

### Editoriale

## Guardare con occhi stranieri

di Enzo Colamartini

C'è un esercizio che l'antropologo impara fin dal primo anno di università e che, una volta acquisito, non si smette più di praticare: guardare ciò che è familiare come se fosse straniero. Prendere la propria cultura, i propri riti quotidiani, le proprie categorie mentali, e trattarle come se fossero oggetto di studio, come se le si vedesse per la prima volta. Questo numero di **inFormazione** nasce da quella stessa attitudine. Abbiamo scelto di dedicarlo all'antropologia non per celebrare una disciplina accademica, ma per fare esattamente ciò che l'antropologia insegna: guardare il presente con occhi stranieri, e scoprire quanto sia diverso da come lo raccontiamo.

Lo facciamo a partire dai numeri - quelli di AlmaLaurea - che smontano il luogo comune del laureato in antropologia destinato alla precarietà romantica, e restituiscono un profilo professionale più solido e più vario di quanto l'immaginario collettivo suggerisca. Lo facciamo attraverso il convegno **Memorie in Rete** alla Sapienza, dove la domanda sulla digitalizzazione del patrimonio culturale si rivela, a guardarla bene, una domanda politica: chi custodisce la memoria? E per conto di chi? Lo facciamo esplorando i luoghi inattesi in cui gli antropologi lavorano oggi - dalle aziende tech agli ospedali, dalle ONG alle redazioni, spesso senza che nessuno li chiami con il nome con cui dovrebbero chiamati.

Tre sguardi diversi, una sola direzione: imparare a vedere ciò che è sempre stato lì, ma che lo sguardo distratto non coglie. Perché l'antropologia, in fondo, non è la scienza dell'esotico. Buona lettura. ■

# Antropologo cercasi. E trovasi

La laurea magistrale in antropologia culturale ed etnologia tra numeri, pregiudizi e prospettive

Una vulgata veramente dura a morire, racconta che laurearsi in antropologia equivalga a condannarsi a un futuro di "precarietà romantica": qualche convegno, qualche supplenza, qualche progetto di cooperazione pagato in entusiasmo. I numeri, però, raccontano un'altra storia.

Secondo i dati AlmaLaurea 2025 relativi alla classe di laurea magistrale LM-1 (Antropologia culturale ed etnologia), il tasso di occupazione a un anno dalla laurea si attesta al 69,1%, che sale al 91,2% a cinque anni. Un dato che, una volta contestualizzato nel panorama delle lauree umanistiche, smette di essere modesto e diventa invece significativo: la traiettoria occupazionale degli antropologi è lenta ma solida, come si addice a una formazione che non prepara a un mestiere specifico, ma a "leggere" il mondo.

La retribuzione media netta a cinque anni dalla laurea è di 1.476 euro mensili. Non una cifra da capogiro, ma coerente con quella di molte altre lauree magistrali dell'area umanistica e sociale, e in crescita rispetto all'anno precedente. A cinque anni, il 52,9% lavora con contratto a tempo indeterminato, e ben l'83,4% svolge una professione in cui è richiesta la laurea. Quest'ultimo dato vale la pena sottolinearlo: non si tratta di laureati finiti a fare tutt'altro, ma di professionisti che utilizzano - almeno in buona parte - ciò che hanno studiato.

Chi sono, concretamente? Le professioni più diffuse tracciate da AlmaLaurea includono i docenti nella scuola secondaria (sia superiore che inferiore) e i ricercatori nelle scienze politiche e sociali. Una fotografia solo parziale, che non cattura tutto l'arco di impieghi reali: mediatori culturali, operatori in ambito museale e del patrimonio, consulenti per organizzazioni non governative, esperti di diversità e inclusione in contesti aziendali, figure sempre più richieste nell'industria culturale e nel settore digitale.

## Quali sono le professioni degli antropologi

Vale la pena soffermarsi anche su chi sceglie questa laurea. Il profilo del laureato LM-1 è prevalentemente femminile (70% donne), proviene per lo più da una triennale in Storia (30,5%), Lettere o Scienze della comunicazione, e consegue il titolo in media a 31 anni, un'età che riflette percorsi spesso non lineari, fatti di esperienze sul campo, tirocini, soggiorni all'estero. Solo il 37,7% si laurea in corso, il che, lungi dall'essere un dato negativo, dice qualcosa di preciso sulla natura di questi studi: richiedono tempo, immersione, una certa disponibilità a deviare. Colpisce infine un dato che riguarda non il mercato, ma la percezione soggettiva: il 76,8% degli studenti si iscri-



verebbe nuovamente allo stesso corso, nello stesso ateneo. In un momento storico in cui la crisi di vocazione investe molte discipline universitarie, questa fedeltà retrospettiva non è banale. Suggestisce che ciò che l'antropologia offre - strumenti critici, capacità di ascolto, abitudine alla complessità - viene percepito come un valore durevole, anche da chi fatica a tradurlo immediatamente in reddito. Forse il problema non è la laurea in antropologia. È che continuiamo a misurare il suo valore con gli stessi metri con cui valutiamo ingegneria o medicina. E l'antropologia, per statuto, è la disciplina che mette in discussione i metri di misura. ■

Il sapere non si ferma sulla carta

[www.cisu.it](http://www.cisu.it)

Catalogo e vendita online

La nostra libreria scientifica è a portata di clic

### IN QUESTO NUMERO

**2** La memoria non si archivia  
Il convegno alla Sapienza Memorie in Rete

**3** L'antropologo è ovunque  
L'antropologia è la migliore disciplina

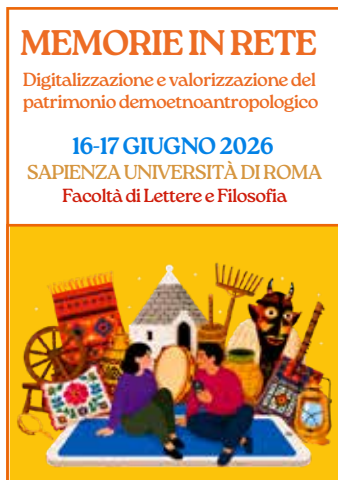
# La memoria non si archivia. Si abita

Il convegno "Memorie in Rete" alla Sapienza apre una riflessione urgente su digitale, patrimonio e identità culturale dalla Redazione

**E**siste un momento preciso in cui un oggetto smette di essere una cosa e diventa una memoria. Può essere una fotografia, un canto, un gesto tramandato, un diario scritto in una lingua che quasi nessuno parla più. In quel momento qualcuno deve decidere cosa farne. Conservarlo, digitalizzarlo, condividerlo o lasciarlo andare. È una decisione che sembra tecnica. Non lo è mai. Dietro ogni archivio c'è una scelta, e dietro ogni scelta c'è un potere. Il potere di stabilire cosa vale la pena ricordare, in quale forma, con quale accesso. Per secoli questo potere è appartenuto alle istituzioni, chiese, stati, università, musei. Oggi, nell'epoca in cui qualsiasi suono o gesto può essere convertito in dato e caricato su una piattaforma, quel potere si è fatto più diffuso, ma non necessariamente più giusto.

## A chi appartiene la memoria?

C'è una parola che attraversa tutto il programma del convegno *Memorie in Rete*, organizzato dalla Scuola di



Specializzazione in Beni Demoetnoantropologici della Sapienza il 16 e 17 giugno 2026: **RESTITUZIONE**.

Restituire un archivio a una comunità indigena siberiana. Restituire visibilità a una collezione coloniale privata. Restituire senso a un patrimonio fiabistico attraverso il digitale. Dietro la questione tecnica della digitalizzazione si nasconde sempre una questione politica: chi custodisce la memoria? E per conto di chi?

Non è una domanda nuova. Ma è una domanda che cambia forma a seconda di chi la pone e da dove. Un archivio etnografico gestito da un'università europea non è la stessa cosa di una piattaforma comunitaria gestita da chi quella memoria la vive. La differenza non è tecnica. È politica, e a volte è la differenza tra una memoria che sopravvive e una che si disperde.

## Il convegno si articola su tre piani

Il convegno articola questa domanda su tre piani. Il primo riguarda gli strumenti e le metodologie: come si digitalizza il patrimonio demoetnoantropologico senza tra-

dirlo, come si costruisce un glossario che faccia da ponte tra il campo e la piattaforma, come si catalogano oggetti e pratiche immateriali nell'era degli standard digitali. Non è lavoro di archivisti, ma di mediatori: tra sapere locale e sistema classificatorio, tra comunità viventi e istituzioni. Il rischio, sempre in agguato, è che la catalogazione imponga categorie esterne a oggetti e pratiche che quelle categorie le rifiutano, o semplicemente le ignorano.

Il secondo piano è quello dell'accesso e della conservazione: chi può entrare in un archivio etnografico, a quali condizioni, con quali diritti. Il caso degli archivi visivi africani in Piemonte, o quello delle tonnare del Mediterraneo ricostruite pixel per pixel, mostrano come la digitalizzazione non sia mai neutrale. È sempre una scelta su cosa vale la pena ricordare, e come. Un archivio non è uno specchio della realtà: è una interpretazione della realtà che qualcuno ha deciso di rendere permanente. Cambia il supporto, non cambia la posta in gioco. Il terzo piano è forse il più urgente: quello della sovranità digitale. Alcuni interventi si occupano esplicitamente di patrimoni indigeni – dalla Siberia alle Americhe – e delle piattaforme attraverso cui questi patrimoni circolano. La domanda sottesa è radicale: può uno strumento digitale occidentale essere un luogo sicuro per la memoria di chi dall'Occidente è stato colonizzato? O riproduce, in forme nuove, le stesse asimmetrie di potere? La rete non è uno spazio neutro. Ha architetture, algoritmi, proprietari. E la memoria di un popolo che finisce su una piattaforma commerciale non è necessa-

riamente memoria liberata, può essere memoria estratta.

## Non è un convegno sulla tecnologia

*Memorie in Rete* non è un convegno sulla tecnologia. È un convegno sull'antropologia nel momento in cui deve fare i conti con il digitale non come strumento neutro, ma come campo di forze. E in questo senso è un appuntamento che riguarda chiunque lavori con la cultura – non solo gli specialisti del patrimonio DEA, ma tutti coloro che si interrogano su cosa significhi conservare, condividere, e restituire. Perché la memoria, in fondo, non si archivia. Si abita. E abitarla bene è un atto politico prima ancora che tecnico.

Per informazioni sul convegno potete scrivere a: [maria.bernardini@uniroma1.it](mailto:maria.bernardini@uniroma1.it) ■

**INFORMAZIONE**  
LIBRERIA PER GLI STUDENTI UNIVERSITARI

PERIODICO  
DI INFORMAZIONE STUDENTESCA  
EDITO DA

**CISU**

Anno 11 • n. 6 • Giugno 2026  
Autorizzazione Tribunale di Roma  
n. 222/15 del 28 dicembre 2015

Direttore responsabile  
Enzo Colamartini

Redazione e Amministrazione  
Viale Ippocrate, 97 • Roma

Stampa  
Tipografia Politano  
Via Giovanni Maggi 79 • 00176 Roma

Per la pubblicità e per inviare articoli da pubblicare su questo giornale rivolgersi al numero **06491474**

## IN LIBRERIA Le nuove vie della medicalizzazione

a cura di O. Costantini • S. Caroselli  
€ 21,00 • Ordina su [cisu.it](http://cisu.it)



In un'epoca in cui sensori, algoritmi e app promettono di misurare ogni aspetto della salute umana, Costantini

pone una domanda scomoda: stiamo davvero curando le persone, o stiamo producendo soggetti sempre più sorvegliati e indeboliti? Con il rigore dell'antropologia medica e la lucidità di chi sa leggere il presente senza illusioni, il volume esplora le trasformazioni del sistema sanitario contemporaneo come specchio di una società che confonde il benessere con la performance. Una lettura necessaria per chiunque voglia capire cosa si nasconde dietro la digitalizzazione dei corpi e la nuova grammatica della cura.

**Assolutamente da leggere**

# L'antropologo è ovunque

L'antropologia è la disciplina universitaria migliore per preparare a leggere il mondo

**D**alle aziende tech alle zone di conflitto, dai reparti ospedalieri ai team di design: il profilo professionale più sottovalutato del nostro tempo.

C'è un paradosso silenzioso al cuore della formazione antropologica. Da un lato, l'antropologia è forse la disciplina universitaria che più di ogni altra prepara a leggere il mondo contemporaneo nella sua complessità – multiculturale, digitale, conflittuale, in trasformazione continua. Dall'altro, è ancora percepita come una laurea di nicchia, destinata a chi accetta in anticipo i margini come habitat naturale. Un malinteso che resiste nonostante i fatti lo smentiscano sistematicamente.

Perché gli antropologi lavorano. E lavorano in luoghi che spesso sorprendono anche loro stessi. Non solo nelle università e nei musei – che pure restano sbocchi reali e importanti – ma nelle aziende multinazionali, negli ospedali, nelle ONG, nelle redazioni, nei laboratori di design, nei centri per i rifugiati, nelle istituzioni internazionali. Il problema non è la domanda: è che la domanda e l'offerta faticano a riconoscersi, perché nessuno ha insegnato agli antropologi a chiamare con il nome giusto ciò che sanno fare. E nessuno ha insegnato al mercato a cercarli.

## Patrimonio culturale la casa naturale

Il primo ambito in cui l'antropologo trova collocazione naturale è quello del patrimonio culturale: musei, soprintendenze, archivi etnografici, istituti di tutela del patrimonio immateriale. È uno sbocco visibile,

coerente con il percorso di studi, e in crescita: la digitalizzazione del patrimonio demotnoantropologico, tema centrale del convegno *Memorie in Rete* in corso in questi giorni alla Sapienza, ha aperto un fronte nuovo che richiede competenze ibride. Non basta saper usare una piattaforma di archiviazione digitale: bisogna capire cosa si sta archiviando, per chi, con quale impatto sulla comunità di riferimento. Bisogna, in altri termini, saper fare domande che la tecnologia da sola non sa nemmeno formulare.

**“L'antropologo può mettere nella lettura delle trasformazioni la sua capacità di cogliere la dimensione ideologica nelle classificazioni**

*Oswaldo Costantini*”

In questo contesto l'antropologo non è un tecnico del passato, ma un mediatore del presente: tra la comunità che detiene una memoria e l'istituzione che vuole conservarla, tra il sapere locale e il sistema classificatorio che cerca di contenerlo, tra la pratica vivente e il formato digitale che rischia di imbalsamarla. È un ruolo delicato, spesso invisibile, sempre necessario.

## Cooperazione internazionale: ascoltare prima

Nelle organizzazioni che lavorano in contesti di sviluppo, emergenza umanitaria o gestione delle migra-

zioni, l'antropologo rappresenta una figura critica. Non perché porti risposte preconfezionate, ma perché porta la capacità di fare le domande giuste e di resistere alla tentazione di sovrapporre categorie esterne a realtà che hanno le proprie logiche interne. Le grandi organizzazioni internazionali – dall'UNHCR all'OMS, dalle ONG di cooperazione allo sviluppo alle agenzie dell'Unione europea – impiegano stabilmente antropologi nei loro team sul campo. Il loro compito è quello che in gergo si chiama analisi del contesto: capire prima di agire, mappare le strutture sociali locali, individuare i mediatori culturali affidabili, evitare gli errori che nascono dall'ignoranza dei codici culturali. Errori che, in certi contesti, non si pagano con una brutta figura ma con il fallimento di un intero progetto o peggio.

## Sanità e welfare: la cultura dentro la cura

È forse l'ambito in cui la presenza dell'antropologo è più urgente e ancora più sottofinanziata. L'antropologia medica – disciplina che studia come culture diverse costruiscono i concetti di salute, malattia, corpo e cura, ha prodotto negli ultimi decenni una letteratura scientifica imponente. Eppure la sua penetrazione nelle pratiche cliniche quotidiane resta limitata.

Ospedali pubblici, servizi psichiatrici territoriali, consultori, strutture di accoglienza per migranti e richiedenti asilo: tutti questi contesti ospitano quotidianamente persone che portano con sé sistemi di signi-

**“L'antropologo non porta risposte preconfezionate. Porta la capacità di fare domande giuste”**

ficato diversi da quelli della medicina occidentale. Un sintomo non è mai solo un dato biologico: è un'esperienza vissuta, filtrata da una cultura, espressa in un linguaggio che il medico non sempre conosce. Il mediatore culturale – figura ancora troppo precaria e sottopagata nel sistema sanitario italiano – è spesso un antropologo di fatto, anche quando non lo sa.

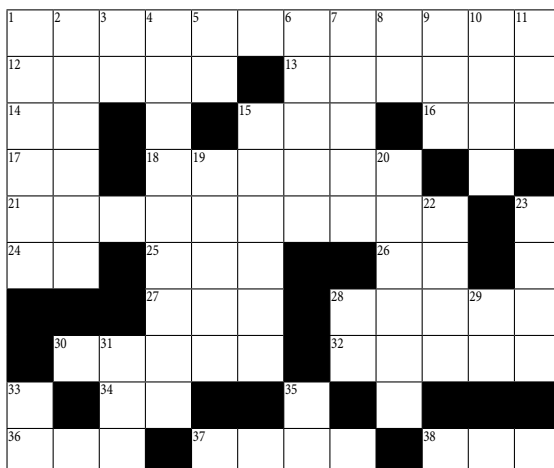
Come osserva Costantini nel suo volume pubblicato con CISU il rapporto tra medicalizzazione, controllo sociale e capitalismo neoliberale apre uno squarcio su questo tema: il sistema sanitario non è uno spazio neutro, e leggerlo con gli occhi dell'antropologo significa portare alla luce ciò che le analisi gestionali lasciano nell'ombra.

## Aziende e design: l'etnografia entra in azienda

Questo è forse l'ambito che più sorprende, e che negli ultimi vent'anni ha conosciuto la crescita più rapida. Alcune delle più grandi aziende tecnologiche e di beni di consumo al mondo (Intel,

Continua a pagina 4

## Il cruciverba di **INFORMAZIONE**



**ORIZZONTALI** 1. La scienza che scava nel passato. 12. Quota periodica di un importo. 13. Titolo imperiale romano. 14. Catania sulle targhe. 15. American Horror Story. 16. Pronome di rispetto. 17. Ungheria per l'automobilista. 18. Accordo tra le parti. 21. Distribuzione di un servizio. 24. Organizzazione Aziendale. 25. Andate per il poeta. 26. Decreto Legge. 27. La sigla del farmaco da banco. 28. Si prende a calci. 30. La signora persiana. 32. La nazione con governo proprio. 34. Precede il Mi. 36. Aggettivo possessivo femminile. 37. Il prof. Lupo lo usa come titolo del libro. 38. La prestigiosa collana diretta da Cirese.

**VERTICALI** 1. Prefisso che rimanda all'antico. 2. Madre di tutto. 3. Coupé della Casa dei quattro anelli. 4. Fede organizzata. 6. Approvazione all'americana. 7. Bollito. 8. Osservazione Speciale. 9. Gruppo di Azione Locale. 10. Personaggio della mitologia greca. 11. Sempre per il poeta ellenico. 15. Antico abitante del Messico. 19. Soia fermentata giapponese. 20. Prima metà del campionato. 22. Pronome aulico di terza persona. 23. Saluto universale. 28. Post Scriptum. 29. Per il programmatore "inferiore a". 31. A Roma c'è quella Pacis. 33. Marina Militare. 35. Indicazione di luogo.

## IN LIBRERIA

Anna Iuso

### La svolta autobiografica

€ 22,00 • Ordina su [cisu.it](http://cisu.it)



In un'epoca in cui i social trasformano ogni frammento di vita in narrazione pubblica, Iuso riporta lo sguardo alle origini di questa ossessione: la scrittura di sé nell'Ottocento italiano. Con rigore storico e sensibilità antropologica, il volume mostra come la memoria autobiografica non sia mai uno specchio fedele, ma una costruzione identitaria. Un testo fondativo per chiunque voglia capire da dove viene il bisogno – tutto moderno – di raccontarsi.

**DA NON PERDERE**

## L'antropologo è ovunque

Continua da pagina 3

Microsoft, Google, IKEA, Procter & Gamble) hanno stabilmente antropologi nei loro team di ricerca e sviluppo. Non come ornamento intellettuale, ma come professionisti con un compito preciso: capire come le persone usano davvero i prodotti, in contesti culturali diversi, con bisogni che i sondaggi tradizionali non riescono a intercettare.

Il metodo è quello dell'osservazione partecipante – lo stesso che l'antropologo usa sul campo – applicato all'ambiente domestico, all'ufficio o al supermercato. Si chiama design etnografico, *user research* o antropologia del consumo; i nomi cambiano, la sostanza resta. Si tratta di osservare senza giudicare, ascoltare senza imporre categorie, restituire una lettura della realtà che sorprenda anche chi commissiona la ricerca.

## Comunicazione e media: leggere i codici del presente

Il quinto ambito è trasversale a tutti gli altri, e forse per questo fatica a essere riconosciuto come tale. La capacità di analizzare narrazioni, smontare stereotipi, leggere i codici culturali impliciti nei linguaggi mediatici è una competenza rara e sempre più richiesta in un ecosistema dell'informazione dominato dalla velocità e dalla superficialità. Agenzie di comunicazione, redazioni giornalistiche, piattaforme digitali, uffici stampa di istituzioni culturali: tutti questi ambienti hanno bisogno di persone capaci di muoversi con consapevolezza critica in contesti culturalmente diversi, di riconoscere quando una rappresentazione è distorta, di costruire

messaggi che non umilino l'intelligenza dei destinatari. L'antropologo, formato a guardare la propria cultura con gli occhi dello straniero, è strutturalmente attrezzato per questo lavoro.

## Il problema del nome

C'è però un ostacolo che attraversa tutti questi ambiti: l'antropologo spesso non sa – o non vuole – chiamare con il nome del mercato ciò che sa fare. Dire "so fare osservazione partecipante" non comunica nulla a un *recruiter*. Dire "so condurre ricerche qualitative sul campo, analizzare contesti culturali complessi, produrre report strategici basati sull'ascolto diretto" apre porte.

Non si tratta di tradire la disciplina. Si tratta di tradurla esattamente come l'antropologo traduce culture

diverse per renderle comprensibili l'una all'altra. In fondo, anche questa è etnografia: imparare il linguaggio dell'interlocutore per farsi capire senza perdere se stessi.

Il futuro dell'antropologia applicata non è nella rinuncia alla complessità. È nella capacità di portare quella complessità nei luoghi in cui le decisioni vengono prese – aziende, ospedali, istituzioni, redazioni – e di farla valere come risorsa, non come peso. ■

## L'Oroscopo Accademico

### Segni di Fuoco

#### Ariete, Leone, Sagittario

La vostra energia è degna di un etnografo sul campo in piena stagione delle piogge. Avete già prenotato il volo per la prossima ricerca, ma attenzione: l'osservazione partecipante richiede pazienza, non sprint. Rallentate, ascoltate, prendete note. L'informatore chiave non aspetta chi arriva di corsa.

### Segni di Terra

#### Toro, Vergine, Capricorno

Siete i custodi naturali del patrimonio immateriale – catalogateli, archiviate tutto, non buttate niente. Il problema è che anche i ricordi dell'ex sono finiti nel database. Un po' di sana decolonizzazione degli archivi personali non guasterebbe. *Parola chiave*: restituzione.

### Segni d'Aria

#### Gemelli, Bilancia, Acquario

La vostra mente vola tra un paradigma e l'altro con l'agilità di Lévi-Strauss a un buffet di miti. Siete capaci di trovare strutture binarie ovunque – anche nel menu della mensa. Ottimo per la tesi, meno per ordinare un caffè. *Consiglio*: ogni tanto usate il metodo induttivo.

### Segni d'Acqua

#### Cancro, Scorpione, Pesci

Navigate in un mare di simboli e significati profondi come un rito di passaggio. Sentite tutto, capite tutti, vi immedesimate in ogni cultura tranne la vostra. Questa settimana provate a fare etnografia di voi stessi: scoprirete cose inquietanti e meravigliose. *Voto previsto*: sul campo, sempre.

## Soluzione cruciverba pagina 3

V	E	D	S	I	V	M	V	A	M
		V	L		R	E			M
O	T	V	T	S	O	O	N	A	B
A	L	P		C	T	O			
I	L	D		E	T	I	V	O	
C		E	N	O	I	Z	A	G	O
	O	S	A	V	S	E	N	I	H
I	L	S	H	A	V	L	T	O	
E	V	S	E	C	O	E	T	R	A
V	I	G	O	L	O	P	O	R	A

# menti integrate

## La strada giusta per il tuo futuro

Integrare la mente. Integrare il futuro

### Master e Alta Formazione

Potenzia il tuo apprendimento

con la Metacognizione

Ritrova l'equilibrio con

Mindfulness e Ipnosi clinica

[www.mentintegrate.it](http://www.mentintegrate.it)