

I NOSTRI RAGAZZI

Le prospettive

«Ma quale Gen Z?» Ricerca smonta il mito dei giovani tutti uguali

Viaggiano, cambiano, si dividono. Corpo e social al centro del vissuto. Il sociologo Francesco Morace offre con la sua indagine una cartina per conoscere meglio i nativi digitali. Le differenze da 13 a 29 anni



Francesca Dini, Matteo Latini e Salvo Andrea Denaro con Nova



Alessandra Ruggiero, Mirko Lo Bello e Marcello Bembale con 'Sospiro'



Arianna Abbate, Elettra Medici e Claudio Collicelli presentano Evòra

PRATO

La Generazione Z viene raccontata come un blocco compatto: dipendenti dai social, in crisi d'identità, impegnati e fluidi, ma spesso confusi. Una sintesi efficace per titoli e slogan, ma fallace quando si cerca di capire davvero i giovani nati tra il 1996 e il 2012. È proprio contro questa narrazione semplificata che si muove il libro «Ma quale Gen Z?», firmato dal sociologo Francesco Morace e dalla ricercatrice Linda Gobbi (Egea, 2025), presentato ieri al Pin alla presenza della presidente Daniela Toccafondi, in un incontro organizzato con l'associazione Bibliofili Aldo Petri. Al centro del libro, un'ampia ricerca condotta tra giugno e ottobre 2024 da Future Concept Lab, in collaborazione con Sylla e Webboh Lab. Il campione, rappresentativo per età, genere e territorio, ha coinvolto 4.000 giovani suddivisi in quattro gruppi distinti: ExpoTeens (13-15 anni), ExperTeens (16-19), CreActives

(20-24), ProActives (25-29). Una classificazione che ribalta l'approccio generazionale classico e mette in luce le profonde differenze tra chi oggi affronta l'adolescenza e chi è già immerso nel mondo del lavoro.

«L'errore che spesso si commette - ha spiegato Morace - è considerare i giovani come un blocco unico. In realtà, tra i 13 e i 29 anni si compiono passaggi fondamentali». Il libro indaga

queste differenze e ne individua alcune centrali. Ad esempio, il tema del corpo: «La generazione più digitale di sempre ha come preoccupazione principale il corpo fisico, non solo dal punto di vista della forma ma in tutte le sue accezioni come, ad esempio, quella sessuale o di salute», spiega Morace. Un'altra linea forte emersa dall'indagine è quella del viaggio: per la Gen Z è molto più di un passatempo.

È strumento di crescita, scoperta, affermazione personale. «Oggi - sottolinea Morace - con il giusto volo low cost e una buona ricerca online, si può visitare una capitale europea al prezzo di una serata in discoteca. Questa generazione viaggia molto più dei propri genitori, e lo fa in modo consapevole, pianificato».

Proprio attorno al tema del viaggio hanno lavorato diversi gruppi di studenti dell'Università di Firenze, che hanno prodotto progetti originali e innovativi, alcuni già all'attenzione del mercato. «Significa che se coinvolti in proposte concrete e su temi rilevanti, i ragazzi rispondono con creatività e impegno», sottolinea Morace. Un altro punto di riflessione riguarda il rapporto con i social media. I più giovani, cresciuti nell'era di TikTok, parlano per video e movenze, i più grandi, 'figli di Instagram', privilegiano l'estetica, la fotografia, la costruzione di immagine. «Il mondo digitale incide sui comportamenti dei giovani», aggiunge il sociologo. In definitiva, «Ma quale Gen Z?» non solo decostruisce una narrazione, ma offre anche uno strumento utile a chi lavora nel mondo della scuola, della politica, dell'impresa. Non basta parlare ai giovani: serve capire quali giovani. Come dire: se si vuole dialogare davvero con la Generazione Z, prima bisogna smettere di chiamarla così.

Silvia Bini

LE PROPOSTE

Dal viaggio virtuale alla gestione dell'ansia Tre progetti innovativi creati dagli studenti

Viaggiare senza muoversi, affrontare l'ansia con eleganza, conservare per sempre un ricordo olfattivo. Tre gruppi di studenti dell'Università di Firenze hanno trasformato idee visionarie in prototipi concreti. 'Sospiro' è il nome scelto da Alessandra Ruggiero, Mirko Lo Bello e Marcello Bembale per il loro dispositivo dedicato a chi soffre di attacchi di panico o disturbi d'ansia. Una sorta di fascia indossabile progettata in diverse versioni di design, pensata per essere visibile, bella e priva di stigma. Grazie a una rete di sensori, 'Sospiro' rileva i segnali fisici dell'agitazione e li trasmette a un'app dedicata. L'utente riceve così consigli personalizzati, può attivare un contatto di emergenza o monitorare il proprio stato. Sguardo al futuro per 'Nova', l'idea di Francesca Dini, Matteo Latini e Salvo Andrea Denaro: un dispositivo progettato per il 2050, che promette di rendere il viaggio accessibile anche a chi non può spostarsi. Nova è un sistema immersivo multisensoriale con lenti ottiche, guanti digitali e padiglioni auricolari che riproducono in modo realistico ambienti lontani. 'Evòra': il progetto firmato da Arianna Abbate, Elettra Medici e Claudio Collicelli, che si concentra su uno dei sensi più potenti: l'olfatto. Evora è capace di catturare gli odori e riprodurli.

Turismo sostenibile

LA APP TABIGO



Rosita Cesare e Chiara Livi
L'idea realizzata

Tra i progetti proposti dagli studenti de corso di design dell'Università di Firenze sul tema del viaggio spicca quello di Rosita Cesare e Chiara Livi che hanno ideato Tabigo, una app dedicata al turismo sostenibile. «basta con i turisti che inquinano e creano sporcizia - dice Cesare - abbiamo creato una applicazione in grado di creare una community di persone interessate al turismo sostenibile. Abbiamo previsto premi che possono essere ingressi ai musei o altro per chi sceglierà di essere turista sostenibile». In soldoni si tratta di premi per chi partecipa alla raccolta dei rifiuti promossa nelle varie città, chi sceglie la bici invece dell'auto, chi sceglie il ristorante a km0 al posto della grande catena. App, packaging, gadget: è già tutto pronto e realizzato dalle studentesse che conoscendo i loro desideri e quelli dei loro coetanei hanno puntato dritte al tema della sostenibilità.



Questa generazione conosce il mondo molto più dei genitori e lo fa in modo consapevole»