

I genitori conoscono sempre meno i figli adolescenti. Come rimanere connessi con la generazione dei "nativi digitali".

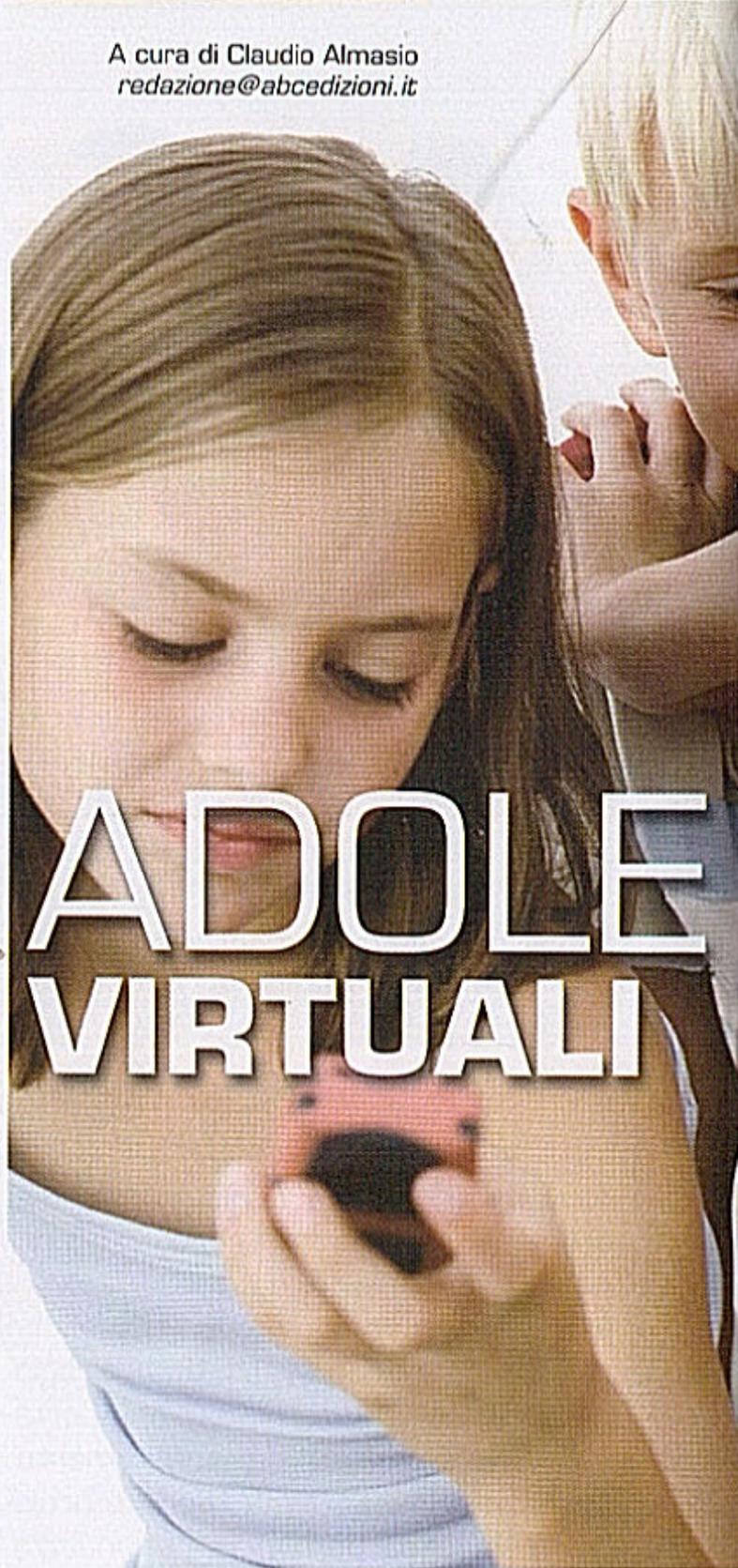
Qual è la vera lezione del Dr. Keating? L'originale professore di letteratura che irrompe nell'austera accademia maschile di Welton è il protagonista del film di Peter Weir "L'attimo fuggente". Il titolo italiano richiamerebbe la filosofia del vivere il presente, *il carpe diem* di oraziana memoria. Il titolo originale invece "Dead Poets Society", la setta dei poeti estinti, dà il giusto risalto alle riunioni notturne e clandestine di cinque adolescenti. Non che il segreto della vita sia declamare poesie in una buca o scambiarsi libri e biscotti di nascosto. Il punto è che nella relazione esclusiva e libera tra ragazzi, senza adulti, ciascuno scoprirà se stesso.

Il diligente Neil, medico designato per il padre, scoprirà il sacro fuoco del palcoscenico, l'introverso "signor" Anderson riuscirà ad aprire il suo cuore, scoprendosi poeta con tanto da raccontare.

Il gruppo è da molti decenni il vero riferimento etico giovanile e il laboratorio dove l'adolescente scopre ciò che è e che può diventare. E' proprio la ristrutturazione di questo luogo di crescita, in ragione dell'invasione della tecnologia della comunicazione, il tratto saliente che rende forse gli adolescenti di questi anni una generazione del tutto inedita.

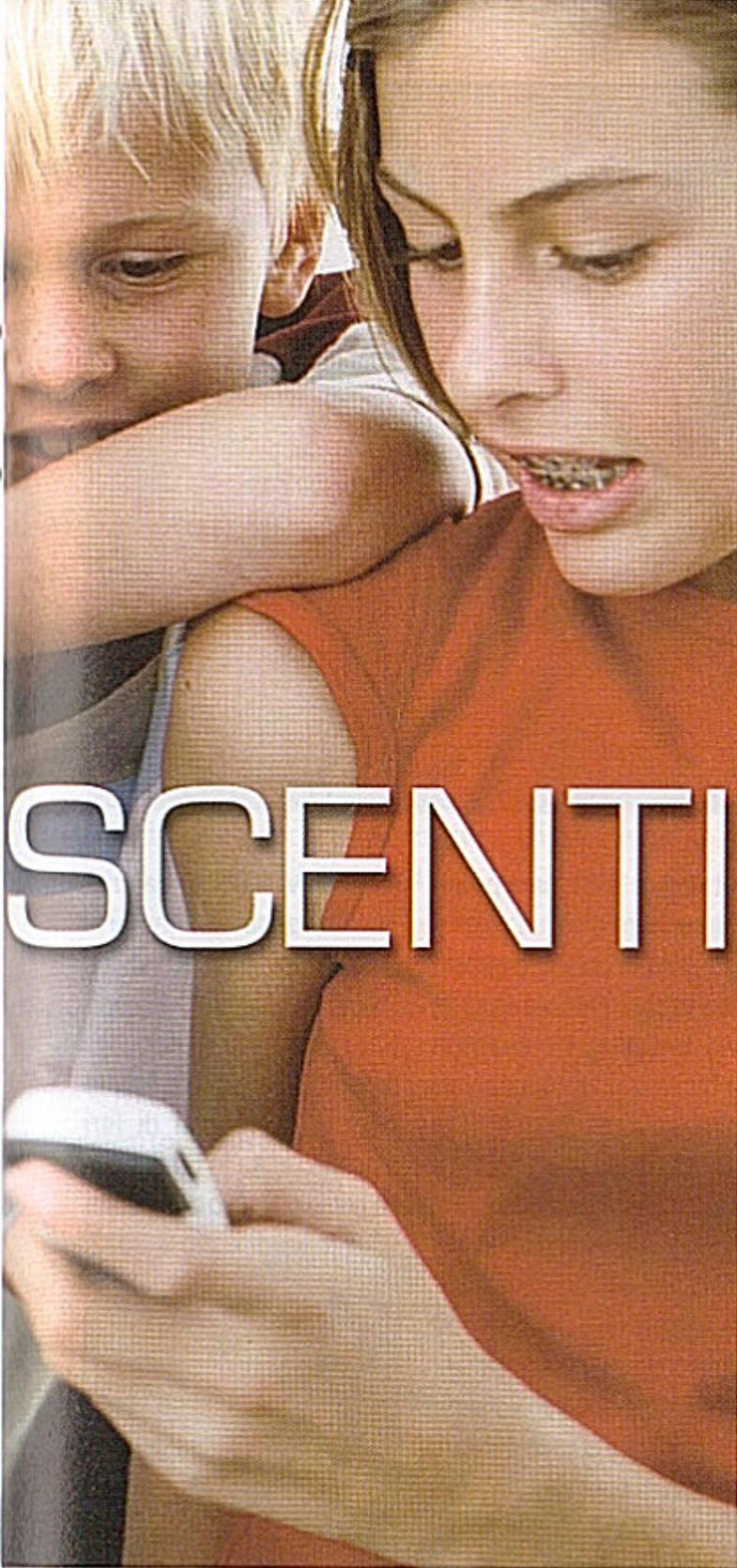
Millon dollar baby

Cominciamo a considerare quali comportamenti gli adolescenti di oggi hanno mu-



ADOLE VIRTUALI

tuato dai loro fratelli maggiori. Ci viene in aiuto l'indagine Eurispes e Telefono Azzurro "Bambini e adolescenti in Italia: un quadro degli ultimi dieci anni" (del giugno 2010, con dati fino al 2009). Nella fascia d'età adolescenziale le vere protagoniste della prima decade degli anni 2000 sono le ragazze, che fanno propri definitivamente



SCENTI

modelli di comportamento prima ritenuti di pertinenza maschile.

Eccole, in due parole crude, le nuovissime teen: bulle e fumatrici. La percentuale di adolescenti tra i 12 e i 19 anni che fumano è aumentata: nel 2003, infatti, dichiarano di fumare sigarette il 25,8% dei maschi e il 21,9% delle femmine, mentre nel 2009 i

giovanissimi fumatori sono diventati il 29,2% dei ragazzi e ben il 31,6% delle ragazze. Il 13,8% delle ragazzine riferisce, nel 2009, di essere stata vittima di bullismo ad opera di una coetanea femmina (ancorché il triste primato delle angherie perpetrate rimanga pursempre ai coetanei maschi!). Secondo il rapporto della Società di Pediatria nel 2010 non è cresciuto il bullismo o il cyberbullismo, ma l'omertà generazionale che li circonda

Accomuna i due sessi la precoce iniziazione all'alcol dovuta a un cambiamento delle abitudini di consumo. L'età del primo contatto con l'alcol è scesa ai 12 anni e mezzo (il dato peggiore in Europa). Non c'è da stupirsi se il 54,6% dei ragazzi tra 15 e 19 anni ha già sperimentato, almeno una volta, l'ubriachezza. Quello tra il 2000 e il 2010 è stato il decennio del "binge drinking" (bere per ubricarsi) o dello "shottino", che consiste nell'assunzione di un superalcolico per arrivare già ubriachi a ballare. Ha preso piede la moda degli happy-hours e degli "alcolpops", le bevande dal gusto dolce e facile ma con 4-7 gradi alcolici. Ancora più subdola è la moda delle "dosi" di alcol, drink in bustina in monoporzioni, per simulare il rituale dell'assunzione di una droga. Il rapporto della Società di Pediatria del 2010 suggerisce, rispetto al 2009, una stabilizzazione del consumo di alcol e tabacco, ma una ripresa della cannabis e una sempre minore percezione dell'ecstasy come una "droga pericolosa".

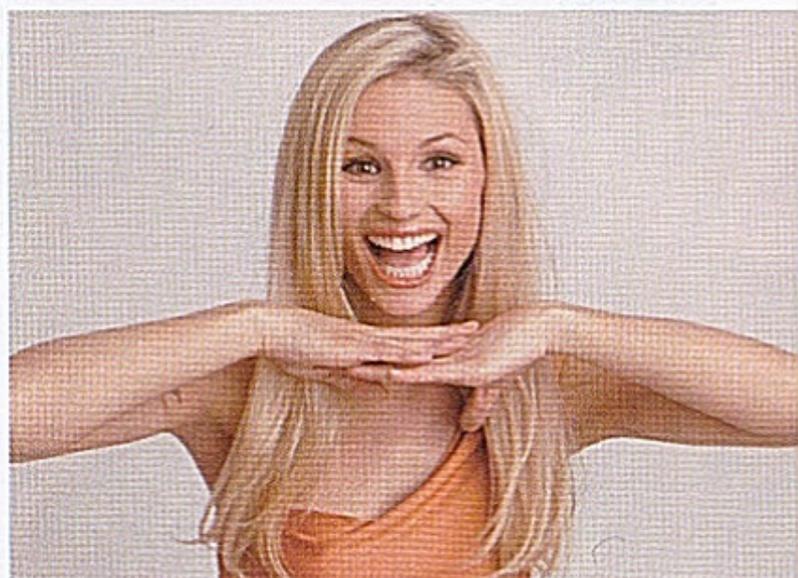
6 un gallo

I modelli di riferimento sono cambiati (insieme alle espressioni gergali)? Secondo l'indagine Eurispes i modelli di riferimento emergenti nel decennio sono quelli dei mass

media. Seguendo una via ormai tracciata già nel 2006 tra i teen ager di entrambi i sessi il 22,8% desidera diventare una star dello spettacolo e il 15,9% un calciatore della nazionale.

Solo il 26,2% è legato a modelli più tradizionali: incuriosente la voglia di diventare esploratore (9,7%) o inventore geniale (4,5%). Sembra comunque che ad ispirare le nuove generazioni non sia più la necessità di soddisfare qualche vocazione, ma la necessità di affermarsi attraverso il guadagno facile, possibilmente senza gran sacrificio: a metà decennio il "Grande fratello" ha già fatto scuola. Così emerge l'identificazione nel ricco imprenditore (13,1%) e scompare quella nell'eroico pompiere di vetusto sapore deamicisiano (1,1%).

Nell'analisi del 2009 la ricerca ha proposto personaggi famosi in cui identificarsi. I personaggi che riscuotono il maggior consenso sono: Valentino Rossi (13,6%) e Barack Obama (9,8%). Tra le ragazze è il presidente americano ad essere il primo (7,8%), seguito da Belen Rodriguez (6,6%). È un



cambiamento di rotta, dato che nel 2003 Michelle Hunziker (sintesi di bellezza e simpatia) spopolava con un fragoroso 42,7%! Nel firmamento adolescenziale compaiono meteore che si muovono nell'orbita della stretta attualità. La "novità" di Obama, segnala però che le idee non sono affatto chiare, in quanto altri dati confermano un quadro decennale di lontananza dei giovani dalla politica. Solo un numero esiguo di ragazzi dichiara di far parte di "un movimento politico". Il distacco dalla politica è in linea con il disinteresse verso i grandi temi generali dell'umanità, che si manifesta persino nella scarsa propensione a iscriversi ad associazioni ambientali (ancorché nel 2007 una ricerca abbia rilevato una sufficiente "coscienza ambientale") o scoutistiche.

CELL HO

L'amore per il cellulare e le sue evoluzioni è "un'eredità culturale" che i teenager di oggi ricevono dai fratelli maggiori. Gli adolescenti italiani sono stati tra i primi al mondo ad avere il cellulare, la metà di loro lo aveva già nel 2003 e nel 2006 la quasi totalità dei ragazzi tra i 12 e i 18 anni (97,5%) ha dichiarato di averne uno a disposizione. Oggi una quota di ragazzini ne fa un uso smodato: un quarto dei teenager intervistati dichiara di trascorrere al cellulare oltre quattro ore al giorno.

Avatar e nickname

Già da alcuni anni, i teenager hanno mostrato sempre più inclinazione per le apparecchiature hi tech. Buona parte di tale passione dipende non dalla tecnologia in sé, ma dal fatto che si tratta di strumenti che rispondono ai bisogni tipici degli adolescenti, ovvero la riconoscibilità entro il gruppo degli amici e oltre, o il bisogno di comuni-

care e condividere stati d'animo, pensieri ed emozioni.

È arcinoto che nell'arco dell'ultima decade gli adolescenti hanno progressivamente preso confidenza con tutte le applicazioni di internet. Nei primissimi anni la rete era utilizzata soprattutto per reperire informa-

meno i giochi di ruolo (19,9%). In netto declino tra gli adolescenti la lettura di Blog (29,4%, erano il 46,8% nel 2009) e la partecipazione a Forum (15,4%). Sì, perché questi ultimi strumenti sono stati cannibalizzati dai *social network* che hanno stracciato la concorrenza nel catturare l'attenzione giovanile.

Questo è probabilmente ciò che caratterizza la generazione di adolescenti a cavallo tra il primo e il secondo decennio del 2000, senza distinzione tra ragazzi e ragazze: è nata la "Facebook generation". Non a caso la società stessa, fiutando il business, ha negli anni abbassato il limite di età per iscriversi. Questo social network è diventato un "must do" per gli adolescenti. Nel 2010 l'84% dichiara di avere aperto un profilo quando nel 2008

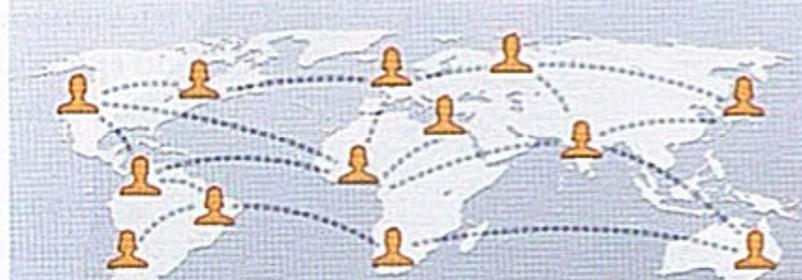
gli utenti erano ancora una minoranza. È questo il nuovo ambito nel quale questa generazione sembra volersi confrontare, conoscere e riconoscere. Ma è anche un'esposizione al mondo in una dimensione collettiva perché oggi, per esistere, gli adolescenti sentono che devono mettersi in mostra, apparire, in qualunque modo, a qualsiasi prezzo.

Kumpa, ci stai troppo dentro!

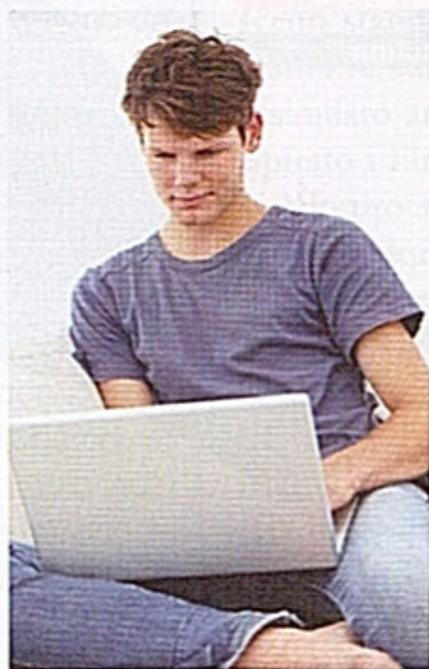
Il "combinato disposto" tra le crescenti potenzialità di comunicazione e una sessualità sempre più disinibita fa nascere non pochi timori. Sempre secondo l'Eurispes,

facebook

Facebook helps you connect and share with the people in your life.



zioni, e gli adolescenti di oggi (secondo la ricerca Eurispes relativa al 2010) continuano a utilizzare Internet anche per questo scopo (83,1%). Il downloading di musica e film dalla Rete, è entrato stabilmente a far parte delle abitudini, una pratica gratuita, di moda, consapevolmente illegale (3/4 degli adolescenti lo fa da qualche anno). Normalissimo per un adolescente è chattare (78,1% nel 2010, ma cresciuto progressivamente nei 10 anni), è di moda guardare filmati su YouTube (circa l'80% nel 2009 e 2010, fenomeno esploso in pochi anni). Invece non accendono la passione di tutti i videogiochi (49%) e tanto-



nel 2010 un adolescente su cinque dichiara di cercare video con scene forti (incidenti, violenza, sesso). Peraltro l'uso potenzialmente sconsiderato della rete riguarda la vita relazionale: il 60% dei ragazzi giudica positivamente la possibilità di utilizzare Internet per incontri sentimentali, e al 17% degli adolescenti è già capitato di "innamorarsi" di una persona conosciuta in Internet. Circa il 40% ritiene inoltre che sia "positivo" o "accettabile" incontrare dal vivo una persona conosciuta on line. Il dato più eclatante è che per un adolescente su dieci spogliarsi in Internet è accettabile o positivo. Come interpretare questa tendenza?

L'ideale estetico del corpo ipercurato e "fi-



sicato", imperante nei mass media anche classici e i modelli del consumismo ormai acquisiti dai giovanissimi hanno reso ben difficili i tentativi di educazione ai sentimenti perpetrati da famiglia, chiesa o scuola.

Già la televisione ha inflazionato il sesso e la violenza, ha esaltato il successo e il denaro senza se e senza ma, ha mitizzato figure come il calciatore e la velina, il tronista e la

"pupa", meglio se senza cervello, orgogliosi dei loro allori meritati per pura, disinvolta trasgressività. La Tv ha reso spettacolo l'esibizione dell'intimità, la svendita dell'interiorità, le confessioni confidenziali sotto gli sguardi morbosi ed ha applaudito la spudoratezza come casta espressione di sincerità. Sono questi stessi modelli che gli adolescenti stanno elaborando. Non fanno che restituire sul nuovo media, ciò che hanno assimilato anche su quelli vecchi, e che ha ispirato i filmati in cui i ragazzi si improvvisano protagonisti o vittime, che si scambiano tra loro o che finiscono su YouTube, tra le voci scandalizzate degli adulti.

I casi di cronaca di filmati hard realizzati coi videofonini da minori e scambiati in rete sono solo la punta dell'iceberg di un fenomeno incipiente (ormai tecnicamente a portata degli adolescenti e senza efficace possibilità di controllo degli adulti), su cui solo il tempo porterà qualche lume: l'uso di Internet per comunicare sessualmente. ■

OH, MA CE LA FAI?

La dimestichezza con la comunicazione hi tech sta scavando di fatto un solco generazionale che divide gli adolescenti da genitori e insegnanti. C'è una "nuova conoscenza" di valore critico, che non passa più di padre in figlio e genera in alcuni adulti un senso di inadeguatezza e di timore. Non è raro che siano proprio i figli a spiegare ai padri come orientarsi tra i meandri della rete e ad informarli sull'evoluzione delle apparecchiature hardware. Del resto la famiglia ha ormai abdicato al suo tradizionale ruolo normativo e in 2/3 dei casi "deve" accettare il turpiloquio nella forma di comunicazione-insulto con i genitori (soprattutto la mamma).