

# La questione del divario

di Maria Grazia Mattei

*«Ciò che i giovani fanno oggi in rete può sembrare in parte strano, esotico, e forse addirittura assurdo a noi che siamo cresciuti in un ambiente mediatico molto diverso: può essere dunque utile provare a vedere il mondo online dal loro punto di vista alla ricerca di modi per colmare il divario generazionale esistente rispetto alla visione dei newmedia».*

Mimi Ito è stata ospite di Meet the Media Guru nell'ottobre del 2010 e ci ha introdotti con grande competenza nell'universo dei giovani, aiutandoci a capire il loro modo di vivere e di apprendere nell'era digitale.

È proprio vero che il mondo è piccolo: il nostro «primo guru», nel 2005, fu Joy Ito, oggi presidente del Media Lab di Boston e poi ho scoperto che suo marito, Scott Fisher, è un noto artista e designer che ha lavorato per anni alla NASA nello sviluppo di sistemi evoluti di realtà virtuale e che avevo invita-

to nel 1990 a Venezia, al primo convegno italiano sui «mondi virtuali».

Insomma, mi sono più volte imbattuta in questa famiglia di studiosi capaci di anticipare tendenze che riguardano l'evoluzione della nostra società, ricercatori che si occupavano di cultura digitale molto tempo fa, quando non era ancora un tema mainstream come oggi. Voci molto attendibili, esperti che hanno la capacità di guardare oltre: Mimi Ito è una di queste.

È ormai chiaro che l'impatto delle tecnologie digitali nella società e nel mondo della didattica in particolare sia un processo inarrestabile. Oggi assumere un atteggiamento da luddisti considerando le nuove tecnologie solo dannose, come succedeva ai tempi dei primi videogame, non ha proprio senso.

E il nostro guru è chiaro: meglio rendersi conto delle opportunità inedite offerte, per esempio, da quel grande laboratorio che è la rete e instaurare un dialogo con i giovani, invece di criticarne o censurarne i comportamenti.

Il mestiere degli insegnanti è indubbiamente difficile, stretti come sono tra la trasmissione dell'antico sapere e l'esigenza di formare una generazione che sfugge al nozionismo e cerca soluzioni proprie di apprendimento. È difficile anche per i genitori, che non hanno strumenti per capire il cambiamento e trovare un dialogo con i propri figli. Più in generale, è l'intera società a doversi impegnare nella comprensione della

nuova cultura, del sapere e dei nuovi valori di una generazione che ha perso alcuni punti fermi ma che sta elaborando un suo originale e diverso sistema di valori; in questo senso, studiosi come Mimi Ito possono offrire a ciascuno di noi spunti e consigli preziosi.

Qual è l'impatto dei social network sull'apprendimento? Come vengono usate le tecnologie mobili dai ragazzi in rapporto alla costruzione della propria identità e delle relazioni sociali? Quali sono i modelli culturali di riferimento dei «nativi digitali»?

Mimi Ito lavora da anni proprio su questi temi. Antropologa sociale, si è laureata a Harvard e successivamente si è specializzata a Stanford. Attualmente è docente presso la California University e consulente di enti e aziende quali Xerox e Apple.

Un approccio accademico rigoroso ed estese ricerche sul campo hanno permesso a Mimi Ito di divenire la numero uno internazionale per le sue analisi sulle implicazioni socio-culturali delle nuove tecnologie digitali proprio nel mondo degli adolescenti.

Negli ultimi anni ha affrontato numerose questioni: social network, online gaming, telefonia mobile, software per bambini, consumo di contenuti in rete, produzione di contenuti, creatività, apprendimento peer-to peer. Nel suo intervento qui pubblicato, oltre alla pressante necessità di gettare un ponte tra la nuova generazione e quella precedente, mettendo ben a

fuoco stili di vita completamente diversi, aspetti critici e soluzioni, emerge soprattutto un dato molto originale: il suo pensiero positivo, aperto e pronto a comprendere le potenzialità spesso nascoste delle nuove generazioni nel processo di cambiamento in corso.

Il tema del rapporto tra i giovani, la tecnologia digitale e la scuola in particolare è una questione centrale e ancora oggi molto dibattuta sui nostri media.

Ci troviamo a vivere in una società di transizione tra «padri analogici» e «figli digitali»; tra una cultura di tipo classico (analogica) e una nuova cultura (digitale) ancora poco definita, frutto di un'evoluzione sociale e tecnologica partita negli Cinquanta con l'avvento dei primi computer, e che oggi si esprime con nuovi paradigmi quali connessione, partecipazione, interazione, condivisione.

Sono passati cinque anni dall'incontro con Mimi a Milano e i nodi da sciogliere nel nostro paese sono sempre tanti. C'è ancora un forte disagio nella nostra società rispetto alle questioni che riguardano i giovani. È scottante il problema del lavoro, dell'occupazione, della fuga di cervelli e della sfiducia dei nostri ragazzi non solo verso le istituzioni ma anche rispetto al futuro. Come segnala la Fondazione Cariplo in un'indagine condotta di recente per intervenire sul problema, in Italia sono sempre più alte le cifre sul fenomeno dei cosiddetti NEET, *Not (engaged) in Education, Employment or Training*. È un segnale inquietante.

tante, radicato nella disaffezione rispetto allo studio e al lavoro ed è un sintomo evidente di demotivazione che ha origine nella crisi della famiglia e della scuola. Si tratta di un fenomeno complesso per cui sembra difficile correre ai ripari in tempi brevi. Secondo il parere di molti studiosi alla base c'è anche una forte fragilità psicologica che porta tantissimi giovani a lasciarsi andare e a rifugiarsi in se stessi per evitare il confronto con la società.

Ma un elemento centrale tra i tanti individuati, che vorremmo portare all'attenzione di tutti, è quello che più volte Mimi Ito ha sottolineato nel suo intervento: la questione della mancanza di dialogo intergenerazionale sia in famiglia sia a scuola.

C'è un profondo divario anche solo di linguaggio tra chi è nato prima o dopo internet, tra adulti con formazione culturale classica e ragazzi che vivono in simbiosi quotidiana con le nuove tecnologie. Ci riferiamo ai cosiddetti «nativi digitali», la cui definizione, coniata per la prima volta nel 2001 dallo scrittore Marc Prensky, indica la generazione dei nati dopo il 1985, anno di diffusione di massa del PC negli Stati Uniti. In Italia, si è iniziato a parlare di «nativi digitali» alla fine degli anni Novanta, quando i computer e soprattutto internet sono entrati prepotentemente nella vita di tutti.

Si tratta di una generazione perfettamente a suo agio nell'uso della varietà di «schermi interatti-

vi» che si sono via via diffusi e che hanno plasmato il suo modo di apprendere, di conoscere e di comunicare.

Per i «nativi digitali» che vivono «dietro lo specchio di vetro» come cita Zygmunt Bauman non c'è alcuna distinzione tra reale e «virtuale»: sono veloci e multitasking, capaci cioè di muoversi tra una selva di informazioni online, di navigare da un canale all'altro, da passare da un'esperienza all'altra.

Sono ragazzi che apprendono diversamente, in maniera informale, attraverso l'uso della rete e la diffusione dei social network.

Mimi Ito sottolinea bene come la trasformazione e la diffusione del sistema mediatico attuale influenzino non poco le loro dinamiche di relazione con la scuola, tanto da mettere pesantemente in discussione il sistema di apprendimento formale e quindi l'efficacia di una didattica che dovrebbe misurarsi non solo con i diversi strumenti ma con le nuove modalità di apprendimento che rispondono a regole completamente diverse.

Non sono pochi gli aspetti positivi che la studiosa indica nel suo intervento. I «nativi digitali» sono multitasking, collaborativi e persino sfidanti. Contrariamente a chi liquida la questione parlando di superficialità, di perdita della memoria e delle relazioni sociali, loro sanno effettuare ricerche e condi-

vidono tutto in rete: dalla musica alle informazioni, alle esperienze online. Attraverso internet sono sempre connessi e si documentano continuamente.

Grazie a computer, telefonini, video camere, lettori mp3, macchine fotografiche digitali, ognuno di noi ha la possibilità di dare ampio spazio alla propria creatività acquisendo e modificando informazioni, immagini, testi, disegni. Le tecnologie digitali hanno portato sempre più il consumatore ad avere un ruolo attivo anche all'interno dei processi di produzione, sia nel momento in cui facilitano l'autoproduzione di contenuti culturali, artistici e informativi attraverso il loro utilizzo diretto, sia nel momento in cui consentono processi di personalizzazione sempre più spinti, attraverso i quali il consumatore diventa coproduttore del bene che utilizza.

Le nuove generazioni sono perfettamente a loro agio in questo ecosistema creativo digitale il cui orizzonte non è altrettanto chiaro alla generazione precedente, agli «immigrati» quali noi siamo, entrati forzatamente nel mondo nuovo senza riuscire ancora a comprenderne non tanto le regole, ma le potenzialità. E questa situazione genera non pochi problemi soprattutto di crescita, d'innovazione e di spinta verso il futuro.

Nel nostro paese la digitalizzazione della scuola è ancora un traguardo. Enorme è il gap che ci separa

dall'Europa. I nostri ragazzi crescono senza un adeguato supporto formativo in materia di cultura digitale.

Secondo Mimi Ito non basta una buona dose d'iniezione tecnologica per innovare la didattica. Non bastano tablet, lavagne interattive e computer per superare il Digital Divide intergenerazionale. La tecnologia senz'altro ci può affiancare e aiutare, ma saper catturare l'attenzione e saper motivare lo studente restano compiti di insegnanti e educatori.

L'incapacità d'ascolto è il vero freno che porta genitori e docenti a non saper trovare un dialogo e quindi a non valorizzare le nuove competenze, come oggi i ragazzi meriterebbero.

Invece di applicare ai nativi digitali i nostri parametri, fingendo di essere loro pari, noi adulti dovremmo ribaltare il nostro punto di vista: l'esperienza e le parole di Mimi Ito contenute in questo volumetto sono un garbato invito a girare pagina.

## Note

1. "Italia e creatività: padri analogici e figli digitali": indagine condotta da SWG per la Camera di Commercio di Roma su un campione di 4mila italiani tra i 18 e i 55 anni e focalizzata sulla propensione al cambiamento e allo sviluppo dello spirito creativo.