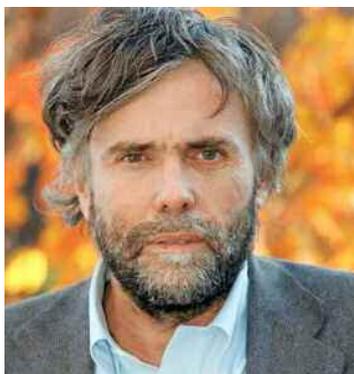


ITALIA

OPINIONI, INSIGHT

## Generazione Z protagonisti del Common Genius: l'attivismo fa la differenza nel mondo

*Il punto del sociologo Francesco Morace. Dalla logica della spartizione a quella della ripartizione, solo così sarà possibile la ripartenza del 2021*



Francesco Morace

Siamo tutti d'accordo: nel 2021 dobbiamo ripartire. Ma dobbiamo anche considerare con attenzione il principale significato di questo termine: non solo ripartenza, ma anche e soprattutto ripartizione. Ripartire seguendo logiche precise, come ci insegna la definizione della Treccani: "dividere un tutto in parti sulla base di regole precise e per un certo scopo". Sostituire,

dunque, la logica della spartizione del bottino tra pochi, con quella della ripartizione equa tra le parti sociali: questo è il certo scopo. Un lavoro impegnativo, ma necessario per ridefinire gli equilibri, ridistribuire le responsabilità, ridurre le disuguaglianze, affrontando il tema delle **3G: Garanzie, Generi e Generazioni**. Ridurre il gap tra lavoro garantito e non garantito, tra genere femminile e maschile, tra generazioni mature e generazioni più giovani, chiedendo a ciascuno di fare la propria parte, dando il proprio prezioso contributo.

La Gen Z dei 18-24enni sta dimostrando di aver saputo interpretare questa responsabilità che può essere sintetizzata in due parole: **Common Genius**. Come emerge dai dati della ricerca che abbiamo curato con Glaxi, i ragazzi di questa generazione sembrano naturalmente predisposti a rilanciare i valori del 'bene comune': sostenibilità aumentata dal digitale, attivismo per l'inclusione sociale, dinamiche virtuose tra le generazioni per nuovi diritti di cittadinanza. Possiamo definirla una **generazione Smart & Sustainable** in grado di combinare la freschezza e l'entusiasmo dell'età, le competenze digitali, le qualità dell'umano, la protezione dell'ambiente e i diritti di cittadinanza, alimentando soluzioni etiche per società che siano più sostenibili, più attrezzate per affrontare il futuro che ci aspetta.

**La comunicazione e i consumi** che si orientano in questa direzione costituiscono una prateria in cui la Gen Z scorrazza in libertà, senza limiti o pregiudizi ideologici, partendo da un assunto semplice ma decisivo: la sostenibilità deve essere facilitata dalle tecnologie smart, abbandonando definitivamente tentazioni lud-

diste e diffidenze nei confronti del digitale. La decrescita felice anti-tecnologica, impregnata di neo-pauperismo, abbracciata spesso dalla generazione dei Boomer (i loro nonni), sarà un lontano ricordo. Dopo 50 anni di riflessioni e discussioni al riguardo, **il sogno ecologista diventa realtà**, coinvolgendo non più solo un manipolo di ambientalisti come in una setta, ma una larga fetta di popolazione giovane: in questo senso il movimento Fridays for future ha segnato una svolta radicale. Da pochi attivisti anti-sistema a milioni di ragazzi "normali", anche molto giovani, che riflettono sul loro futuro. Greta ha fatto scuola nel mondo, così come Anita in Italia: la ragazza torinese di 12 anni che con il suo nome garibaldino ha protestato seguendo le lezioni fuori dalla sua scuola, coinvolgendo centinaia di altri compagni, e arrivando a presentare le sue istanze in Parlamento.

**E' una generazione che dimostra la capacità di alimentare il Common Genius**, abbandonando gli influencer e diventando doers: quelli che fanno tanto, non seguono le mode e teorizzano il giusto. I dati tratti dall'Osservatorio Coming Word Project, lo dimostrano ampiamente: il 18-24enni sono assai più sensibili dei Millennial nei confronti della sostenibilità (43.1% rispetto al 36%), dei beni comuni (42.4% rispetto al 37.8%), dell'inclusione sociale e delle alleanze con generazioni più adulte, magari i loro genitori e nonni (46.8% rispetto al 43%).

**L'attivismo diventa la cifra di questa nuova fase**, come ha ben compreso il progetto Activate People che con Havas PR e Lang&Partners abbiamo proposto a una platea di responsabili HR di grandi aziende. L'attivismo fa la differenza nel mondo: ha stravolto i rapporti di forza nelle elezioni americane, con il #BlackLivesMatter sul tema del razzismo e prima ancora con il #metoo contro le molestie nei confronti delle donne, ha cambiato le regole nel mondo dello spettacolo, dei media, perfino del calcio, come è avvenuto l'8 dicembre nella partita di Champions League a Parigi, ripetuta a causa di insulti razzisti da parte del quarto uomo, allontanato per sempre dai campi di calcio. Le maggioranze giovani mai più torneranno a essere silenziose, ma reagiranno con le loro competenze (personali e in futuro professionali) alle sollecitazioni creative oggi presenti nel sociale.

*di Francesco Morace,  
sociologo e fondatore di Future Concept Lab*