

# Nati Digitali: capirli, senza

**“Noi Immigrati cerchiamo ancora spiegazioni sul perché Obama ha vinto le elezioni americane. Loro, i giovani, non hanno bisogno di spiegazioni, sono coscienti del grande potere persuasorio del Web. In Corea il 51% dei ragazzi tra i 2 e i 5 anni sa usare Internet: impara contemporaneamente a parlare e ad avere confidenza con il calcolatore. Cresce la generazione Screenagers”.**

## Ecco la domanda!

*Se l'uso della parola «digital natives» usata per la prima volta negli Stati Uniti (Marc Prensky)... Ripresa subito in Canada, Italia, Korea, cioè in tutto il mondo, è diventata sinonimo di persone che pensano in un certo modo, agiscono in un certo modo... Se è così non deve essere usata come una delle tante, più o meno sincere strategie di marketing, ma deve essere considerata una realtà con la quale fare i conti al più presto.*



**S**tiamo vivendo una svolta epocale ed il mondo se ne sta pian piano rendendo conto e di questa svolta sono protagonisti i Nati Digitali, i ragazzi nati dopo il 1993, quelli che vivono una socialità fatta in gran parte di applicazioni digitali come il PC, il telefonino o l'iPod. Su questi ragazzini, che vivono in funzione di queste tecnologie, che stanno crescendo e “che stanno lentamente modificando la morfologia sociale del pianeta”, il massmediologo del momento, il canadese Derrick de Kerckhove, che Giovanni Giovannini ha voluto nel comitato di direzione della sua rivista, ha aperto il convegno sui Nati Digitali all'Accademia Nazionale dei Lincei a Roma, evento organizzato nell'ambito delle manifestazioni

promosse dall'Associazione Amici dell'Accademia dei Lincei.

I Nati Digitali rappresentano il futuro del mondo per de Kerckhove che invita noi Immigrati a comprenderli, ad adattarci alle tecnologie e alle esigenze di chi vive al passo con i tempi: “Oggi sono qui a discutere con voi perché Media Duemila e l'Osservatorio TuttiMedia, come altre realtà internazionali, hanno compreso a fondo l'importanza di comprendere i cambiamenti che questa generazione sta producendo - afferma -. È importante che noi, più o meno brizzolati, non ci lasciamo spaventare dal nuovo, ma usiamo la nostra saggezza per valutare questo fenomeno immaginandone le ricadute nella società sia dal punto di vista culturale che di business. Ciò che dobbiamo evitare assolutamente è



# preconcetti e false paure

imporre il nostro stile di vita a chi non lo riconosce più come proprio, dobbiamo umilmente apprezzare le differenze”.

Derrick de Kerckhove sta portando la riflessione sul fenomeno Nati Digitali in molti Paesi del mondo e prima di entrare nel vivo del dibattito ha ricordato quanto l'argomento avesse immediatamente interessato Giovanni Giovannini: “Sono commosso perché poche volte nella vita si ha il privilegio di incontrare persone di tale spessore ed essere qui a continuare un discorso iniziato con lui, pochi mesi fa, mi onora. Giovannini era un grande pensatore, era un cittadino d'onore del digitale e i Nati Digitali sono stati la sua ultima curiosità intellettuale”.

Il guru canadese invita a prendere coscienza delle differenze senza paura: “I nativi hanno abitudini e attitudini diverse, gestione del tempo diverso, risorse diverse. Aprono il PC e Skype contemporaneamente, vogliono essere subito connessi. La loro esigenza primaria è sapere chi è on line, e quindi disponibile al colloquio. La comunità viene prima di tutto. La loro esigenza primaria è di sentirsi sempre connessi”.

Le differenze fra i due mondi sono proposte da alcune slides, dalle quali si evince che tutti gli Immigrati guardano ancora in maniera assidua la televisione; inve-

## SI DICE CHE OBAMA ABBIA VINTO LE ELEZIONI GRAZIE AD INTERNET

- Diciamo di sì, senz'altro!
- Chi tra di noi sarebbe capace di spiegare esattamente come e perché?
- I Nati Digitali lo capiscono, lo percepiscono come un'evidenza senza bisogno di spiegazione
- Io non ho un mio blog, loro sì

ce i nativi sono incollati su YouTube. I primi leggono libri, gli altri sono sempre sullo schermo ed hanno il telefonino sempre acceso, anche a letto mentre dormono.

Obama su YouTube ha detto: “Nel Paese che ha inventato Internet ogni bambino deve avere l'opportunità di navigare on line”, ecco un esempio pratico di politico che ha capito il mondo, sostiene de Kerckhove, che sorridendo spiega: “Il quarantaquattresimo presidente USA, secondo i più, ha vinto le elezioni grazie alla rete, noi Immigrati aneliamo spiegazioni sul perché di questa vittoria che nasce dalla rete. Loro i giovani non hanno bisogno di spiegazioni, sono coscienti del grande potere persuasorio del Web. I rapporti che si creano nei social network sono la nuova forma di

comunicazione sempre più diffusa fra i ragazzi. Skype, Facebook, MySpace sono ormai presenti sul desktop della maggior parte dei personal computer dei nostri figli. I ragazzi tra i 5 e i 19 anni sono sempre on line. In Corea il 51% dei ragazzi tra i 2 e i 5 anni sa usare Internet: imparano contemporaneamente a parlare e ad avere confidenza con il calcolatore. In Italia la situazione sta migliorando, visto che è connessa poco meno del 40% della popolazione, in ritardo comunque rispetto all'Inghilterra, per esempio, dove è on line il 75% della cittadinanza”.

Un altro concetto che segna la differenza è quello di amicizia: “L'amico per i giovani ha peculiarità diverse: ieri avere mille amici era impossibile. Oggi se ne possono avere anche di più con Facebook”.

I nostri nonni ci hanno insegnato che i veri amici si contano sulle dita di una mano! “Non per i Nati digitali”, sottolinea de Kerckhove: “Per gli Immigrati, che usano di rado applicazioni come Skype o Messenger, un rapporto di amicizia significa stringere la mano a qualcuno, esserci in contatto fisico. Per i Nati Digitali un amico può anche essere una persona mai incontrata con cui si ha un rapporto solo attraverso lo schermo del PC ed una tastiera”.

Un accenno a Second Life non poteva mancare, perché simbolicamente rappresenta l'ibridazione

tra la vita reale e il virtuale tanto amata dai Nati Digitali. A questo proposito una delle slide del professore mostra l'immagine di una giovane donna (foto in copertina) che ha digitalizzato il suo viso proponendo la sua ibridazione perfetta. Il volto a metà tra quello reale e quello fantastico sottolinea il desiderio o l'esigenza di questi ragazzi verso una doppia vita: un duplicato capace di volare, di teletrasportarsi... il tutto dentro un schermo. Schermo-dipendenti? "Ebbene sì, lo schermo diventa il punto d'ingresso privilegiato per la mente, sia privata che connessa. In ogni caso lo schermo dominante è il telefonino: la mente emigra idealmente dentro questo video penetrandolo letteralmente. Si verifica un capovolgimento dell'orientamento della mente con un'esternalizzazione della nostra sintesi psico-sensoriale".

Un altro aspetto determinante e che genera differenza sono i programmi quali Google Maps, che consente una sorta di controllo dello spazio, o altri social software che danno l'idea del controllo del tempo o la stessa Wikipedia

### **Noi Immigrati continuiamo...**

• **A guardare la TV (ancora più di 3 ore al giorno in America)**

Loro guardano YouTube

• **A leggere libri e giornali**

Loro sono sempre sullo schermo (perdita di 28% di lettori in USA rispetto al 1982, principalmente tra i giovani)

• **A dubitare di Wikipedia**

Loro dubitano della Britannica

### **SCHEMOLOGIA**



Lo schermo diventa il punto d'ingresso privilegiato per la mente sia privata che connessa. Succede un capovolgimento dell'orientamento della mente. L'esternalizzazione della nostra sintesi psico-sensoriale dà accesso a qualcosa di connesso per combinarsi ed estendersi.

per la raccolta di informazioni. Per de Kerckhove noi Immigrati non capiamo ancora a pieno l'importanza di questi strumenti, mentre per i Nativi fanno parte dell'ordine naturale delle cose. Ecco che diventa determinante la collaborazione, la connessione dei due mondi affinché passato e futuro possano insieme creare un ambiente migliore per tutti. Un ambiente dove le tendenze e le preferenze di questa nuova generazione possano diventare utili strategie per le aziende che devono creare nuove e più idonee campagne di marketing, a questo proposito emerge un altro elemento importante: il cervello. La struttura del cervello dei ragazzi, secondo uno studio condotto da Gary W. Small, Susan Y. Bookheimer e Tee-na D. Moody sta cambiando. "Arrivano ad un livello superiore di sviluppo dei neurotrasmettitori perché sono dei multitasker, usano

ciò contemporaneamente - illustra de Kerckhove - diverse tecnologie: caricano il nuovo iPod e nello stesso momento mandano sms dal laptop, chiacchierano al telefonino e studiano la lezione di scienza. Un esperimento ha esposto due gruppi di volontari con caratteristiche diverse ad una continua e costante comunione con le nuove tecnologie da PC a videotelefonini il risultato è stato sorprendente: "La Mri (risonanza magnetica) ha evidenziato che il gruppo meno tecnologico in cinque giorni ha raggiunto gli altri in termini di processi attivati nell'emisfero cerebrale competente. Il riequilibrio fra vecchio e nuovo può avvenire in solo 5 giorni. Successivamente si è constatato che i processi neurali rimangono identici in entrambi i gruppi". La valutazione delle differenze sarà oggetto di un prossimo appuntamento già in programma.

L'incontro di oggi, organizzato fra chi sa e chi desidera sapere, serve secondo de Kerckhove a prendere coscienza di una realtà da non sottovalutare: "Il futuro è dei Nati Digitali - conclude - con i loro comportamenti e i loro modi fare. Non possiamo più tornare indietro, ma penso che sia importante continuare ad andare avanti insieme. Dobbiamo coinvolgere questa generazione nel nostro presente, altrimenti loro non includeranno noi nel loro futuro. Sul piano tecnico e culturale dobbiamo assolutamente aprire ogni accesso possibile alla rete ed usare strumenti a loro idonei nel mondo della scuola, della politica e dell'industria".

# Il segreto di YouTube? L'occhio della webcam



## The 2007 Rave Awards

See related story: The 2007 Rave Awards  
04-24-07 | 12:00 AM

VIDEO: THE EXPLAINER

Michael Wesch | Web 2.0... The Machine Is Us/ing Us

How do you sum up the power and potential of Web 2.0 in a 271-second video? By moving really, really fast. When Michael Wesch, who teaches cultural anthropology at Kansas State University, made "Web 2.0... The Machine Is Us/ing Us," he'd been working for months on an academic paper that would explain new Web tools. As he struggled to define concepts like hypertext, tagging, mashups, and wikis, he had an epiphany: He was working in the wrong medium. He needed to use the tools of Web 2.0 to explain Web 2.0. Anthropology — humans studying the experience of being human — is a recursive discipline, and Wesch's is a recursive video, cutting quickly between screenshots that show him bookmarking Web sites with del.icio.us, creating a blog with Blogger, and posting pictures on Flickr. Wesch, whose video was viewed 1.8 million times on YouTube in six weeks, now has his digital-ethnography class conducting fieldwork about YouTube itself. "It's just amazing to see all the humanity people put out there," he says. "My students are hooked."

**I media regolano e cambiano sempre più le relazioni sociali, ma oggi il vero artefice del cambiamento è la webcam, che detiene e può esprimere un potere enorme: è il più piccolo palcoscenico che esiste al mondo.**

**S**ul fatto che i media fossero strumenti destinati a dare un svolta ai rapporti umani siamo tutti d'accordo; non tutti però sanno che il mezzo di comunicazione destinato più di tutti gli altri, anche nel vasto panorama dell'Ict, a mutare drasticamente le relazioni in-

terpersonali è 'YouTube'. Uno dei maggiori sostenitori di questa tesi è Michael Wesch, docente di Nuovi media alla Kansas University. La sua lezione non è però contrassegnata da teorie e ipotesi: è un corollario di vicende, storie e sperimentazioni sugli effetti del trasferimento dei filmati amatoriali sul Web. Effetti che hanno dell'incredibile se si pensa alla semplicità con cui sono stati realizzati i prodotti digitali e alle tutt'altro che alte ambizioni di partenza. Effetti che grazie al "potere" della webcam possono però diventare devastanti.

Sul Web può infatti accadere tutto e il contrario di tutto. Anche che, in perfetto stile statuni-

tense, le idee vincenti prevalgono sul potere dei magnati dei media e sul possente sistema pubblicitario. Ma per il giovane professore statunitense, a fare la differenza rispetto agli altri media non è solo la rete Internet. Il vero artefice del cambiamento è la webcam: "Una innovativa forma di espressione - sottolinea convinto Wesch - che approdata sul mercato nel 2004 ha permesso la nascita, nel volgere di pochi mesi, il 23 aprile 2005, di 'YouTube'". La vera novità tecnologica introdotta da questa economica e semplicissima periferica digitale è insita nella sua possibilità di mettere in collegamento qualsiasi anonima famiglia con centinaia di milioni di navigatori sparsi per il mondo. Il risultato è che la webcam detiene e può esprimere "un potere enorme: è il più piccolo palcoscenico che esiste al mondo. Per questo può significare molte cose, anche se non può essere solo una cosa: e per questo assume le sembianze di quello che vogliamo che sia".

Wesch è convinto di quel che dice perché ha sperimentato su se stesso questo tipo di situazioni. Pri-

ma creando un video, nato quasi per gioco e senza troppe pretese, direttamente dalla sua casa del Kansas: "è un posto sperduto degli Stati Uniti - dice realisticamente alla platea indicando la foto della sua villetta monofamiliare - dal quale ho tentato di trasmettere dei contenuti originali e ben armonizzati con la musica". Il professore inserisce quindi il video all'interno di un sito Internet specializzato nella raccolta di filmati digitali: molti sono realizzati artigianalmente o tra le mura domestiche, come il suo. Ma la maggiore visibilità, il posto in prima fila nella vetrina virtuale, è quasi sempre patrimonio esclusivo delle case produttrici di filmati commerciali che in questi prodotti investono milioni di dollari. Anche la democratica rete di Internet, del resto, deve piegarsi allo strapotere delle aziende interessate a pubblicizzare se stesse e i loro prodotti: abili registi e fini ideatori di situazioni accattivanti hanno naturalmente il sopravvento sulle idee e sull'arte individuale.

Inaspettatamente però l'esperienza di nuovi media scopre che questa logica non è perfetta: "quando

ho caricato il mio video ero solo curioso di vedere cosa accadeva all'interno del 'filtro' virtuale: in questo tipo di siti l'apprezzamento del pubblico crea infatti una specie di graduatoria. È semplice: chi sta in alto ottiene più visibilità. Ebbene, dopo tre giorni mi sono inaspettatamente accorto che il mio lavoro artigianale era stato visto già da circa mille visitatori. E più passava il tempo, più trovava spazio salendo nel sito. Dicevo a mia moglie: clicca, clicca, così saliamo ancora. Pensavo di non avere chance contro i produttori di pubblicità che negli Stati Uniti investono davvero molti soldi: invece il mio sito andò a finire in prima pagina, al primo posto. Era incredibile: il mio video creato in casa, a costo zero, era stato visto da cinque milioni di persone: ne parlarono, a livello locale e ovviamente anche all'estero, attraverso siti, blog, forum e tutte le forme espressive di Internet".

Per Wesch l'esperimento era andato decisamente al di là delle aspettative, permettendo così l'apertura di scenari fino a pochi anni prima inimmaginabili. "Fu la dimostrazione - spiega fiero il docen-

te accademico del Kansas - che i media regolano e cambiano sempre più le relazioni sociali. Che un semplice video digitale on line può avere un notevole impatto sulla nostra cultura e sulla nostra vita sociale. Per un antropologo della nuova comunicazione come me significò che bisognava per forza di cose ripensare, rimodellare, determinate convinzioni". La vera novità di questa esperienza, confermata da altre svolte in ambito universitario, è che al centro del modello comunicativo dei media-skype non vi è il contenuto eterodiretto, ma "ci siamo noi, c'è l'uomo: questo perché - sostiene Wesch - il Web fondamentalmente non connette informazioni, ma persone. Per tale motivo quando ci avviciniamo a questo strumento comunicativo straordinario dobbiamo pensare, prima dei contenuti, anche a forme espressive come l'etica o la grafica. L'esperienza mi convinse che un semplice personal media riprodotto attraverso Internet può mettere in contatto milioni di persone: si tratta di una celebrazione dei nuovi modi di interagire. Una interazione che trascende lo spazio e il tempo".

---

## INTERNET, UNA RISORSA PER I TIMIDI?

Francesca Grassi Mantelli (Bloomberg Television) ha chiesto, infatti: "Professor Wesch, lei ritiene che questa emigrazione verso il digitale possa favorire i timidi? Non crede che questo tipo di persone, che possono avere difficoltà nell'intrecciare una comunicazione interpersonale, possono, grazie ad Internet ed i suoi contenuti, diventare persone più dirette verso l'esterno perdendo l'aspetto riflessivo che li contraddistingue? "Credo di sì - ha risposto Wesch - proprio perché ci si pone di fronte al mezzo digitale con la consapevolezza di potersi rivolgere a tutto il mondo. E questo crea una situazione su cui si deve riflettere, proprio perché quando si ha una interazione ci si prepara; mentre quando ci si rivolge a tutto il mondo subentra maggiore consapevolezza di noi stessi". È seguita la domanda di Derrick de Kerckhove: "Ma la costruzione dell'identità, di se stessi, può rappresentare anche il rifiuto di se stessi?". La risposta di Wesch è stata che "Il sé è anche qualcosa di esternalizzato: tanto è vero che io lascio sempre delle 'tracce' perché si vengano interpretati dall'esterno in un certo modo. Quindi, se ti vedi dall'esterno si va sicuramente a determinare un processo interno di maggiore consapevolezza di se stessi".



Una celebrazione di cui si avvalgono in prevalenza i ragazzi: non a caso "il 75% dei video di 'YouTube' hanno come protagonisti i giovani". Gli stessi che poi, terminata la registrazione con la webcam, realizzano dei remix personalizzati molto sofisticati". Ed è questo passaggio - l'inserimento della musica come sottofondo, il montaggio, l'inserimento di altri elementi - a fare quasi sempre la differenza: ogni clip può essere infatti realizzata in modo diverso. Si prendono i 'pezzi', anche di diversi media, e vengono messi insieme. Certo, c'è chi dice che tutto questo è proibito: che fare tutto ciò viola le legge perché si 'rubano' pezzi e contenuti prodotti anche da altri. Dovremmo fare qualcosa per ristabilire la realtà, ma questo è un altro discorso".

Per il professore siamo invece di fronte ad una "cultura gioiosa dei media, ad una visione ludica, fuori dal controllo: e al centro ci siamo noi". Certo, alla base, c'è l'idea originale che si vuole trasmettere. Anche questo passaggio è stato sperimentato. "Nel 2007 - racconta Wesch - viene creato un video che trasmette un ballo di gruppo molto particolare, mai visto: il risultato anche questa volta è strabiliante perché dopo poco tempo il ballo viene praticato in moltissimi posti: addirittura nelle prigioni. Di recente il video è stato rivisto e remixato andando stavolta a finire in cima alle classifiche di quelli tra i più cliccati".

Elemento determinante per fare la differenza, per destare maggiore interesse, "per creare delle nuove comunità", è quindi senza

ombra di dubbio la webcam: per dimostrarlo Wesch vi ha messo davanti, da soli "nel proprio soggiorno" del Kansas, ben 15 dei suoi studenti. "Erano imbarazzati perché per la prima volta si trovavano soli davanti all'implacabile obiettivo di una telecamera: si rendevano conto che avevano la possibilità di parlare in uno spazio privato a tutto il mondo". Per l'esperto di Ict il mondo però non si vede, non è possibile sapere chi si ha davanti: allora è 'l'occhio' della webcam a diventare il nostro interlocutore. Un 'occhio' che non avendo una forma, un'anima, un indizio, non ci dà alcun riferimento. Allora, l'unica cosa che possiamo fare è essere noi stessi. "È una situazione insolita perché non sai chi ha di fronte, ma si parla semplicemente alla webcam: è in questo modo - spiega Wesch - che si negoziano le identità. Perché di fronte all'obiettivo si inviano dei messaggi per trovare un legame, un punto di orientamento, nel tentativo di trovare un momento d'incontro, un'unità, un'esigenza di comunicare, con i nostri potenziali interlocutori".

Ecco che allora il docente universitario propone l'ennesima slide: stavolta è semplicemente un'immagine scura che raffigura l'universo; in basso c'è un puntino piccolissimo. "Ecco, quello rappresenta noi tutti. E dietro alla 'lente' della webcam ci sono tutte le persone a cui volete bene, i vostri amici, ma anche quelle che non conoscete. Per questo un filmato girato in casa può rappresentare molte cose, ma allo stesso tempo può essere solo una cosa".

Di fronte ad un video, a un opera digitale, "a un semplice commento si prova meraviglia: perché a formulare questo tipo di messaggi, spesso apprezzati, non sono prodotti da esperti; a volte sono fatti da un giovane studente o addirittura una casalinga. Questo significa vera democratizzazione nell'uso di un media: un po' quello che avviene da qualche tempo con il noto Wikipedia".

Wesch avverte la platea che anche 'YouTube' ha il suo rovescio della medaglia: "è un mezzo di comunicazione che sa essere anche molto 'spietato' - ammette il docente universitario - perché le persone cominciano ad essere padrone dello strumento e a fare degli scherzi: è accaduto anche all'aspirante presidente degli Stati Uniti, John McCain, che ripreso mentre commentava pesantemente una situazione imbarazzante è stato riversato su Internet ed in seguito costretto a scusarsi in pubblico". Si tratta della conferma che quando si gira un video, o, peggio ancora, si è ripresi a propria insaputa, come il senatore repubblicano, "non si sa mai a chi verrà mostrato il suo contenuto e quello che si dice: non c'è in pratica alcun contesto definito".

Il paragone che fa il docente del Kansas è forse un po' esagerato, ma dà senz'altro l'idea del concetto che si vuole far passare: "quando si realizza un prodotto per 'YouTube' dobbiamo immaginare che si riverserà in un contesto al di fuori di ogni controllo: quasi come se si visse in una 'spelunca di ladri' - conclude Wesch - composta da pezzi di vari video dai contenuti finemente remixati".