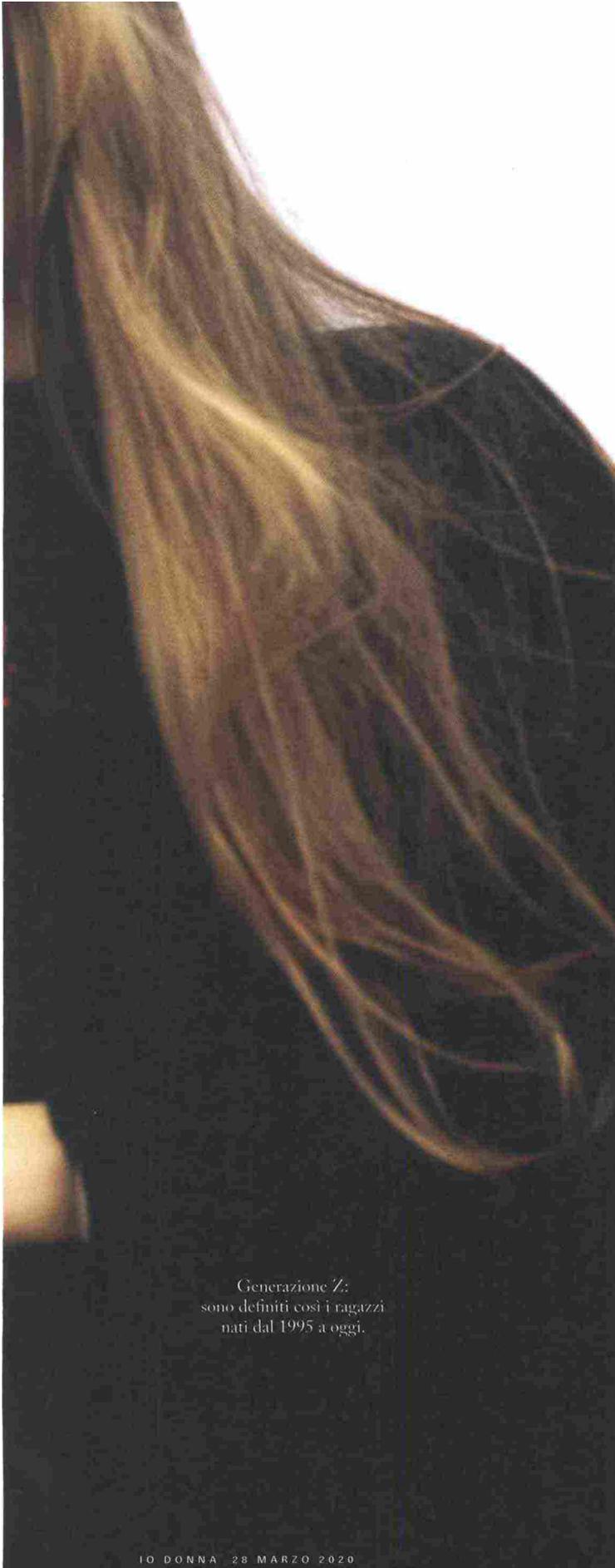


Ricerche

Generazione Z

“Noi giovani,
pacati e saggi,
più di mamma
e papà”





Generazione Z:
sono definiti così i ragazzi
nati dal 1995 a oggi.

Non sono arrabbiati
con noi adulti, anche se stiamo
lasciando loro
un mondo inquinato.
E mostrano di essere
consapevoli e pragmatici.
In esclusiva per noi,
i risultati di una ricerca
sugli under 26: sostenibili,
inclusivi, ugualitari. E con idee
precise sul lavoro...

di Cristina Lacava
foto di Federica Sasso

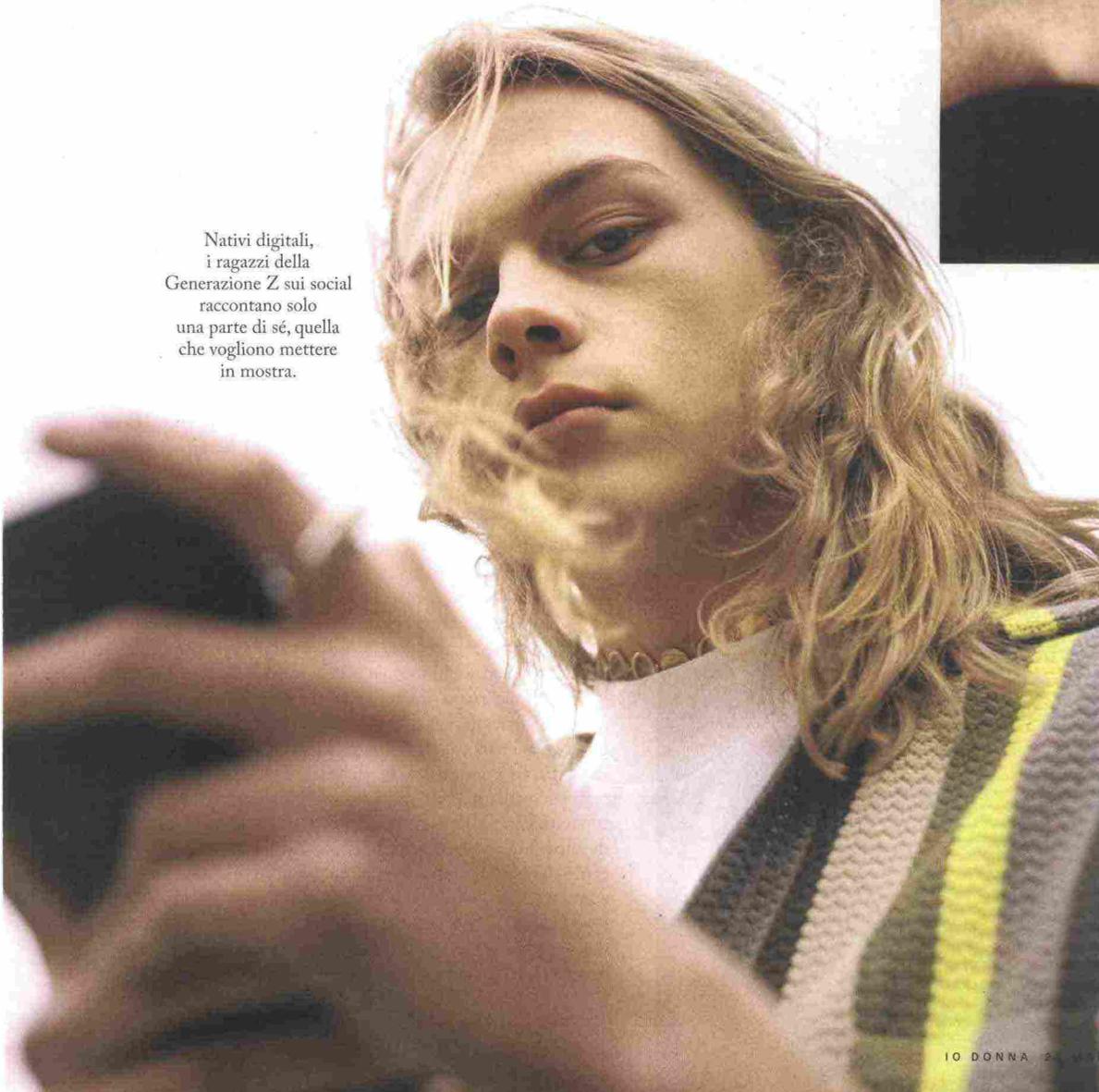
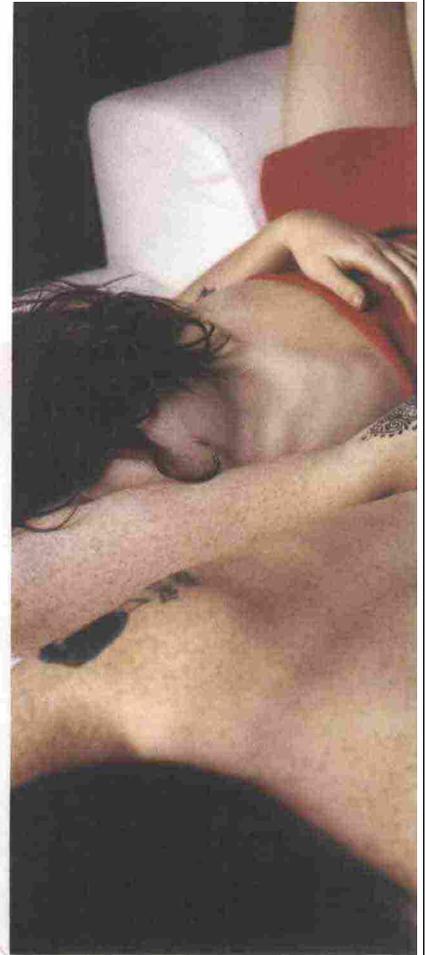
Davvero incredibile come ci sopportino. Piangiamo sulle loro spalle chiedendo conforto (ma non dovrebbe essere il contrario?), li investiamo dei problemi di cuore e di lavoro. Non risparmiamo loro niente. Stanno lì, ad ascoltarci e a credere ancora in noi. Una o due generazioni fa, non sarebbe mai successo. Immaginate i vostri nonni confidarvi i loro fallimenti? Roba da brividi.

La realtà è che noi sappiamo molto poco, di questi nostri figli teneri e tecnologici. Non alzano barricate, scendono in piazza solo per nobili motivi; non ci somigliano. Ad aiutarci a capirne di più arriva ora la ricerca "Immagine e valore di marca per la Generazione Z", realizzata dall'Istituto Eumetra MR tra i ragazzi nati dal 1995 a oggi. Da un estratto dei principali risultati, che presentiamo in esclusiva, emerge subito che tanti temi sui quali gli adulti si dividono e litigano, per loro sono già superati. L'inclusione, per esempio: noi a discutere di muri, navi da affondare, diversità da imbrigliare. Loro sono oltre. «Il 10 per cento dei nostri intervistati dichiara origini non italiane, senza contare quelli di seconda generazione, che neanche ci fanno caso», spiega Luca Secci, responsabile della ricerca. «Tutto il tema della commistione, al centro della politica, per loro è superato». Aggiunge la psicobiologa Anna Tagliabue: «Quando **SEGUE**

Generazione Z

No alla ribellione, sì a qualche piccolo passo significativo

Nativi digitali,
i ragazzi della
Generazione Z sui social
raccontano solo
una parte di sé, quella
che vogliono mettere
in mostra.

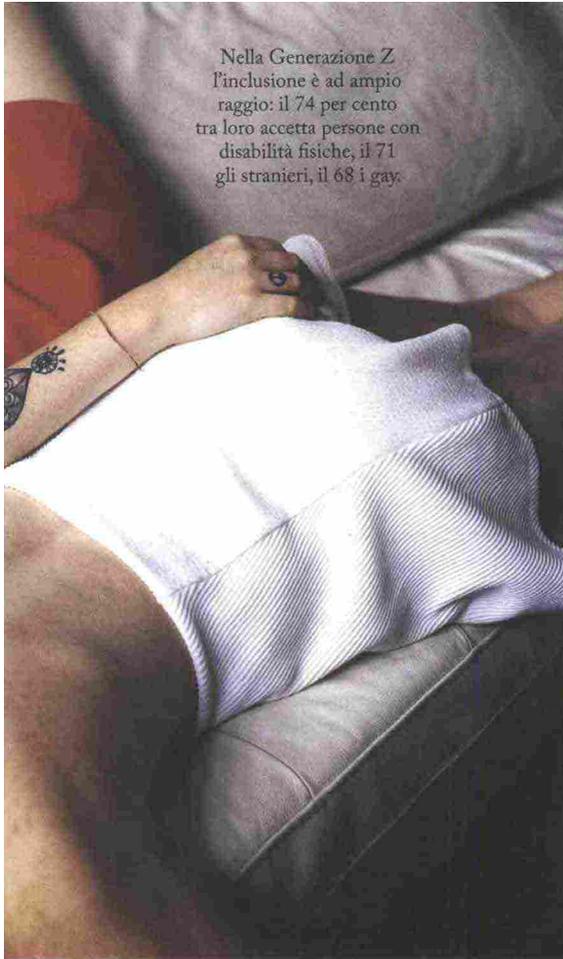


IO DONNA 28 MARZO 2020

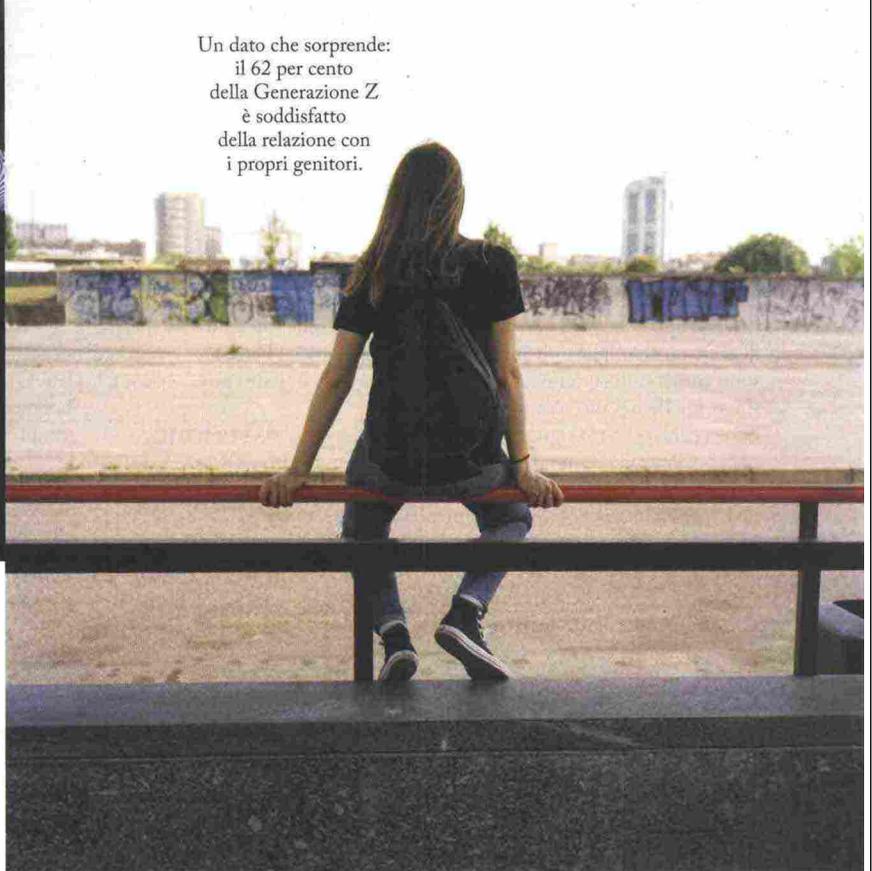
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

063430

Nella Generazione Z l'inclusione è ad ampio raggio: il 74 per cento tra loro accetta persone con disabilità fisiche, il 71 gli stranieri, il 68 i gay.



Un dato che sorprende: il 62 per cento della Generazione Z è soddisfatto della relazione con i propri genitori.



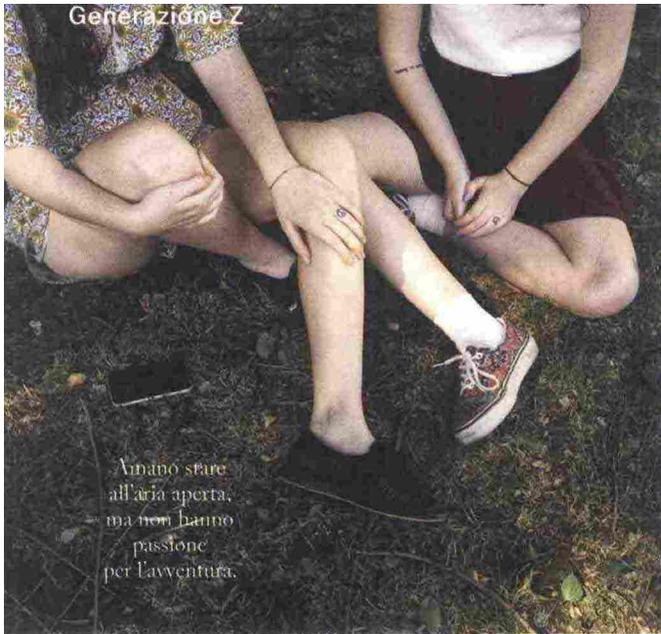
SEGUITO cresci in una classe con tanti colori, non vedi il problema». L'inclusione è ad ampio raggio: disabili e omosessuali fanno parte del gruppo dei pari, senza differenze: il 74 per cento accetta persone con disabilità fisiche, il 71 gli stranieri, il 68 i gay. E i più aperti di tutti sono i ragazzi che non si schierano politicamente, né a destra, né a sinistra.

Lasciare la famiglia? Non c'è motivo

La Generazione Z è più istruita delle precedenti, non si affida alle ideologie ma nemmeno alla religione, e ha poca fiducia nello Stato (però non vuole uscire dall'Europa: politici ricordatevelo!). Conta solo su di sé, pur sapendo che sarà dura: «Si rende conto delle difficoltà a realizzare le proprie aspettative», continua Secci. Anche perché, ammettiamolo, non è che noi genitori gliela stiamo rendendo facile. Più della metà dei giovani infatti sostiene che gli adulti hanno lasciato un mondo inquinato, e quasi la metà dei figli sostiene che i grandi non riescono a capirli. Però, incredibile, il 62 per cento è soddisfatto delle relazioni che ha con i genitori, e una percentuale solo di poco inferiore del rapporto con i fratelli. «I punti di riferimento dei ragazzi restano mamma e papà, anche se loro non sono riusciti a evitare di mostrare le sconfitte, come un divorzio o la perdita del lavoro. Ne vedono i limiti, ma vivono in continuità».

Secondo Anna Tagliabue, si tratta addirittura di un "cambiamento epocale": «I figli fanno tutto dei genitori, c'è vicinanza. Perché uscire di casa se non ci sono divieti ed è più comodo? La rottura arriverà, è fisiologica, ma dopo».

Conferma Romana Petri, insegnante in un istituto superiore di Roma e scrittrice (ha appena pubblicato *Figlio del lupo*, Mondadori): «C'è chi consiglia libri da leggere al padre, che in casa si annoia; chi si lamenta della madre sempre attaccata a Facebook. Molti genitori sono immaturi e anaffettivi. Molti figli sono fragili ma maturi». La ribellione delle generazioni precedenti è impossibile. Come scrive Matteo Lancini, psicoterapeuta e presidente della Fondazione Minotauro di Milano, nel suo nuovo libro *Cosa serve ai nostri ragazzi* (Utet), «la trasgressione non esiste più, il problema centrale è la delusione: nessun adulto, Chiesa, Stato, padre da contrastare». **SEGUE**



IN VIAGGIO PER DIVENTARE ADULTI

Queste immagini fanno parte del progetto #PostAdolescence della fotografa Federica Sasso, che tratta il rapporto tra le nuove generazioni e lo spazio circostante, fisico e virtuale. I nati dopo il '95 hanno visto crollare i muri tra il mondo digitale e quello fisico, e sperimentano precariato, automazione del lavoro, cambiamento climatico, immigrazione. Disorientati, sviluppano nuove forme di resistenza. #PostAdolescence documenta il loro viaggio verso la vita adulta.

Amano stare all'aria aperta, ma non hanno passione per l'avventura.

SEGUITO Nella famiglia, però, questi ragazzi continuano a credere: il 55 per cento nel futuro si vede in coppia con figli, e il 17 in coppia senza figli. «Nei loro temi, scrivono che sognano di avere una famiglia unita e felice», ribadisce Romana Petri. E sono convinti di riuscire a generare nel futuro un impatto positivo, anche nel piccolo: nessuna rivoluzione, ma qualche passetto significativo.

Gli amici restano un punto fermo, e sanno distinguere le relazioni reali da quelle virtuali: sono consapevoli di essere incollati agli smartphone, ma sui social raccontano solo una parte di sé, quella che vogliono mettere sul palcoscenico. «Tutti i social hanno un ciclo di vita; all'inizio l'importante è esserci, poi ci si specializza», spiega Secci. «Facebook oggi è per gli over 40, mentre i ragazzini, e soprattutto le ragazzine, scelgono TikTok, il fenomeno del momento». Nato in Cina, dove ha mezzo miliardo di utenti attivi (in Italia 3 milioni), TikTok permette di condividere brevi video giocosi, balletti, parodie che, a differenza di Snapchat, non spariscono. «Noi adulti facciamo fatica

Credono nell'onestà, nella cultura, nel miglioramento di sé e nella solidarietà

a non darne un giudizio morale, ma per i nostri figli è diverso, c'è continuità con la loro vita, sono abituati a salire sul palco».

Ma in che cosa credono? Anche qui c'è una novità rispetto alle generazioni precedenti: mentre per Baby boomers (nati tra il 1945 e il 1964), Generazione X (1965-1984) e Millennials (1985-1994) primeggia la triade famiglia/amore/salute, per la Generazione Z «i valori sono un quadro impressionista», come lo definisce Luca Secci, dove ai tre «classici» si aggiungono rispetto degli altri, onestà, cultura, miglioramento di sé e della natura, solidarietà. Tante pluralità, interesse per sé (come negargliene il diritto?) ma anche per gli altri: nelle generazioni precedenti, compresa quella di noi genitori, la solidarietà non è contemplata. Qui c'è un bel passo avanti. In compenso, se i Baby boomers hanno interesse per l'avventura, i loro figli non sanno che cosa sia. Sdraiati magari no, ma un po' pigri sì.

Non si tratta sul gender gap

Tra tanta pacatezza, emergono però due temi sui quali la Generazione Z non transige: la sostenibilità e l'uguaglianza di genere. «L'ambiente è il valore di rottura», sostiene Anna Tagliabue. «Non è solo un diritto ma una condizione necessaria di vita. Iniziano da adolescenti a sfilare per i Fridays for Future, è l'unica battaglia che sono disposti a fare». Tra i 17 obiettivi dell'Agenda Onu 2030, che i ragazzi conoscono benissimo, al primo posto c'è il clima, e fa capolino l'uguaglianza di genere, che invece non compare tra le priorità dei genitori. Sostenibili, inclusivi, ugualitari: vogliamo ancora criticarli? **io**

“Voglio un lavoro dinamico e innovativo: proprio come me”

L'indagine di Valore D e dell'Istituto Toniolo sulle aspettative professionali della Generazione Z

Il lavoro? Uno strumento per guadagnarsi da vivere, certo. Ma anche per valorizzare le proprie capacità, per esprimersi. Pragmatici, ma al tempo stesso adattabili, i ragazzi della Generazione Z «cercano opportunità in linea con le loro passioni e un posto che li rispecchi, dove possano cioè costruire il proprio futuro», dice Ulrike Sauerwald, responsabile Ricerca e Knowledge di Valore D, che ha curato un'indagine molto interessante, “Generazione Z.

Un nuovo approccio al mondo del lavoro”, in collaborazione con l'Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo e Umana. Lo stipendio ovviamente è importante (sono cresciuti in questi anni difficili, ricordiamolo) ma, rispetto alle generazioni precedenti, la Z punta molto di più l'accento sulla crescita personale, mentre la distanza da casa non ha nessuna influenza. Cittadini del mondo, questi giovani si sentono dinamici e pronti ad andare all'estero: il lavoro che

vogliono dev'essere innovativo, porre sempre nuove sfide e consentire di viaggiare. «Sono sognatori ma anche pragmatici: sanno che è necessario adattarsi, ma lo stipendio da solo non basta», continua Ulrike Sauerwald. Per questo danno peso alla policy aziendale sull'uguaglianza di genere, flessibilità e sostenibilità. Tra le competenze che gli under 26 pensano di avere, ci sono la creatività, l'uso delle tecnologie, la conoscenza dell'inglese e le abilità verbali (mentre in quelle

manuali e nella precisione sono messi malino). «Sono morbidi e integrati. Vogliono riempire di vita il lavoro, non interessa che sia stabile, tanto non pensano di restare sempre nella stessa azienda. Conta di più la coerenza con la propria vita, soprattutto per le ragazze. Non a caso, tra i motivi che le spingono a cercare un altro posto ci sono proprio i valori aziendali e la necessità di bilanciare vita e lavoro». Sono sempre le donne, alla fine, ad avere chiare le priorità.