

# Tecnologia & Passioni

Persone, consumi, stili di vita

# 4

**Nuova era/1** Il ritratto della generazione fra 10 e 18 anni di Wim Veen, docente a Delft: «Inutili lavagne e manuali»

## Dal caos nasce l'Homo Zappiens

Il vecchio esemplare dell'Homo Sapiens, tutto libri e ordine, è in via di estinzione

DI UMBERTO TORELLI

Siamo entrati nell'era dell'Homo Zappiens. La generazione cresciuta a «merendine e hi-tech», che stringe tra le mani telecomando, mouse e telefonino. Hanno un'età compresa tra 10 e 18 anni. Per loro il fax appartiene all'antiquariato elettronico, come per noi il telegrafo Morse. A coniare il termine è stato Wim Veen, un 61enne professore olandese dell'Università di Delft, a sud di Amsterdam. Il suo ambito di ricerche riguarda l'interazione tra apprendimento e tecnologia. Homo Zappiens è dunque un neologismo formato dalle parole «zapping» e «sapiens»: dove la prima non si riferisce al modo con cui gli adulti cambiano i programmi davanti alla Tv, ma al mutato stile di apprendimento, via Internet.

La tribù degli Homo Zappiens vive infatti la frenesia dello zapping nel pianeta web. La caratteristica primaria della nuova specie riguarda il multitasking, cioè la capacità di gestire più azioni e informazioni contemporaneamente. Esattamente come il processore di un computer. Così un esemplare di Homo Zappiens riesce allo stesso tempo a chattare con più simili, spedire sms senza guardare la tastiera, aprire pagine Internet a raffica: tutto mentre, con le cuffiette stereo, ascolta al massimo volume musica Mp3. E poi, ma solo se lo reputa estremamente necessario, decide di fare qualche compito e studiare una lezione. Per lui la scuola tradizionale rimane semplicemente «out».

Racconta Veen: «Ho iniziato a elaborare questa teoria dieci anni fa, osservando i miei figli mentre crescevano. Mi sono reso conto che stavamo entrando in un nuovo Rinascimento, un periodo con regole di comportamento e scambio delle informazioni in continua mutazione. Guardandoli ho capito che l'apprendimento poteva arrivare anche dai videogame e surfando nel web».

Da lì è scaturita l'ipotesi di una «net generation» iperattiva che considera la scuola come luogo di incontro tra amici, una comunità in cui condividere passioni e problemi: ma anche scambiare musica peer to peer, accettando con estrema riluttanza l'idea che si debba pagare per scaricare software e canzoni.

### Genitori e figli

Caratteristiche dell'Homo Zappiens e dell'Homo Sapiens secondo la teoria del professore olandese Wim Veen

#### HOMO SAPIENS

Velocità normale  
Un lavoro alla volta  
Approccio lineare  
Apprende per lettura  
Naviga da solo  
Competitivo  
Apprende per imitazione  
Separa apprendimento e gioco  
Introverso  
Concreto



Fonte: Wim Veen, Technical University of Delft

#### HOMO ZAPIENS

Alta velocità  
Più lavori assieme  
Approccio caotico  
Apprende per icone  
Connesso in Rete  
Collaborativo  
Apprende per zapping  
Apprende giocando  
Estroverso  
Fantasioso



Pparrà

Alla fine, nei buchi di tempo libero un Homo Zappiens può decidere di studiare o stare ad ascoltare le lezioni del professore. Ma rimane comunque allergico a lavagna, gesso e pennarelli.

«Grazie alla tecnologia, questa nuova generazione sta sviluppando abilità diverse dalle nostre. Cambiano, ad esempio, le capacità di analisi quando si trovano davanti allo schermo di un computer. Un Homo Zappiens non memorizza parole e singole frasi. Ma contestualizza il contenuto a video nel suo insieme». Ecco perché, secondo la teoria del professor Veen, un ragazzo della nuova generazione riconosce icone, colori, immagini e suoni. Percepisce le informazioni nel loro insieme multimediale. Un ap-

proccio che gli consente di decidere con maggiore velocità la strada da prendere. È istintivo nel muovere il mouse e digitare tasti. «Questo è il motivo per cui un genitore risulta perduto quanto vuole competere per cercare informazioni in Rete». Ecco perché Veen li identifica anche con il termine «screenager»: ragazzi che si muovono con indifferenza tra Lcd del computer, palmari e telefonini. E non riescono a immaginare come potevamo vivere noi adulti vent'anni fa, senza questi strumenti informatici.

Anche nell'apprendimento esiste una forte differenza con il nostro modo sequenziale di memorizzare informazioni. Le nuove generazioni non fanno zapping in modo casuale. Al contrario, cambiano canali informativi secondo il principio della comunicazione visiva. Sono esperti nell'elaborare flussi di dati discontinui, estraendo quello che serve al momento giusto. Dice Veen: «Quando si trova davanti a un nuovo software e un videogame, diversamente dagli adulti, l'Homo Zappiens non si mette a leggere i manuali d'uso. Non si chiede perché. Lui guarda lo schermo e inizia a lavorare, imparerà strada facendo». Lo stesso capita mentre naviga nelle pagine Internet: uno spazio virtuale destrutturato, dove i link non sono concatenati in modo lineare. E sono proprio queste informazioni che l'Homo Zappiens assimila più velocemente di quanto non faccia quando legge un libro, o assiste a una lezione frontale in cui il docente cerca di trasmettere informazioni con la parola.

La visione del professore olandese si spinge fino all'anno 2020, quando a loro volta gli Homo Zappiens avranno una famiglia e diventeranno genitori. «Allora l'apprendimento non passerà più dalla scuola tradizionale — sostiene Veen — bensì dall'insieme di interazioni personali. La conoscenza scaturirà da esperienze collaborative». Saranno cyberstudenti a cui non vengono fornite nozioni uguali per tutti. E, grazie al web, non diventeranno fruitori passivi di nozioni e contenuti.

Il professore immagina una scuola alla Wikipedia dove «ognuno metterà a disposizione del network il proprio sapere».



**Icona**  
Wim Veen, professore dell'Università di Delft. Ha coniato il termine «Homo Zappiens»

**Nuova era/2** L'esperimento islandese e il sistema di condivisione Wikiversity. Ai nuovi studenti insegnamento con ipertesto, non lineare

## Il modello nordico: studiare con Wikipedia

Prove di scuola digitale. Gli allievi contribuiscono a scrivere dispense e lezioni

In che misura la scuola deve investire sulle tecnologie digitali per innovare contenuti e metodi d'insegnamento? Le risposte sono contrastanti. Da un lato, come abbiamo già segnalato su queste pagine, alcuni docenti arrivano a vietare l'uso di Wikipedia e Google ai propri studenti. Dall'altro, cresce il numero dei soggetti che, di fronte al ritardo della scuola nel digerire la rivoluzione tecnologica, optano per il «fai da te».

È il caso dei gruppi di apprendimento che si formano in Wikiversity, iniziativa dal basso che coinvolge docenti e studenti di tutto il mondo nella produzione, scambio e condivisione di learning object (bibliografie, lezioni o interi corsi), prodotti attraverso il metodo collaborativo già sperimentato dalla comunità di Wikipedia.

Per capire quale fra questi atteggiamenti sia il più corretto, servirebbe poter valutare «oggettivamente» l'impatto che le tecnologie digitali stanno producendo sui curricula scolastici.

C'è un programma di ricerca internazionale, promosso dall'Ocse e denominato Pisa (Programme for International Student Assessment), che si propone appunto di misurare gli effetti psicosociali dell'uso dell'Ict sui giovani studenti (dai 4 ai 18 anni). Nemmeno i dati raccolti fra il 2003 e il 2006 nell'ambito di tale progetto chiariscono tut-

tavia la questione. Il fatto che i ragazzi che accedono alle nuove tecnologie ottengano punteggi più alti degli altri è scarsamente significativo (potrebbe banalmente riflettere il fatto che si tratta di soggetti favoriti sul piano socioeconomico, e quindi anche culturale).

Quanto al dato secondo il quale le possibilità di accesso domestico all'Ict offrono vantaggi competitivi superiori rispetto all'opportunità di accesso in ambiente scolastico, esso ci rivela che a contare non sono tanto gli investimenti in hardware e sof-



**Lezione**  
La scuola islandese Snaefellsnes Comprehensive: nuovi spazi per lavori di gruppo multimediali

ware, quanto il modo in cui vengono utilizzati.

La sfida non si vince, insomma, con l'acquisto massiccio di macchine e programmi (la scuola italiana ne ha acquistati fin troppi, molti dei quali sono invecchiati prima di essere utilizzati), né con l'alfabetizzazione informatica dei docenti, bensì creando un ambiente scolastico «accogliente». Lo spiega Paolo Ferri, docente di Teoria di nuovi media all'università Milano-Bicocca, nel suo ultimo libro, «La scuola digitale» (Bruno Mondadori). Intende «accogliente» — sia per strutture didattiche sia per metodi di apprendimento — per i «digital natives»: i ragazzi nati quando il mondo era già stato cambiato dalla Rete.

Quanto all'aspetto strutturale, Ferri cita l'esperimento di una scuola islandese (la Snaefellsnes Comprehensive Upper Secondary School) che ha reinventato lo spazio educativo, adattando

dolo alle esigenze del lavoro di gruppo fondato sull'uso intensivo di tecnologie multimediali.

Quindi allarga il discorso alle differenze antropologiche fra docenti e studenti: non basta che i primi imparino a usare quelle tecnologie che i secondi padroneggiano naturalmente, occorre anche che comprendano la mentalità di una generazione che non ragiona più secondo modalità sequenziali — tipiche della cultura alfabetica — bensì con lo stile non lineare proprio dell'ipertesto multimediale (cioè per associazioni e immagini).

Resta un problema: i docenti «alfabetici» devono solo adattarsi, oppure devono trasmettere agli studenti i «digitali» la capacità di contestualizzare le informazioni, di ordinarle e di evitare il sovraccarico informativo associato alla perdita di quelle facoltà riflessive che la cultura alfabetica garantiva?

CARLO FORMENTI



**Pit-Spot**

di Aldo Grasso

in collaborazione con Massimo Scaglioni

## Famiglie in video, pollo vecchio non sempre fa brodo



Meglio il volto pacioso e rassicurante di Francesco Amadori (nella foto) o quello decisamente più ruspante di Roberto Carlino? L'uno continua a fare il nonno, circondato da nipotini virtuali, pronto a spiegare loro le specificità nutrizionali del tacchino. L'altro pare il Guido Angeli di Aiazzone, lanciato a «trasformare il tuo sogno in realtà».

L'immagine del patron che scende nell'agone comunicativo per farsi testimone del proprio prodotto sa inevitabilmente di pre-modernità pubblicitaria, di commercial buono per la provincia, di messaggio efficace nel suo essere diretto e casereccio. Eppure continua a essere praticato e, quanto pare, a funzionare.

In realtà, in questo autentico «genere» di pubblicità — a cui alcuni non sanno rinunciare, dal mitico Giovanni Rana a Gian Piero Beggelli, ospite di Baudouin a Sanremo — lo sfumature sono essenziali.

Francesco Amadori, che torna proprio in queste settimane sul piccolo schermo col suo «pollo 10 più», adotta uno stile più raffinato, patinato, buono per la Tv generalista. Passa attra-

verso un'agenzia (Dadda, Lorenzini, Vigorelli) e si mette nelle mani dei suoi copy e art director, che devono trasformare la sua faccia in un marchio. E, a furia di insistere negli anni, ci sono riusciti. Non importa se i mini-racconti sul pollame sconfinano quasi sempre nel trash: c'è la solita comitiva di bambini col nonno alle prese con una grigliata; c'è una folla che si assiepa davanti ai cancelli di casa Amadori.

Roberto Carlino è un'altra storia: lui, innanzitutto, viaggia sull'etere sgranato delle locali; siede dietro una scrivania, davanti all'immancabile libreria (sembra un po' quella della discesa in campo del Cavaliere), dove si intravede una foto di Papa Wojtyła. Carlino ha più l'aspetto dell'imbonitore di Paese. Anche la comunicazione, in questo caso, è a gestione familiare. Sembra di rituffarsi nel tempo pionieristico delle prime Tv private. Ai tempi del mobilificio Aiazzone, appunto.

Queste campagne «patronali» ci parlano della complessa convivenza di tante diverse Italie. Ma, dal punto di vista comunicativo, l'orologio è fermo a trent'anni fa.

SUPPLEMENTO AL  
**CORRIERE DELLA SERA**

DEL 10 MARZO 2008  
ANNO XII - N. 9  
Direttore responsabile  
**PAOLO MELI**  
Vicedirettori  
**PIERLUIGI BATTISTA,  
DARIO DI VICO,  
LUCIANO FONTANA**  
© 2008 RCS QUOTIDIANI S.p.A.  
Sede legale: via A. Rizzoli, 8 - Milano  
Registrazione Tribunale di Milano  
n. 139 del 29 giugno 1948

REDAZIONE  
Via Solferino, 28 - 20121 Milano - Tel. 02-6339  
Tipografia: via Solferino, 28 - Milano  
RCS PUBBLICITA' S.p.A.  
Via Mecenate, 91 - 20138 Milano - Tel. 02-50951

**CORRIERECONOMIA**

A cura di  
**GIUSEPPE SARCINA  
e MASSIMO FRACARO**  
Guido Cagnan  
Giuditta Marvelli  
Alessandra Puato  
Stefano Righi (caposervizio)  
Maria Silvia Sacchi  
Isidoro Trovato  
Art director e progetto grafico:  
**GIANLUIGI COLIN**