



Tutti pazzi per Toymail, il gadget che trasforma i genitori in «pupazzi»

Gigio Rancilio, *Avvenire* 2 dicembre 2013

Non importa in quale nazione abiti. Ovunque si trovi, la maggior parte dei genitori moderni prova un qualche senso di colpa (o di paura) verso i figli. Perché è troppo assente, perché non fa abbastanza, perché ha sbagliato qualcosa o potrebbe sbagliarla e via di questo passo. Tutte cose comprensibili. Ma che i pubblicitari stanno usando sempre di più per vendere qualcosa alle neo mamme e ai neo papà. Non c'è area merceologica che, prima o poi, non li faccia sentire "in colpa" perché non ha ancora comprato quel determinato oggetto (gadget, vestito, giocattolo o merendina poco importa) al proprio pargoletto.

In America e in Inghilterra si parla molto di un gadget regalo di Natale che si muove esattamente in questa direzione. E' destinato infatti ai genitori che, per lavoro o per altre ragioni, sono costretti a stare spesso lontano dai propri figli ma al tempo stesso non vogliono far mancare ai bimbi il calore del loro affetto (primo senso di colpa).

L'oggetto tecnologico è stato pensato per bambini tra 6 mesi e 3-4 anni "ai quali non far mancare stimoli tecnologici" (secondo senso di colpa diffuso: dobbiamo correre ai ripari se non vogliamo che i nostri piccoli crescano tecnologicamente svantaggiati).

Così è nato Toymail (letteralmente: posta giocattolo). Si tratta di una specie di pupazzo (ce ne sono già cinque disponibili, a 59 dollari l'uno) che si collega alla rete WiFi di casa e permette via Internet di far parlare a distanza i bimbi con i loro genitori, nonni, zii e parenti.

Non è un telefono ma un giocattolo-interattivo. Attraverso un'applicazione per smartphone, infatti, il messaggio inciso da mamma, papa eccetera sarà recapitato al bimbo con la voce del personaggio che ha davanti. I più grandicelli, una volta istruiti, potranno rispondere, dopo avere premuto un pulsante sul retro.

"Questo strumento, di simpatica presenza, serve (prima consolazione – ndr) a fare sentire al piccolo un'affettuosa compagnia". Non solo. "Dispone di sistemi di sicurezza (seconda consolazione – ndr) per impedire che qualcuno possa intromettersi nella conversazione". Infine. "Volendo (tocco di creatività -ndr) si possono mandare al proprio figlio anche dei brani musicali o delle informazioni stimolanti".

Gli inventori di Toymail sono molto soddisfatti delle prime reazioni del pubblico.

Il successo sarà completo quando i nostri figli, invece che telefonare alla nonna, preferiranno parlare col suo pupazzo cartone animato.

Nativi digitali, è l'ora dei diritti. *Avvenire, 19 novembre 2013*

Nel migliore dei casi – se frequentate le prime classi delle medie – ha il doppio dei vostri anni. Ma se siete alle elementari è probabile che sia tre volte più vecchia di voi, o quasi. È comprensibile, quindi, che la Convenzione sui diritti dell'Infanzia e dell'adolescenza, firmata a Ginevra 24 anni fa, il 20 novembre 1989, abbia bisogno di qualche aggiornamento.

Alla fine degli anni Ottanta i bambini erano diversi da quelli di oggi: né migliori né peggiori, solo differenti, come differenti sono – nel Terzo millennio – le possibilità e i pericoli a cui sono esposti i più piccoli. Basta pensare a Internet, che ha esordito nel 1983 e che per molto tempo ancora è stato alla portata di un numero molto ridotto di persone. O ai personal computer – i pc – che in quegli anni erano sconosciuti ai più: mentre oggi, si lavora addirittura a un futuro digitale della scuola, i libri di carta stanno già cedendo il passo agli e-book, si farà lezione con tablet e lavagna elettronica.

C'è un modo – lo ha usato per primo lo scrittore americano Marc Prensky, nel 2001 – per definire i bambini che sono nati nell'era di internet, del pc e adesso di smartphone e tablet: nativi digitali. Cioè gente che nella tecnologia è immersa, che è cresciuta con il mouse tra le mani, a cui non bisogna spiegare come si usa un touch screen.

A questi bambini è dedicato un decalogo pensato da Maria Maura – che di professione fa l'insegnante – e da lei stessa disegnato, vocalizzato e trasformato in un video (utilizzando solo con un tablet). Un lavoro realizzato in collaborazione con il Centro Studi Erickson e che ha avuto il patrocinio dell' Autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza.

Il filmato i Diritti del nativo Digitale

<http://www.youtube.com/watch?v=YWg-d8WPXk0>

Risultato a sorpresa: sono i genitori i miti dei giovani

Andrea Fagioli, Avvenire, 12 dicembre 2013

«Sei un mito», cantava Max Pezzali a proposito di una ragazza «bella ma impossibile». Un mito per lui, ovviamente. E lo ripeteva a ogni ritornello: «Sei un mito, sei un mito per me...». Ma chi sono i miti dei giovani d'oggi?

Alla domanda cerca di rispondere un'indagine del Centro di studi minori e media, che ha intervistato, in collaborazione con l'Università di Firenze, 2.200 studenti delle scuole secondarie di primo e secondo grado di 11 regioni italiane: Trentino, Lombardia, Veneto, Liguria, Emilia Romagna, Toscana, Campania, Puglia, Calabria, Sicilia e Sardegna.

Tra sportivi e cantanti che vanno per la maggiore spuntano dalla ricerca, in maniera sorprendente, i genitori: la madre e il padre, con uguale intensità, cosicché la famiglia, nel suo complesso, conquista il primo posto, con il 61,8% , nella hit parade dei miti

giovanili. Ma non basta: il 22% degli intervistati dichiara anche di condividere i miti dei propri genitori. Una percentuale che arriva a circa il 30% tra le studentesse e gli studenti più giovani. I miti condivisi con i propri genitori appartengono principalmente al mondo della musica: sono cantanti che i genitori hanno fatto conoscere ai propri figli e la cui musica piace a entrambi.

Pochissimi invece i miti individuati nella letteratura, nel mondo del sociale o del volontariato, nella politica e nella storia delle religioni. Solo il 30% del campione riconosce un mito tra i personaggi incontrati negli studi, senza differenze rilevanti per genere e per età. Chi indica un mito scrive il nome di personaggi storici come Napoleone, Garibaldi e Alessandro Magno, Martin Luther King e Ghandi. Due soltanto le donne citate: Giovanna d'Arco e Cleopatra.

L'80% degli intervistati non ha un impegno nel sociale o nel volontariato: solo l'8% partecipa attivamente alle attività di un'associazione. I pochi che hanno dichiarato di avere un mito tra le persone impegnate nel sociale (il 15% del campione) hanno indicato Madre Teresa di Calcutta e Gandhi. Il 37% degli intervistati crede e pratica una religione, una percentuale che arriva al 45% tra le ragazze e supera il 50% tra i più giovani.

Ma solo un ragazzo su tre riconosce come mito un personaggio della storia delle religioni. Dalla maggior parte di chi ha risposto, il personaggio riconosciuto come mito è Gesù di Nazareth, perché è una persona che ha sacrificato se stesso per gli altri. I giovani, infatti, credono che sia importante avere nella propria vita dei miti da ammirare, ma per loro quasi mai è un mito chi ha avuto solo un successo economico.

Tra i miti della musica dei giovani intervistati troviamo Luciano Ligabue, Tiziano Ferro, Vasco Rossi, Eminem, Alessandra Amoroso, Jovanotti, Laura Pausini e Emma Marrone. Tra gli attori sono soprattutto le ragazze ad avere un mito tra i personaggi del cinema. Quelli più popolari sono Johnny Depp, Will Smith, Angelina Jolie e l'italiano Gabriel Garko.

Perché non siamo infelici. *Francesco Ognibene, Avvenire, 7 dicembre 2013*

«Sciapa» e «infelice» a chi? No, non ci siamo. I sensori del Rapporto Censis, abitualmente affidabili, stavolta propongono una fotografia che pare scattata più in laboratorio che in mezzo alla gente. E i due aggettivi scelti per descrivere la società italiana oggi sembrano adatti a un altro corpo sociale, forse meno reattivo e vitale del nostro.

È vero: il clima diffuso è d'inquietudine profonda, quando non di angoscia, se appena si scorrono gli indicatori economici e occupazionali diffusi a cadenza quotidiana dalle istituzioni, o semplicemente aggiorniamo la contabilità familiare. Ma dentro un'arida pietraia zeppa d'inciampi e di rovi, qual è la crisi senza fine apparente che attraversiamo, si coglie forse scoramento, paura di non uscirne mai, sfiducia verso chi promette che "si vede la fine del tunnel" e poi aggiunge un altro buco alla cinghia da tirare, ma infelicità e assenza di reazione proprio no. Perché l'una e l'altra sono figlie della rassegnazione, della rinuncia a crederci, dell'inazione pessimista: sintomi che certo

molti italiani sperimentano, ma che il Paese in quanto comunità sa di dover tenere alla larga per non affondare nelle sabbie mobili della resa. Gli insipidi stanno a guardare, aspettano gli eventi, rinunciano a qualunque progetto; gli infelici si sono consegnati senza più combattere all'apparente impossibilità di guadagnare la luce del sole, disperano del futuro. È davvero così? Se c'è un'energia interiore che spinge gli italiani con la volontà oltre il deserto è proprio la tenace fiducia nella possibilità di farcela, la speranza concreta e operativa che sa spostare sempre un centimetro più in là l'asticella dell'obiettivo e del sacrificio necessario a conseguirlo senza mai disperare davvero. Caro Censis: non saremo felici, ma nemmeno depressi, e tantomeno sciapi. Vivi, semmai, più si alza la salita davanti ai nostri passi.

Perché non siamo felici, Massimo Calvi, Avvenire, 7 dicembre

Come si fa a non dare ragione al Censis quando rileva che la società italiana appare oggi «sciapa», senza sale, specchio di un Paese «sotto sforzo», anche «smarrito», persino «infelice»?

Essere realisti non significa cedere al pessimismo e negare ogni possibilità di ripartenza, rassegnarsi cioè a una visione declinante e disperata. Le energie positive e i motivi per mantenere viva la speranza non mancano, ed è bene ricordarli. Ma illudersi che ciò che comunque in una società resiste allo tsunami di una crisi di sistema possa di per sé rappresentare l'appiglio per non annegare, rischia di tradursi in una pericolosa sottovalutazione dei problemi. Se già ai primi sintomi della malattia fossimo stati tutti "prudentemente catastrofisti", osservando meglio e senza paure la parte vuota del bicchiere, oggi forse avremmo qualche carta in più da giocare.

Quasi 4 milioni e mezzo di persone cercano lavoro, 6 milioni vivono una situazione precaria, 3 milioni si tengono stretto il posto nel terrore di perderlo, due terzi delle famiglie hanno ridotto la capacità di spesa e non sono in grado di affrontare un'uscita imprevista. Eppure questa «fragilità» la si può cogliere anche prescindendo dalla crudeltà delle cifre: ascoltando le persone attorno a noi, i parenti, gli amici, gli altri genitori, i colleghi. «Bene, grazie» è una risposta che sempre di più faticiamo a dare. Forse è l'abitudine a un benessere sicuro ad averci veramente «fiaccati» fino al punto di non saper più nemmeno riconoscere che il poco che abbiamo può essere già molto, moltissimo. Ma poteva essere diversamente per una crisi figlia di un'avidità che genera «immoralismo diffuso», e che ha nell'accidia, nella «disabitudine al lavoro» o nella ricerca della rendita facile l'altra faccia della medaglia? Chiediamoci perché, semmai, le poche persone ancora felici che ci capita di incontrare sono le coppie in attesa di un figlio. Come eravamo. Ripartiamo da qui, ripartiamo da loro. E non lasciamo che si perdano.