

Adolescenti e smartphone, dobbiamo tutti fare di più



Augusto Biasini

UO di Pediatria e Terapia Intensiva Neonatale-Pediatria, Ospedale M. Bufalini, Cesena

La dipendenza dalla tecnologia dei nostri adolescenti è cosa nota. Le conseguenze immediate a volte fanno notizia perché drammatiche: investimenti di ragazzi che attraversano la strada con gli occhi sul video, incidenti in auto per selfie inopportuni e nefasti, mentre indagini epidemiologiche di salute e sportive ci confermano che oggi i teenagers non sono solo più sedentari e grassi ma letteralmente “sdraiati”: sono più lenti a correre e ogni 10 anni perdono 5 km/ora in velocità. Ma ora abbiamo evidenze numeriche e qualitative di quanto il danno sia esteso. È di pochi mesi fa un articolo, dettagliato estesamente nel libro edito successivamente, di una ricercatrice americana che da più di 20 anni studia comportamenti di generazioni di adolescenti, Jean M. Twenge, dal titolo preoccupante *Have Smartphone destroyed a generation?*. Allarmanti le sue parole: “... studio comportamenti dal 1930 e non ho mai visto grafici epidemiologici modificarsi così rapidamente come nella generazione nata dal 1995 al 2012... le curve, solitamente morbide e graduali nelle variazioni, subiscono una brusca impennata o caduta a seconda dell'item considerato, dall'anno 2007 in poi”. In quell'anno l'iPhone uscì sul mercato. Le modifiche hanno un'accelerazione ulteriore dal 2012, anno in cui > 50% degli americani possedette uno smartphone. La più grande differenza fra i Millennials (nati negli anni '80-'90) e i loro predecessori era nella visione del mondo; gli adolescenti di oggi differiscono dai Millennials non nelle loro opinioni ma nel come spendono il tempo. Anche quando un evento grave come una guerra, un salto tecnologico, un concerto/raduno come Woodstock, cambia un gruppo più o meno grande di giovani, si tratta sempre di più fatti che agiscono in sinergia, mai un singolo fattore definisce una generazione. Twenge chiama “iGen” i nati in questo tempo, plasmati dallo smartphone e dalla crescita dei social media; hanno tutti un account Instagram prima di iniziare la scuola, usano per comunicare modalità tecnologiche effimere (snapchat/snapstreaks) che devono alimentare compulsivamente perché non decadano e non ricordano un tempo prima di internet. I più vecchi iGen furono i primi adolescenti quando fu introdotto l'iPhone nel 2007, impararono subito a tenerlo in mano e a quel punto il tempo video-dedicato aumentò vorticosamente. Lo studio/ricerca è svolto negli USA ma, data la omogeneità trasversale del comportamento di questi soggetti, può essere utilmente riferito agli adolescenti italiani. Il loro modo di vivere infatti è sempre lo stesso siano essi poveri o ricchi, viventi in metropoli o piccole città, periferia o campagna, appartenenti a un'etnia o a un'altra; sono più a loro agio in casa, sdraiati a letto che fuori, a una festa o in auto; non escono perché la loro vita sociale avviene sull'iPhone. Il numero di ragazzi che esce con gli amici quasi ogni giorno è calato del 40% dal 2000 al 2015. Ricorrono frasi del tipo “... noi non abbiamo possibilità di conoscere qualunque vita senza i nostri iPhone, penso

che a noi piacciono più i nostri telefoni delle persone reali...”. Sono meno interessati al corteggiamento e relazioni con l'altro sesso: mentre nei Baby Boomers (nati fra '45 e '60) l'appuntamento dopo essersi parlati avveniva nell'86% e nella Latchkey Gen Xers (nati fra '60 e '70) nell'85%, negli iGen scende al 56%. Coerentemente anche il “fare sesso” diminuisce nel 2016 del 67%, rispetto al picco del 1991. Passano molto tempo in famiglia ma sono estranei ai loro genitori. Sono, paradossalmente, più al sicuro da alcol e incidenti perché meno interessati all'autonomia e alla libertà che può derivare per esempio dall'acquistare subito la patente (se quasi tutti i Boomers liceali guidavano, oggi, a fine liceo, il 25% dei ragazzi non ha ancora patente). Sono molto più vulnerabili psicologicamente dei Millennials, più depressi, più insonni perché stregati dall'affascinante luce blu notturna, più infelici con più idee suicidarie; c'è una proporzionalità diretta fra il tempo dedicato allo smartphone (> 10 ore/sett) e la probabilità di definirsi infelici (> 56%). Sappiamo che nell'adolescenza avviene quello sfasamento temporale fra la maturazione più rapida e precoce dell'area limbica, con i connessi meccanismi di emozione/ricompensa e quella più lenta della corteccia prefrontale da cui il pensiero complesso della persona responsabile e la seconda grande “potatura cerebrale”, guidata nei neuroni a specchio dai rapporti coi pari. Con queste premesse gli adulti iGen potrebbero essere persone che conoscono l'emozione giusta per una situazione ma non la conseguente espressione facciale della persona con i problemi relazionali che ne derivano. La buona notizia è che questi ragazzi sono consapevoli di tutto, chiedono aiuto e sono disposti a seguirlo. Le parole di una ragazza “... quando parlo con i miei amici non mi guardano in faccia... hanno gli occhi sullo smartphone... questo mi fa male... potrei stare parlando di qualcosa di super importante per me e loro non mi starebbero neanche ascoltando... so che i miei genitori non facevano così...” e di un ragazzo “... una volta parlavo dei miei alla mia fidanzata e lei continuava a “texting”... così le ho preso l'iPhone dalle mani e l'ho scaraventato sul muro”. Forse gli iGen italiani sanno in fondo che la realtà è da preferire ma si sbloccheranno non per le raccomandazioni riproposte dalla Regione Emilia Romagna e dal Consultorio ma se qualcuno li avrà convinti che nella vita ci sono uno scopo e un fine, un destino buono verso il quale tutti siamo incamminati e che rimane comunque una buona ragione per vivere. Educazione a valori che diano un senso all'esistenza e siano condivisi dai compagni, in tutti i luoghi, famiglia, scuola, gruppi di pari, associazioni, sport... ecc. “The call to action” è per tutti: genitori, insegnanti, educatori, pediatri, e la posta in gioco è salvare una generazione, al momento completamente impreparata a diventare adulta.

✉ augustoclimb@gmail.com