono di tenere le distanze escludendo ogni intruso indesiderato da quel determinato spazio che si occupa, tuttavia occorre sottolineare che in ogni caso l'abilità di dominare uno spazio dipende dal capitale posseduto; di conseguenza chi possiede un ridotto capitale (sociale, economico, culturale eccetera) risulta forzato a mantenere una certa distanza venendo relegato a contatto con le persone e i beni più indesiderabili. E' anche per questo che nascono zone della città indesiderate alla maggioranza (come ad esempio le aree circostanti alle stazioni dei treni) in cui trovano spazio persone con un minore capitale sociale ed economico, generalmente appartenenti ai gruppi immigrati, i quali ricostruiscono qui la propria spazialità dando vita ad attività economiche o fissandovi il proprio domicilio. L'esclusione da uno spazio accade dunque quando il nuovo individuo che vi si

insedia non ha la possibilità di possedere e rispondere alle condizioni che lo spazio richiede, il che lo porta a non potersene appropriare realmente.

Nonostante generalmente gli autoctoni frequentino poco i negozi gestiti dagli immigrati, essi possono diventare dei veri e propri luoghi di incontro simbolico tra autoctoni e stranieri, sebbene i negozianti non sono ancora sufficientemente pronti ed attrezzati per incoraggiare queste dinamiche: alcuni autoctoni vincono la paura causata dagli stereotipi facendovi ingresso una prima volta, a volte tornandoci successivamente, iniziando ad instaurare delle relazioni sociali con i negozianti, ampliando i propri gusti culinari e culturali proprio grazie a questi nuovi contatti, ma tali esperienze appaiono ancora abbastanza circoscritte a casi individuali e poco incoraggiate dalla società, e nel qual caso siano presenti come iniziative pubbliche non riescono ancora a produrre degli effetti a lungo termine.

Le principali funzioni che i negozi presi in esame svolgono per la popolazione immigrata sono senz'altro il fungere da punto di riferimento per la ricostruzione della propria identità, anche se in modi differenti: ad esempio mentre un ristorante permetterà di riavvicinarsi alla cucina del proprio paese gustando cibi che magari in patria venivano preparati dai familiari e che quindi non si è capaci a cucinare, permettendo inoltre di sostare in un luogo connotato culturalmente dove potere trovare persone del proprio paese e udire ed utilizzare la propria lingua madre, un salone di parrucchiere permetterà di curare il proprio corpo secondo le proprie abitudini culturali affidandosi a persone che le condividono; anche in questo caso inoltre è possibile utilizzare liberamente la propria lingua madre, incontrare persone del proprio paese, passare del tempo in un luogo percepito come familiare. La seconda funzione è quindi una funzione di ritrovo sebbene in certi luoghi sia presente in maniera ridotta; certi negozi svolgono inoltre una funzione di welfare informale che è frequente trovare all'interno delle comunità immigrate a causa della carente risposta delle istituzioni e delle insufficienti politiche sociali sull'immigrazione. I negozianti rappresentano agli occhi dei connazionali, specialmente per i neo arrivati, delle persone che possiedono una buona conoscenza del funzionamento della

società oltre che della lingua del paese ospite e che essendo inseriti dal punto di vista occupazionale possiedono maggiori risorse. Essendo gli stessi negozianti consapevoli di questa visione possono manifestare una forte solidarietà nei confronti dei connazionali, comprese all'atteggiamento di difesa che ho analizzato precedentemente; per questo uno stesso negoziante può manifestare da un lato una discriminazione nei confronti di certi clienti ma allo stesso tempo, ad esempio, offrire del cibo gratuitamente a degli immigrati suoi connazionali e non, in situazione di difficoltà. Sebbene molti negozi gestiti da immigrati fungano da veri e propri punti informativi presentando al proprio interno o all'esterno materiali come volantini pubblicitari di associazioni, celebrazioni, annunci immobiliari o altre informazioni utili per la popolazione immigrata, non tutti svolgono necessariamente questa funzione di welfare informale e riferimento da punto di vista sociale, spesso, per come ho già detto, anche a causa della volontà dello stesso gestore.

La ricerca ha rilevato che la tipologia di clienti maggiormente presente in questi negozi è rappresentata dalla popolazione immigrata sebbene non necessariamente appartenente al gruppo dei connazionali, anzi, è emersa una forte presenza di immigrati appartenenti a diversi gruppi nazionali, che sottolinea ancora una volta il multiculturalismo quotidiano delle città moderne. Questi gruppi sono eterogenei ma solidali al loro interno, per cui non esiste una rigida separazione tra gruppi nazionali e preclusione all'accesso nei confronti di altri, bensì una generale apertura che riflette quello che ancora risulta essere troppo assente nel resto della società, dominata dalla mixofobia. Le uniche divisioni che si possono notare per quanto riguarda la distribuzione dei clienti nei negozi gestiti da immigrati riguarderà semmai più che l'appartenenza nazionale l'appartenenza a un certo credo religioso legata ad un certo tipo di offerta commerciale ad esso dedicata, come ad esempio avviene nelle macellerie halal.

Per quanto riguarda i clienti autoctoni invece la presenza risulta nettamente più ridotta sebbene non completamente assente. La maggiore o minore presenza di autoctoni dipende anche naturalmente dalla tipologia di merce o servizi offerti, per cui certe offerte commerciali possono

non risultare appetibili per gli autoctoni che hanno altre necessità. Prevalgono in ogni caso tra la componente autoctona degli stereotipi legati alla collocazione del luogo e in minor misura alle caratteristiche della clientela, piuttosto che legati al fatto che i gestori siano di nazionalità straniera, sebbene come ho detto ci sia ancora una forte riluttanza nel partecipare al multiculturalismo quotidiano e prevalga un atteggiamento di difesa e al ripiegamento comunitario. Riprendendo le considerazioni di P. Basso e M. Davis, lo stesso atteggiamento di difesa e ripiegamento comunitario può essere presente, in parallelo, all'interno delle comunità immigrate: i due autori citano al proposito l'esempio emblematico dei latinos residenti negli Stati Uniti: questo gruppo costituisce ad oggi uno dei gruppi immigrati maggiormente presenti in U.S.A e soprattutto una delle comunità più coese; infatti i latinos presentano una forte identità nazionale che hanno sempre voluto preservare anche in terra di immigrazione, valorizzando la propria lingua e i propri usi e costumi, rifiutando l'assimilazione e l'americanizzazione a cui gli Stati Uniti puntano. In risposta alla strutturale incapacità di assimilare questa parte consistente di immigrati l'opinione pubblica americana ha reagito, come in molti altri stati occidentali, operando un processo di inferiorizzazione e stigmatizzazione morale e culturale, accusandoli di essere responsabili di una rottura dell'integrità nazionale che in realtà è un processo storicamente inevitabile in un'epoca globalizzata. Accusare i latinos di dare vita volontariamente a comunità chiuse auto-segregandosi, non permette di vedere che in realtà queste comunità sono forzate a vivere in determinate zone della città meno costose e povere di servizi; inoltre le caratteristiche di socialità e comunità che accomunano tali attori li spingono a dare luogo a una profonda rivitalizzazione degli spazi urbani pubblici, specialmente nelle aree della città più economicamente accessibili. Possiamo ravvisare le stesse dinamiche di rivitalizzazione degli spazi pubblici anche in altre società di immigrazione occidentali; il caso italiano tuttavia si distingue dai paesi di meno recente immigrazione in quanto vede la presenza di quartieri caratterizzati da una maggiore eterogeneità e da minori fenomeni di concentrazione di gruppi mono-nazionali. Si formano così città policentriche in cui i fenomeni di nuova convivenza danno luogo a tensioni sociali dovute a vari fattori. Solitamente infatti

l'immigrazione si inserisce in quartieri già problematici dipinti come spazi di marginalità e abbandonati da parte delle classi medie autoctone e, per questi motivi, più economicamente accessibili.

Occorre ricordare che nel caso dei negozi non necessariamente un gestore straniero desideri ampliare la sua clientela agli autoctoni, in quanto spesso la rosa dei clienti immigrati è sufficiente al buon andamento degli affari; tuttavia per certe tipologie di esercizi commerciali la frequentazione degli autoctoni è vista come segno di prestigio, in generale più per quanto riguarda le attività di ristorazione. Luoghi con un'offerta commerciale più specifica, invece, come ad esempio un salone di parrucchieri nigeriano, per attirare più clienti autoctoni dovrà necessariamente inserire un'offerta commerciale più diversificata, ma da quello che ho rilevato tale necessità non è ancora percepita tra questo gruppo di negozianti.

Durante la ricerca un'attenzione particolare è stata posta alle dinamiche urbane che si instaurano nelle immediate vicinanze di questi luoghi, analizzando la zona in cui entrambe le attività sorgono, ovvero l'area circostante la stazione dei treni. Le stazioni dei treni di ogni città si possono definire come dei luoghi liminali, di confine, in cui la diversità viene relegata dopo essere stata espulsa dai luoghi fortificati della società più ampia, trovando modo di esprimersi e collocarsi in uno spazio che per quanto ritenuto marginale è in realtà parte in egual modo della città. In queste zone i prezzi degli immobili e di conseguenza anche gli affitti sono generalmente molto bassi a causa della progressiva dequalificazione della zona; per questo presentano un'altissima concentrazione di negozi e di abitazioni locati a stranieri, i quali solitamente dispongono di un budget da investire medio-basso, offrendo un'ampia scelta di servizi per la popolazione immigrata. Trattandosi però di zone fortemente stigmatizzate e criminalizzate dai media e dalle amministrazioni locali oltre che generalmente spopolate nelle ore serali, risultano degli spazi ai margini, indesiderati agli occhi della maggior parte della popolazione autoctona e ad una parte della stessa popolazione immigrata. Questa collocazione urbana di fatto tende a ostacolare l'accesso agli autoctoni che di solito preferiscono

frequentare la zona principalmente per esigenze legate agli spostamenti pubblici (autobus, treni) più che per passare il tempo libero, ignorando le numerose risorse dell'area. Il fatto che delle attività commerciali sorgano in una zona marginale della città, su cui le amministrazioni hanno sempre investito poco in termini di riqualificazione urbanistica, le porta anche ad essere dei luoghi poco curati esteriormente, anche a causa di carenti risorse economiche, che restituiscono così un'immagine di trascuratezza e ancora una volta di marginalità che alimenta gli stereotipi marcando sempre di più una linea di confine con il resto della città.

Sempre analizzando il rapporto degli immigrati con la società di arrivo occorre soffermarsi sulle conseguenze sociali per un immigrato derivanti dall'essere proprietari di un negozio nel paese di immigrazione: quello che emerge in realtà è che non è questo il reale obiettivo degli immigrati che svolgono questo impiego, bensì si tratti piuttosto di una necessità economica dovuta alle carenze di occupazione. Confrontandosi con i gestori si viene a conoscenza delle grandi difficoltà (più che dei vantaggi) derivanti dall'essere proprietari immigrati di un'attività commerciale, in particolar modo nella zona della stazione dei treni, soprattutto per quanto riguarda i rapporti con le forze dell'ordine: queste ultime devono garantire infatti su mandato dell'amministrazione locale e non solo dei frequenti controlli sulle presunte irregolarità che potrebbero essere legate a queste attività commerciali, oltre che tutelare gli aspetti securitari; infatti le maggiori accuse mosse dagli autoctoni contro l'occupazione di spazi commerciali da parte degli stranieri sono di solito costituite dal sospetto dell'irregolarità e dalla mancanza di regole. Come ho analizzato nella ricerca questi aspetti fanno parte di un 'discorso securitario' che tende a criminalizzare il diverso in quanto portatore di differenti pratiche di uso degli spazi oltre che individuo appartenente alle fasce più deboli della società e dunque più facile da discriminare ed utilizzare come capro espiatorio per tutte le paure legate alla modernità. L'immigrato si ritrova dunque ad essere discriminato due volte: in primo luogo nel momento in cui viene relegato in una determinata nicchia del mercato del lavoro in cui è assente una mobilità ascendente, e in cui viene reso più una macchina da lavoro che un individuo reale con

esigenze sociali e materiali ; in secondo luogo quando viene relegato in un determinato spazio che è tenuto ad occupare e, viceversa, evitando altri luoghi.

Prendendo in esame pochi casi, costituenti per giunta tipologie di negozio molto diverse tra loro e dunque difficilmente comparabili, risulta difficile realizzare un vero e proprio confronto circa le differenze esistenti nelle funzioni simboliche dei negozi tra le diverse nazionalità. Certamente vi sono gruppi nazionali che condividono più occasioni di ritrovo e di svago nel tempo libero, inoltre i vari gruppi possono possedere una tradizione associativa minore o maggiore a seconda delle esperienze che hanno caratterizzato la storia della società del paese di origine, dell'anzianità migratoria della comunità nazionale, della struttura e del radicamento della propria comunità di connazionali nel contesto di arrivo, della disponibilità della società di arrivo, eccetera.

Al termine di questa ricerca posso affermare che bisogna porre molta attenzione nel considerare le caratteristiche dei vari negozi gestiti dagli immigrati in quanto ogni luogo è portatore di proprie specificità e può assolvere a funzioni diverse. L'inserimento nel contesto urbano dei negozi gestiti dagli immigrati risulta ancora molto circoscritto a determinate aree della città, generalmente quelle a più alta concentrazione abitativa di popolazione immigrata a causa della naturale necessità di avere a disposizione un ampio gruppo di clienti: questa circostanza tenderà naturalmente a riproporsi finché questi negozi non si apriranno di più alla società autoctona acquisendo clienti italiani e, viceversa, la società autoctona inizierà a considerarli parte reale della propria città frequentandoli maggiormente. E' certo però che affinché questo avvenga dovrebbe accadere oltre che un cambiamento del discorso pubblico sull'immigrazione anche un cambiamento più profondo, nelle politiche, nelle relazioni sociali, economiche e produttive, che dovrebbe iniziare a trattare questo argomento non più solo a proposito della sicurezza, della regolamentazione e degli standard igienici, bensì in termini di una vera risposta ai bisogni di inclusione, socializzazione e convivenza a cui una società realmente multiculturale inevitabilmente dovrebbe portare.

Riferimenti bibliografici

1. Agustoni A., Alietti A. 2009 *Società urbana e convivenza interetnica*, Milano: Franco Angeli
2. Ambrosini M. 2001 *La fatica di integrarsi: immigrati e lavoro in Italia*, Bologna: Il Mulino
3. Amin A. 2012 *Land of strangers*, Polity Pr,UK
4. Barberis E. 2008 *Imprenditori immigrati. Tra inserimento sociale e partecipazione allo sviluppo*, Roma: Ediesse.
5. Basso P. 2000 *Razze schiave e razze signore*, Milano: Franco Angeli
6. Basso P. 2010 (a cura di) *Razzismo di stato*, Milano: Franco Angeli
7. Basso P., Perocco F. 2003 *Gli immigrati in Europa: disuguaglianze, razzismo, lotte*, Milano: Franco Angeli
8. Baumann Z. 2005 *Fiducia e paura nelle città*, Milano: Mondadori
9. Bonifazi, Marini 2014 “Il lavoro degli stranieri in Italia”, *L'economia dell'immigrazione*, 1, pp.1-5
10. Bourdieu P. et al. 2015, “Effetti di luogo” in *La miseria del mondo* ed. it. a cura di A. Petrillo e C. Tarantino, trad. it. di P. Di Vittorio, Milano: Mimesis
11. Cancellieri A. 2011 “La città e le differenze. Tra battaglie per il senso del luogo e welfare space”, *Bollettino della Società Geografica italiana*, XIII(IV). Pp. 91-100
12. Cappadonia D. 2014 “La globalizzazione del bello” <http://www.antrocom.org/pluralis/?p=60> data ultima consultazione: 22 Dicembre 2015
13. Cardano M. 2011 *La ricerca qualitativa*, Bologna: Il Mulino
14. Cartry M. 1979 “Du village à la brousse ou le retour de la question”, in M.Izard, P.Smith (a cura di), *La fonction symbolique*, Paris, pp. 265-288

15. Colombo A., Sciortino G. 2002 *Stranieri in Italia. assimilati ed esclusi*, Bologna: Il Mulino
16. Colombo E. , G. Semi 2007 *Multiculturalismo quotidiano. Le pratiche della differenza*, Milano: Franco Angeli
17. Colombo E. , Navarini G. 1999 *Confini dentro la città. Antropologia della stazione centrale di Milano*, Milano : Angelo Guerini e Associati
18. Decimo F. , Sciortino G. 2006 *Stranieri in Italia. Reti migranti*, Bologna: Il Mulino
19. Della Puppa F. Gelati E. 2015 *Alte Ceccato. Una banglatown nel nordest*, Trento: Professionaldreamers
20. Elias N. , Scotson J., 2004 *Strategie dell'esclusione*, Bologna: Il Mulino
21. Engelen, E. 2001, "Breaking in and Breaking out: a Weberian Approach to Entrepreneurial Opportunities", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27(2), pp. 203-223
22. Fabietti U. 1995 *L'identità etnica. Storia e critica di un concetto equivoco*, Roma: Carocci
23. Fondazione Leone Moressa 2015 *Stranieri in Italia attori dello sviluppo. Rapporto annuale sull'economia dell'immigrazione*. Il Mulino, Bologna.
24. Giacalone F., Pala L. (a cura di) 2005 *Un quartiere multiculturale. Generazioni, lingue, culture, identità*, Milano: Franco Angeli
25. Gobo G. 2001 *Descrivere il mondo*, Roma: Carocci
26. Güell S. 2015 *The backstage of Pakistani business in Barcellona: unraveling strategies from the ground, South Asian Diaspora*. <http://dx.doi.org/10.1080/19438192.2015>. pp. 1-17.
27. La Cecla F. 2005 *Perdersi. L'uomo senza ambiente*, Roma: Laterza
28. La Mendola S. 2009 *Centrato e aperto. Dare vita a interviste dialogiche*, UTET Università

29. Malcolm X, Haley A. 2004 *Autobiografia di Malcom X*, Milano: Bureau Biblioteca univ. Rizzoli
30. Mantovan C. 2007 *Immigrazione e cittadinanza. Auto-organizzazione e partecipazione dei migranti in Italia*, Milano: Franco Angeli
31. Melucci A. 2010 *Culture in gioco. Differenze per convivere*, Milano: Ledizioni
32. Ostanel E. 2013 “Zone di comfort: lo spazio pubblico nella città della differenza”, *Archivio di studi urbani e regionali*, 107, pp. 1-23.
33. Ostanel E., Mantovan C. 2015 *Quartieri contesi. Convivenza conflitti e governance nelle zone stazione di Padova e Mestre*, Milano: Franco Angeli
34. Palidda S. 2000 *Polizia postmoderna. Etnografia del nuovo controllo sociale*, Milano : Feltrinelli Interzone.
35. Perocco F. 2014 *Trasformazioni globali e nuove disuguaglianze*, Milano: Franco Angeli
36. Petrillo A. , Tosi A. 2013 “Introduzione. Migranti in città: scorci della situazione italiana”, *Mondi migranti* 2/2013
37. Pompeo F. 2011 *Pigneto-Banglatown. Migrazioni e conflitti di cittadinanza in una periferia storica romana*, Torino: Meti Edizioni
38. Portes, A. 1995 “Economic Sociology and the sociology of immigration: a Conceptual Overview” in id. (ed.) (1995), *The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*, Russel Sage Foundation, New York, pp.1-41
39. Pravettoni R. “Il cibo come elemento di identità culturale nel processo migratorio” www.globalgeografia.it/temi/pravettoni.pdf.1-57. Data ultima consultazione: 15-09-2015
40. Provincia di Padova: verso il piano strategico 2012 *La sicurezza costruiamola insieme. Ricerca sull'opinione dei cittadini della Provincia di Padova.*
<http://www.provincia.pd.it/uploads/Ufficio-stampa/Questionario%20CAWI.pdf>

41. Rath J. 2000 *Immigrant business: the economic, political and social environment*, Mc Millan Press LTD
42. Rettore V., Neresini F. 2008 (a cura di) *Cibo cultura identità*, Roma: Carocci
43. Rhazzali M. K. 2015 *Comunicazione interculturale e sfera pubblica. Diversità e mediazioni nelle istituzioni pubbliche*, Roma: Carocci
44. Saracini L. 2002 *Padova nord- storia di un quartiere*, Padova: studio L.R.S. Arte Grafica Editoria
45. Sayad A. 2006 *L'immigrazione o i paradossi dell'alterità. L'illusione del provvisorio*, Verona: Ombrecorte
46. Sayad A. 2002 *La doppia assenza. Dalle illusioni dell'emigrato alle sofferenze dell'immigrato*, Milano: Raffaello Cortina
47. Selmini R. 2004 (a cura di) *La sicurezza urbana*, Bologna: Il Mulino
48. Waquant L. 2002 *Anima e Corpo. La fabbrica dei pugili nel ghetto americano*, Roma: DeriveApprodi