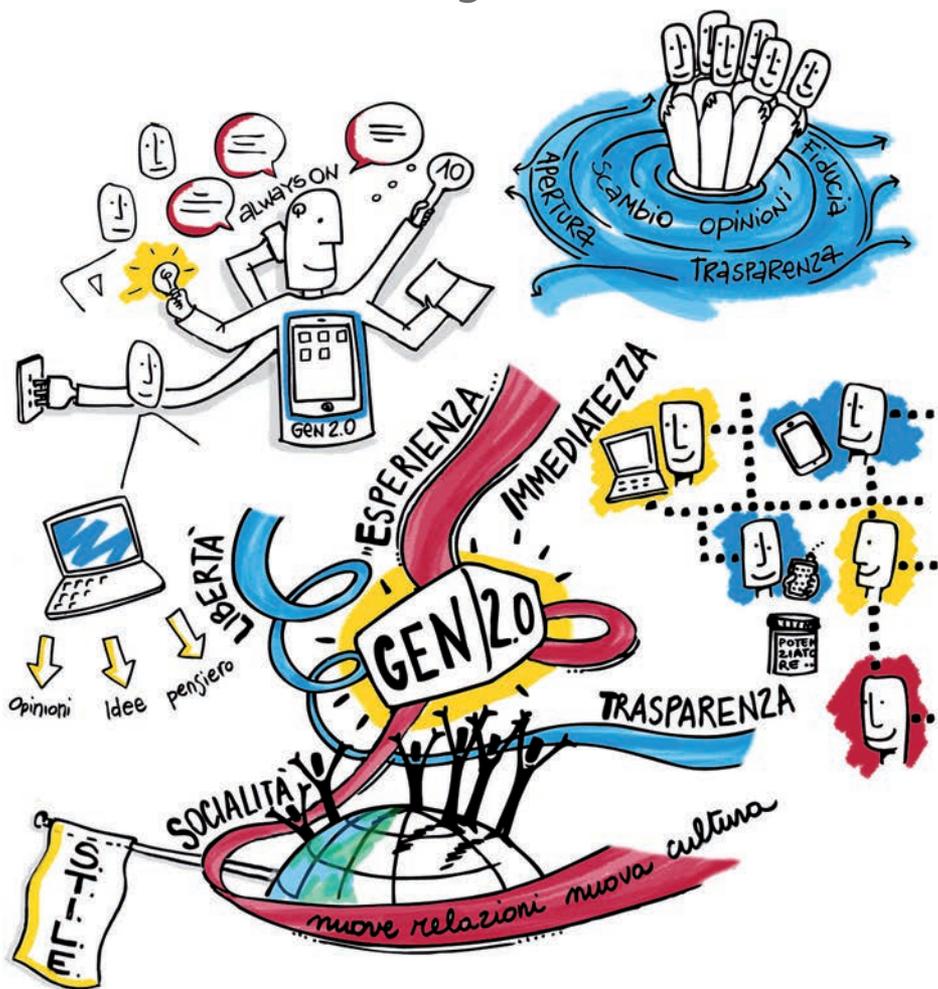


FEDERICO CAPECI

#Generazione 2.0

Chi sono, cosa vogliono,
come dialogare con loro



FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



LA SOCIETÀ

Saggi sugli aspetti rilevanti della contemporaneità

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

FEDERICO CAPECI

#Generazione 2.0

Chi sono, cosa vogliono,
come dialogare con loro

Prefazione di Riccardo Luna
Postfazione di Stefano Epifani

FrancoAngeli

Grafica della copertina: Elena Pellegrini

Illustrazione di copertina e disegni all'interno del volume di SketchApensieri.

Copyright © 2014 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.
L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni
della licenza d'uso previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.*

Indice

Prefazione , di <i>Riccardo Luna</i>	pag.	7
Introduzione	»	9
Alle origini di un progetto	»	10
Il percorso del libro	»	11
Le fonti e la metodologia della ricerca	»	13
1. La rivoluzione 2.0	»	15
Che cos'è il Web 2.0	»	16
Genesi del Web 2.0	»	20
2. La Generazione 2.0	»	25
Chi sono i Gener 2.0?	»	26
La Generazione 2.0 italiana in cifre	»	35
Una Generazione che vive in rete	»	39
3. La "less is more" Generation	»	44
"Less" Generation	»	45
Senza limiti di spazio	»	48
Senza limiti di tempo	»	50
Senza limiti sociali	»	53

Senza limiti di comunicazione	pag.	58
Senza on-off	»	61
Senza privacy	»	63
Senza limiti di quantità	»	66
Senza “cose”	»	68
4. Una nuova semantica per capire i giovani (nelle relazioni, con le Istituzioni, nelle pratiche di consumo)	»	71
Cambia il significato di parole già note	»	72
Dall’amicizia al networking	»	72
Dall’avere all’essere, dal VIP al concetto di reputazione	»	77
Dal consumo all’uso	»	83
5. Lo S.T.I.L.E. della Generazione 2.0	»	88
È tutta una questione di S.T.I.L.E.	»	89
S.ocialità	»	91
T.rasparenza	»	99
I.mmediatezza	»	108
L.ibertà	»	117
E.sperienza	»	122
6. Supportare la Generazione 2.0	»	129
Imparare ad ascoltare la Generazione 2.0	»	130
Dialogare con la Generazione 2.0	»	134
S.T.I.L.E. e contro-S.T.I.L.E.	»	137
Postfazione , di <i>Stefano Epifani</i>	»	141
Glossario di termini e siti più rilevanti per la Generazione 2.0	»	148
Bibliografia	»	159

Prefazione

I vecchi non hanno mai capito i giovani. E viceversa. Dov'è la notizia? È sempre stato così. È così che va il mondo e se non fosse così non andrebbe avanti. Se i giovani non pensassero, non fossero intimamente convinti che le cose si possono fare meglio in un altro modo, tutto resterebbe immobile. E ci saremmo estinti. Tutte le grandi innovazioni nella storia dell'umanità sono state fatte da giovani. Giovani di talento che pensavano che i vecchi fossero superati e che a loro volta erano guardati con sospetto. E allora? Che cosa è cambiato con Internet? Che cosa è cambiato per i nuovi giovani? È cambiato tutto.

Intanto sono cambiate, drammaticamente, le proporzioni. Mai, e sottolineo mai, nella storia, i giovani sono stati così pochi rispetto agli altri. È inutile citare dei numeri, ce ne sono a bizzeffe, anche in questo libro. Ciò è accaduto essenzialmente per due motivi. Il primo: i progressi della scienza hanno ridotto la mortalità infantile e allungato la vita media ovunque, persino nell'ultimo dei Paesi sottosviluppati. Il secondo: più diventiamo ricchi e meno figli facciamo. Può sembrare un paradosso ma man mano che i Paesi evolvono, e ci si abitua a uno standard di vita agiato (e cresce l'istruzione), cala il numero di figli. Sarà la crisi, spinta dalla globalizzazione. O sarà che diventiamo più egoisti. O la paura del futuro. Non è questa la sede per parlarne, quello che conta è che è così. I giovani, soprattutto in Italia, sono pochissimi. La piramide demografica è diventata un fungo: un giovane

gambo sostiene, anche economicamente attraverso il pagamento delle pensioni, un pesantissimo tetto di vecchi. Una delle conseguenze è che tutte le ultime rivoluzioni sono avvenute soltanto in Paesi in via di sviluppo, dove la fascia di età 20-30 è ancora dominante. Altrove sarebbe impossibile.

E poi c'è Internet. E qui invece i rapporti di forza si ribaltano. Perché questa è la generazione cento per cento digitale, non ha imparato il web: ci è nata dentro. E il web non è solo uno strumento: è un sistema di valori. Apertura, condivisione, partecipazione. E, aggiungo, intraprendenza, fai-dai-noi (esatto, non fai-da-te). Eccetera. Questa generazione possiede valori totalmente diversi rispetto ai nonni e ai padri, e ha gli strumenti per farsi valere. Non i numeri, come abbiamo visto, ma gli strumenti. Il digitale, gli smartphone, i social network: per loro sono la normalità. Per gli altri? No, ovviamente. Gli altri sono divisi in due categorie: quelli che si sono adattati al cambiamento e i tantissimi che invece ancora sono analogici. In Italia fra gli over 54 sono la maggioranza. Come finirà questa contrapposizione? Se i giovani fossero di più, avrebbero già cambiato tutto; se gli adulti fossero meno analogici, potrebbero resistere a vita. E invece il paradosso è che anche qui, per la prima volta nella storia, gli uni hanno un disperato bisogno degli altri. Gli adulti hanno bisogno dei giovani perché se oggi un cinquantenne perde il lavoro non lo ritrova mai più se non sa usare il web; perché se una piccola impresa è in crisi, solo con il digitale può sperare di avere un futuro e perché anche se sei in pensione la rete è uno straordinario antidoto alla solitudine e uno strumento per curarsi meglio. I giovani perché, lo abbiamo visto, da soli stavolta non ce la possono fare a cambiare tutto. E perché, diciamolo, non ha senso rottamare l'esperienza. È un tesoro, un trampolino da cui partire.

Insomma, solo da un patto fra generazioni può nascere un futuro migliore per tutti. Ma perché ciò accada occorre conoscersi, ascoltarsi e capirsi. E il primo passo tocca a noi adulti.

Riccardo Luna
Giornalista, Presidente Wikitalia

Introduzione



Alle origini di un progetto

Devo ammetterlo, non pensavo di essere tanto patriottico!

La storia di questo libro comincia dalla fine di un altro, *Net Generation* di Don Tapscott: un testo di straordinario peso intellettuale che ho divorato in meno di una settimana¹.

Nel suo libro, Tapscott descrive, con estrema cura, la prima generazione di ragazzi cresciuti in un mondo digitale e connesso: quei ragazzi che, nati tra il 1977 e il 1997, sono stati circondati da videogame, PC, Internet e che, per questo, hanno modi di comportarsi e atteggiamenti drasticamente differenti dalla generazione che li ha preceduti, comunemente chiamata Generazione X.

La Net Generation, dunque, si confronta con la quotidianità, ma anche con la politica, il lavoro, la socialità e il consumo in modo molto differente: grazie all'immersione nella tecnologia, questa generazione è in grado di affrontare situazioni e problematiche secondo nuovi paradigmi di comportamento. Tapscott ne individua otto: libertà, personalizzazione, valutazione, integrità, collaborazione, divertimento, velocità e innovazione; otto valori che hanno abilitato nuovi modi di pensare e agire.

Un testo che tratta il tema in modo articolato e complesso, forte delle oltre 11.000 interviste condotte in diversi Paesi del mondo. È proprio, direi, questa straordinaria profondità di analisi che conduce l'autore a opporsi con forza a quanti considerano i giovani di oggi superficiali, disattenti, annoiati, succubi di un mondo virtuale con cui la realtà spesso non è capace di confrontarsi.

È vero, l'impatto della tecnologia su socialità, apprendimento ed eticità di questi giovani è ancora oggetto di dibattito su diversi fronti, ma Tapscott sceglie di soffermarsi sulle loro connotazioni positive, fino ad attribuire a questa generazione un importante ruolo sociale, quello di "attivatore del cambiamento", essendo più istruita, consapevole, disillusa, connessa, sociale e aggregata di ogni altra precedente.

¹ Tapscott D. (2011), *Net Generation. Come la generazione digitale sta cambiando il mondo*, Milano, FrancoAngeli.

È un libro di straordinaria positività e fiducia verso il futuro, un saggio che avverte e dà strumenti a quanti debbano confrontarsi con questa generazione, che siano Istituzioni, formatori, aziende o genitori: la Net Generation ha logiche e richieste proprie, che nascono dalla sua “essenza digitale” e che non dovrebbero mai essere deluse, pena la mancanza di dialogo e l’incapacità di attrarre e valorizzare i talenti che porta in seno.

L’unica cosa che non ho condiviso del testo di Tapscott è stata l’esclusione dell’Italia dalla ricerca che ne sta alla base. Davvero il nostro Paese non può contribuire a questa importantissima mappatura culturale del mondo?

La molla che mi ha spinto a scrivere il libro che avete in mano è stata proprio questa.

Ero poi convinto che la Net Generation italiana avesse peculiarità degne di approfondimento, che si potevano condividere con le Istituzioni, gli studiosi, le persone che con essa fa i conti tutti i giorni.

Ciò che mi muove è, in sintesi, il desiderio di colmare tale silenzio informativo sul nostro Paese, fornendo dati, riflessioni e, se il lettore lo riconoscerà, suggerimenti utili a quanti, a vario titolo, si stanno confrontando con questo gruppo di ragazzi.

Il percorso del libro

Attingendo ai diversi studi condotti negli ultimi anni sul web e sulla rivoluzione digitale che attraversa pubblico e privato nel nostro Paese, ho iniziato, quindi, ad analizzare la Net Generation italiana, approfondendo gli aspetti psicologici e sociali connessi all’utilizzo della rete.

Dopo un primo momento, tuttavia, mi sono dovuto rendere conto che c’era un ulteriore spartiacque fondamentale: questa generazione poteva essere “suddivisa” tra chi aveva vissuto il passaggio dal Web 1.0 al Web 2.0 e chi, invece, per primo in Italia, era digitalmente nato e cresciuto già totalmente immerso nel Web 2.0: la Generazione 2.0 italiana.

Sono oltre 8 milioni i ragazzi che sono stati adolescenti in un momento preciso nella cronologia tecnologica, quando cioè blog,

forum, social network, wiki e siti di condivisione video o foto hanno iniziato la loro inarrestabile crescita, che ancora oggi è in atto.

Sono i ragazzi cresciuti insieme al boom dei cosiddetti “social media”: se sia stata la Generazione 2.0 all’origine dell’affermazione dei social network o se invece essi siano il “prodotto” delle istanze di questi ragazzi, non è facile dirlo. Un fatto tuttavia è certo: questi ragazzi e il Web 2.0 sono due facce della stessa medaglia.

Per questo ho iniziato ad approfondire la conoscenza di coloro che sono nati tra il 1984 e il 1996, soggetti “inondati” dal Web 2.0 in un momento fondamentale della propria crescita individuale e sociale, cioè tra l’adolescenza e gli anni dell’università.

In Italia, infatti, il maggior incremento della diffusione del Web 2.0 presso i giovani si registra tra gli anni 2004 e il 2008-2009, quando il più giovane della Generazione 2.0 aveva 14 anni e il più grande 24. È l’estate del 2008 quando Facebook sostituisce il postino nel recapitare le cartoline degli amori e delle amicizie estive dei giovani italiani.

L’evento storico che ha dato il via a questa generazione è, dunque, l’affermarsi del Web 2.0, più della diffusione di Internet in senso lato: blog, forum, social network sono un mondo molto diverso dall’Internet originario.

La Generazione 2.0 ha vissuto il Web 2.0 in adolescenza e l’ha vissuto prima di ogni altro: pionieri e senza possibilità di confronto con altri, oggi sono i nostri 18-30enni, a cui spesso vengono prospettati magri e incerti futuri.

Questo libro parla di loro, e forse anche dei più giovani, poiché il mondo a un certo momento è cambiato drasticamente e ha diviso in due la popolazione: chi è cresciuto con il web partecipativo e chi no.

Avverto i lettori: troverete questo testo molto positivo nei confronti dei giovani e del web. Qualcuno, sono certo, lo riterrà eccessivamente entusiastico. Sono consapevole che alcuni aspetti critici del rapporto tra ragazzi e web sono trattati nel testo in modo sintetico e altri sono stati addirittura tralasciati. L’ho fatto per due motivi. Il primo è che sono già molti gli studiosi e commentatori che ci propongono connotazioni negative, tendendo quasi a demonizzare il web. In secondo luogo è la ricerca stessa che ho condotto a darmi questa prospettiva: scervo da pretesti e

fini diversi dall'amore per lo studio della società e della tecnologia, ho potuto cogliere i tanti pregi e valori di questa generazione, nati proprio grazie alle loro frequentazioni del Web 2.0.

Consapevolmente, quindi, mi sono soffermato sull'analisi delle positività della Generazione 2.0, convinto che un messaggio propositivo sia più utile per muovere le generazioni più adulte verso la condizione di ascoltatori e di supporter dei giovani.

Le fonti e la metodologia della ricerca

La ricerca sottostante a questo libro si basa su un numero consistente di studi che ho avuto il privilegio di condurre negli ultimi 10 anni. Ho attinto alle numerose indagini di mercato commissionatemi da diverse aziende per gli scopi più disparati, ho rianalizzato i dati pubblici di un osservatorio estremamente approfondito effettuato da Duepuntozero DOXA, che dal 2009 esegue diverse migliaia di interviste agli utenti Internet italiani, e ho ricontestualizzato diversi altri studi pubblicati da enti di ricerca, università e sociologi del nostro Paese.

Ogni frase e considerazione presente nel libro, quindi, proviene da dati, fatti, parole e pensieri di persone reali che sono state intervistate.

Questo testo si basa su una mole di dati molto consistente, probabilmente la più estesa mai condotta nel nostro Paese, che si è proposta di mettere a sistema i diversi articoli, *paper*, interventi accademici e studi commerciali che ho avuto l'occasione di effettuare sul rapporto tra i giovani e il web.

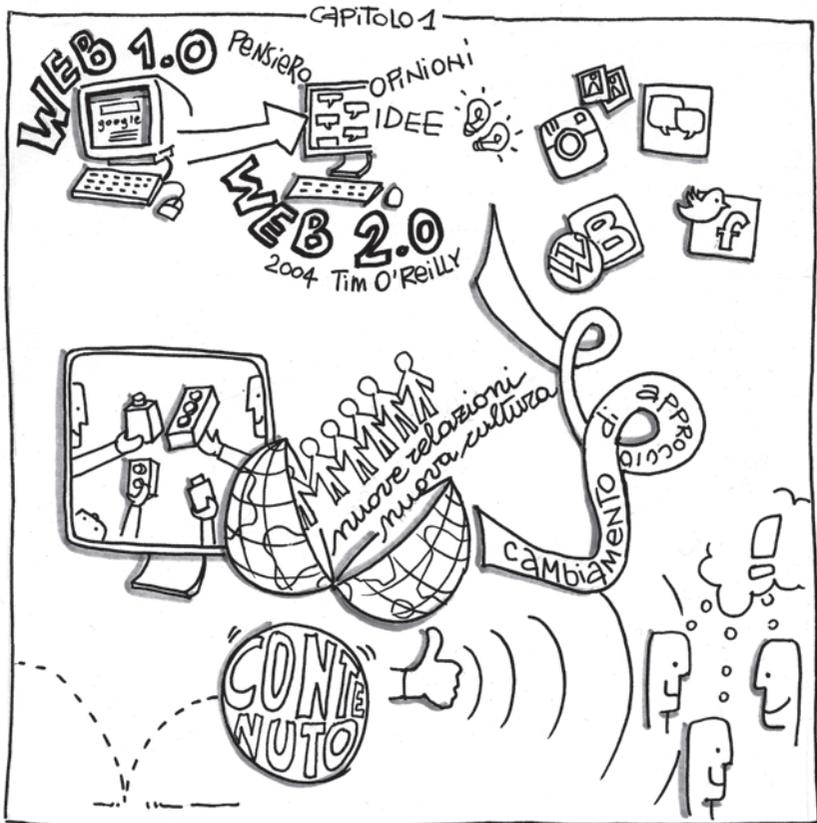
Più nel dettaglio, la principale fonte a cui ho attinto è la ricerca "Italia2.0", condotta da Duepuntozero DOXA, che approfondisce la fruizione, le motivazioni e i vissuti connessi alle diverse modalità di interazione con il Web 2.0, tramite un cospicuo numero di interviste condotte dal 2009. La ricerca è stata condotta ogni sei mesi su campioni di 1.500 casi (in totale sono state collezionate oltre 15.000 interviste) estratti in modo casuale dal panel web dell'istituto, secondo quote rappresentative dell'utenza Internet italiana per fascia di età, sesso, area geografica, istruzione, utilizzo di Internet. All'interno del campione di base è stato quindi selezionato

nato il sotto-campione di età 18-30 anni, ulteriormente segmentato, ove interessante, per le principali variabili di tipo socio-demografico come sesso, area geografica, stato professionale.

A tale ricerca di matrice quantitativa sono stati periodicamente condotti approfondimenti qualitativi, coinvolgendo piccoli segmenti in processi di ricerca motivazionale e psicologica, per ottenere ciò che i dati quantitativi non sarebbero riusciti a mostrare.

Un lavoro importante, quindi, ma che non avrebbe visto la luce senza il sostegno straordinario e l'energia della dott.ssa Misa Giuliani, l'editor di FrancoAngeli che mi ha scelto, seguito, supportato, e il team di Duepuntozero DOXA, che mi ha stimolato e ispirato in ogni singolo giorno degli ultimi 5 anni.

1. La rivoluzione 2.0



Che cos'è il Web 2.0

La Generazione 2.0 nasce nel momento in cui esplose in Italia il cosiddetto Web 2.0: un nuovo modo di vivere la rete caratterizzato da alta interazione con i siti e la conseguente diffusione di pensieri, opinioni, movimenti e idee.

Da molti è considerata una vera e propria rivoluzione, un momento dell'evoluzione tecnologica che rompe con il passato e fa un salto quantico. Un salto in avanti talmente rilevante da essere in grado di modificare una società, il modo di relazionarsi tra persone, le regole di condotta, le modalità con cui si diffondono le informazioni, le ritualità, i valori, le icone attorno alle quali si stabilisce una nuova cultura. Per molti versi, il web sta addirittura cambiando il nostro modo di pensare, di ragionare e di esprimerci.

Il termine "Web 2.0", coniato da Tim O'Reilly durante una sua conferenza tenutasi alla fine del 2004, richiama le differenze rispetto al cosiddetto Web 1.0 – la rete "praticata" fino ad allora – composto prevalentemente da siti web statici, navigabili e consultabili come una rivista, insomma, senza alcuna possibilità di interazione con l'utente. L'unica possibilità era la ricerca di contenuti tramite i motori di ricerca o l'invio di una mail all'amministratore.

Più nel dettaglio, l'evoluzione del Web 1.0 in Web 2.0 nasce dall'introduzione nei siti di nuove funzionalità che permettono al lettore di interagire con la pagina Internet e quindi con altri utenti: si può entrare in un sito, per esempio, e scrivere un commento a un contenuto che l'amministratore ha pubblicato; una volta scritto, il commento diviene visibile a tutti e quindi alimenta il contenuto stesso della pagina; con pochi passi si può caricare un video, anche creato da noi; altri lo commenteranno e con un click ci diranno se sia più o meno di loro gradimento; alcuni siti ospitano opinioni e idee su un tema e altri utenti rispondono e arricchiscono il dialogo con le proprie idee o esperienze.

Finisce l'era dei siti da consultare, inizia con il Web 2.0 l'era degli spazi condivisi da generare e alimentare con l'apporto di tutti.

È per questo motivo che il Web 2.0 è ritenuto dai fondatori stessi di Internet la più vera realizzazione del concetto di base di Internet: una rete davvero globale, fatta da tutti, che collega tutto e tutti, in cui ciascun contenuto rimbalza e si alimenta con il contributo di tutti gli utenti. Basta un commento, un “like” o una condivisione con altri e il post originario assume una nuova forma: la forma, appunto, della rete.

“Mah, non so cosa mi spinge a commentare o a fare like. Lo faccio e basta, è così che funziona. In questo modo tutti sanno come la penso e sono liberi di dire la loro”
(Enrico, 19 anni, Torino)

È stato questo salto tecnologico a rendere possibile una rivoluzione sociale talmente importante da partorire una nuova generazione di individui: la Generazione 2.0 nasce insieme all’esplosione del Web 2.0.

Per questo si definisce “Web 2.0” e non “Web 1.1”: è un cambiamento di filosofia, di approccio al web e non solo un *upgrading*, ovvero una miglioria. Si tratta di un cambiamento importantissimo, che quindi dà vita a una nuova versione del web. Per questo viene denominato “2.0”, in contrapposizione al precedente “1.0”, come si fa con le nuove versioni dei programmi informatici, quando queste rappresentano un cambiamento fondamentale e non un semplice aggiornamento.

Chiedo scusa ai lettori che non si sono neanche accorti dell’esistenza di un web “1.0”, siamo spesso noi studiosi a sentire il dovere di appiccicare etichette e definizioni per classificare le cose in archivio. Per certo, tuttavia, chiunque abbia utilizzato Internet anche prima degli anni Duemila, avrà a un tratto percepito un potenziamento senza precedenti delle possibilità di vivere la rete.

Invito, invece, chi non conosce il Web 1.0 perché ha meno di 30 anni, a saltare il paragrafo, oppure, se ne avrà voglia, potrà leggerlo come storia e genesi della propria generazione.

Ai siti Internet nati per dare informazioni e visibilità a un certo insieme di contenuti (siti di news, portali, siti personali o di aziende) come fossero delle vetrine da guardare e consultare, si

affiancano siti che permettono all'utente di interagire con i contenuti pubblicati dall'amministratore del sito.

Vi sono i blog, per esempio, che sono una sorta di diari personali in cui l'autore scrive e ospita, anzi stimola, commenti dei lettori; siti di condivisione di video o foto (come YouTube o Flickr), che permettono all'utente registrato di caricare file multimediali, dar loro un titolo, una descrizione e una serie di etichette (*tag*) per archivarli e in seguito cercarli; i forum in cui gli utenti, con un proprio nickname, lanciano discussioni in attesa della risposta di decine e decine di altri utenti sconosciuti; i social network (tra i più noti in Italia Facebook, Google+, LinkedIn, Twitter, Badoo, Netlog, Pinterest, Instagram), che forse racchiudono un po' tutto questo: dopo essersi registrato, l'utente si collega e invita – o accetta l'invito da – altre persone e può interagire direttamente con loro, diventando parte di un network o di una “cerchia” di “amici”.

Questo in sintesi è il Web 2.0. Si tratta, quindi, di siti pensati per favorire lo scambio di informazioni e la comunicazione libera tra utenti. Come nel caso dei social network: si comunica da uno a tanti (alle persone del network o a tutti gli iscritti, a seconda delle preferenze di ciascuno) pubblicando dei contenuti nelle proprie pagine personali; da uno a uno, tramite messaggi diretti alla persona con cui si vuole comunicare (in privato o in pubblico) con un testo, un video, una musica, un link a un articolo interessante o a un sito; infine anche da tanti a uno, quando a seguito di un evento (per esempio un compleanno), o anche in risposta a un semplice post, gli amici riempiono la bacheca con post e commenti.

È il Web 2.0, ed è quindi chiara la differenza con il Web 1.0, almeno ai lettori che hanno iniziato a usare Internet prima del 2004 circa, anno in cui tutto ciò ha iniziato a diffondersi in modo massificato in Italia, fino al boom di Facebook dopo l'estate del 2008.

Qualcuno ricorda quel “vecchio” modo di usare Internet con nostalgia e anche io, per molti versi, sono tra quelli: era bello perdersi e attendere minuti prima dell'apertura della porta magica.

Era però solo un piccolo assaggio delle potenzialità della rete, che solo ora riusciamo a comprendere e apprezzare. Per dare l'idea del cambio di rotta tra Web 1.0 e Web 2.0, possiamo ricorrere alle opposizioni oramai divenute storia, che sono riportate nell'immagine sotto:



Nel momento della stesura di questo libro, oltre 30 milioni di individui in Italia possono comunicare tra loro liberamente su Internet, proprio come farebbero in uno spazio fisico, parlando del più e del meno o delle proprie passioni più profonde.

A volerla vedere bene, in realtà, anche la tanto evocata metafora della "piazza"¹ popolata di persone che parlano è oggi riduttiva: questo mondo di byte è molto più di una piazza, non imponendo alle relazioni le limitazioni che invece esistono nel mondo reale.

Nel web le distanze non esistono, se non quelle culturali, sociali, psicologiche o di pensiero dei singoli uomini. Nel web il tempo non si articola tra ieri, oggi e domani: tutto vive nell'*hic et nunc*. Nel web le relazioni sociali non hanno limiti: i vecchi ami-

¹ La metafora di Internet come piazza, poiché ospita persone, conversazioni, mercati, incontri ecc., è una delle più diffuse. Si faccia riferimento in proposito al *Cluetrain Manifesto* scritto nel 1999 da Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls e David Weinberger (<http://www.cluetrain.com>).