

Costruire/suscitare racconti.

La costruzione di un ponte comunicativo con adolescenti e pre-adolescenti nell'ambito dei progetti di educazione alla salute.

► Ogni tentativo di comunicazione parte dalla corretta identificazione di un canale comunicativo condiviso. Con i più giovani non è solo un problema di linguaggio, che deve ovviamente essere diretto e comprensibile, è un problema di argomenti, che devono essere riconosciuti come immediatamente importanti e interessanti per sé nel presente.

Questo è maggiormente vero nel campo del “comunicare la salute”, dove spesso ci si trova ad arrivare con messaggi che i più giovani sentono andare nella direzione opposta a quella che già da alcuni anni gli viene presentata come desiderabile: una vita sana contro una vita divertente; una vita assennata contro una vita pazza; una vita in cui si costruisce contro una vita in cui è sufficiente girare l'angolo per risolvere tutto, bastano un'occhiata e la colonna sonora giusta per capirsi.

► Per identificare gli argomenti che possano stabilire un ponte, una attenzione, dobbiamo conoscere la normalità quotidiana dei nostri ragazzi, seguirli nel processo di crescita, comprendere le strade che attraversano, intuire le possibili prossime direzioni.

Conoscere la normalità

Matteo ha sette anni, naturalmente è un nome inventato, come tutti quelli che seguiranno. Ama *Tiziano Ferro*, di cui conosce a memoria le canzoni, per Natale vorrebbe una batteria, dice che le donne sono più belle degli uomini perché sono “più sessose”, alla *Playstation* è bravissimo con *Crash Bandicoot*, un videogioco che richiede soprattutto velocità. Come quasi tutti i suoi coetanei pensa che il personaggio del gioco sia una specie di volpe, è sorpreso e interessato nello scoprire che il *bandicoot* è in realtà un marsupiale australiano. Non si aspettava che qualcuno che non sia della sua età conosca quel personaggio. E' impressionante vederlo giocare a *Snake*, un videogioco da cellulare. Lo gioca esclusivamente al livello più alto di difficoltà, perché se no “è troppo lento” e si annoia. Bisogna provare per capire: per giocare a quel ritmo, tra giocatore e gioco non deve esistere “pensiero”, si entra nel campo dell'azione istintiva e immediata, quasi un esercizio zen. Naturalmente lui non lo sa, non sa nulla di “vuoto mentale” e “meditazione”. Gioca, fa “i record” e ride quando dallo schermo omini digitali lo festeggiano, facendogli la *ola*, come allo stadio.

Luca ha undici anni, l'anno scorso giocava con i *beyblade*, delle trottole da combattimento supportate da una serie a cartoni animati, adesso non più, sono cose

“da bambini”. Da alcuni mesi consuma avidamente *MTV*. Adora *Eminem*, indossa pantaloni larghi e sformati, la felpa con il cappuccio, il cappello da pescatore. Gli piacerebbe fare una sfida a ritmo di *rap*, come si vede nel film *Eight Mile*, che ha visto in cassetta a casa di cugini poco più grandi. Nel film, ispirato e interpretato dal suo cantante preferito, si racconta come Eminem abbia dovuto sudare per emergere, non è stato facile ma ce l’ha fatta. Vorrebbe sapere in quali locali si fanno le “sfide musicali” che ha visto nel film e quale sia l’età minima per andarci, chiede anche se a undici anni può bere *Bacardi Breeze*, perché “nella pubblicità è divertente”. Rimprovera il padre che fuma: “le sigarette uccidono”.

Luca è timido e ha fretta di crescere.

Riuscite a visualizzarlo?

E’ come attraversato da due forze ugualmente potenti: è consapevole di essere piccolo ma allo stesso tempo il mondo che gli viene presentato come “prossima tappa” gli appare così epico, divertente, pieno di energie positive. Vuole questo mondo, lo vuole presto e si intravede che ha paura di non essere in grado di averlo.

Matteo e Luca vivono al Sud e sono bambini “normali”, a scuola vanno bene, non amano azzuffarsi, hanno pochi amici selezionati e affini e “il pallone” resta il gioco preferito. Le famiglie non sono disattente. Come i loro coetanei di Roma o Milano consumano e accumulano immagini, marchi, slogan, storie. Conoscono canzoni, certe volte a memoria, sanno come si balla il ballo del momento e se la famiglia è in grado di sostenerli praticano un qualche sport; conoscono *Harry Potter* e riconoscono uno *pterodattilo* e Valentino Rossi dalla sagoma. Oltre ai video musicali e ai cartoni animati conoscono film e telefilm e appena possono guardano *Zelig*, *le Iene*, *Mai dire Domenica*, programmi comici pensati per una fascia d’età superiore ma che a loro fanno ridere. I videogiochi sono patrimonio collettivo, chiunque posseda un *computer* conosce la rete e sa come trovare quello che gli interessa. Il telegiornale, se possono, lo evitano: “dice cose cattive” e gli mette ansia, che chiamano “paura”. Non ne parlano volentieri.

L’identificazione corretta del *target*, la conoscenza della loro normalità, ci porta l’evidenza di un universo ad altissima densità di “rumore”. I canali percettivi sono saturi, noi possiamo considerarlo un fattore di stress e certamente lo è, ma per i più giovani la sovrabbondanza di stimoli è un dato di fatto acquisito: sono le pause a essere “anormali”.

Fox Kids promette “24 ore di puro divertimento”.

Snake al livello cinque di difficoltà è noioso.

I momenti di pausa sono noiosi.

“Il silenzio non è una cosa bella”.

Ogni istante della giornata deve essere riempito, possibilmente da uno stimolo esterno. Crescendo ne vorranno di più, almeno fino a quando non scopriranno (o qualcuno non gli insegnerà), il potere rigenerante del silenzio.

Produrre introspezione

Se uno degli elementi che caratterizza le dipendenze - tutte le dipendenze - è l'esistenza di un "pensiero fisso" che copre ogni altro pensiero o, per altri versi, di una sostanza che neutralizza o narcotizza o aggira i pensieri e le sensazioni dissonanti, se è così, questi bambini, normali, sono già in qualche modo predisposti. A sette, dieci anni, gli spazi di contatto con il proprio sé, con i propri pensieri e sentimenti sono nel migliore dei casi ristretti, soprattutto perché nessuno sembra interessato a questi argomenti.

Se solo gli si offre la possibilità di farlo, hanno tantissimo da raccontare e hanno tantissima voglia di farlo. Alla domanda diretta: che cosa ti piace e ti rende contento, la maggioranza risponde "stare con la mia famiglia", "mangiare tutti insieme", "stare con mamma e papà". E quando si sta tutti insieme la cosa più bella è "parlare", "raccontare le cose".

A questa età possiamo e dobbiamo produrre prevenzione giocando insieme a scoprire che tutti, certe volte stanno bene e altre male, che tutti, prima o poi hanno paura o si arrabbiano e che tutti, dopo, desiderano fare pace, ma certe volte non sanno come si fa. Possiamo ottenere attenzione e partecipazione parlando del fatto che esistono cose come la noia e la timidezza. Ognuno di loro, di per sé, lo sa, ma è un sapere non condiviso, qualcosa che potrebbe un giorno diventare un peso. La sorpresa che le proprie emozioni, anche quelle meno belle, sono le emozioni di tutti, li rende visibilmente eccitati; la scoperta che tutte le emozioni, anche quelle "brutte", hanno una "utilità", li intriga, li porta a creare collegamenti, a raccontarsi.

► La scoperta di fare parte di una comunità della quale non conoscevano l'esistenza li rende felici; a ogni racconto si alzano nuove mani, nessuno vuole restarne fuori.

Nell'affrontare questi temi comunichiamo anche che esistono adulti dei quali ci si può fidare, con i quali si può parlare.

Essere disponibili ad apprendere.

A dieci, dodici anni non sopportano di non essere presi sul serio; a quattordici non sopportano i presuntuosi, gli arroganti, quelli che non stanno a sentire.

Stabilire un ponte comunicativo, non solo con i più giovani ma soprattutto con loro, significa sforzarsi di conoscere la loro normalità ed essere disponibili ad ascoltare, apprendere e comprendere gusti e punti di vista diversi, senza giudizi preconfezionati.

Silvia, dodici anni, di Parma, se la prende con chi dice che i videogiochi sono tutti uguali: "ce ne sono di bellissimi in cui devi costruire un impero o fondare una religione". Se la prende anche con i suoi compagni di classe; lei non sopporta la musica *pop* che va per la maggiore, perché "non dice niente", nel senso che "i testi sono cretini". Lisa, una sua compagna di classe, ribatte che forse non dicono nulla però le musiche sono belle "per ballare e saltare" e questa è una cosa "molto divertente". Loris ce l'ha con gli adulti che non capiscono i cartoni animati

giapponesi. Nei cartoni, spiega, ci sono anche degli insegnamenti, “bisogna mettere molto impegno per riuscire nelle cose e chi usa i trucchi finisce male”.

► La nostra disponibilità ad apprendere fornisce una serie innumerevole di possibilità di comunicazione. L’ascolto rispettoso delle loro convinzioni stabilisce un ponte e ci regala argomenti e parole, le loro parole, che possiamo restituire arricchite da nuovi argomenti e significati.

Che cosa significa “chi usa i trucchi finisce male”? Chi è che usa i trucchi e perché? Quali trucchi o scorciatoie ti vengono in mente? E ancora: se i videogiochi in cui si costruiscono imperi sono bellissimi, gli altri, quelli di velocità o i cosiddetti “sparatutto”, perché piacciono, che cosa danno? Cos’altro c’è che può dare lo stesso tipo di “piacere”?

► La disponibilità all’ascolto ridefinisce in positivo il target, non più solo soggetto da istruire e proteggere ma anche fonte di informazioni e alleato nella ricerca di soluzioni. Se all’ascolto aggiungiamo la disponibilità a metterci in gioco personalmente, con il racconto dei nostri desideri e delle nostre difficoltà, anche alla loro età, il ponte comunicativo diventa solido.

Quello che loro provano, anche noi l’abbiamo provato, anche noi abbiamo avuto paura del buio o ci siamo sentiti rabbiosi, tristi e impotenti di fronte a un rifiuto affettivo, anche noi certe volte siamo stanchi e ci sono cose che ci agitano e altre che ci rendono felici. Abbiamo un patrimonio emotivo comune ma non siamo uguali. Noi abbiamo esperienze e conoscenze maggiori, che vogliamo condividere.

Raccontare storie

Torniamo ai nostri bambini/ragazzi che crescono.

Silvia, Luca, Matteo, Lisa, Loris, nonostante le distanze geografiche e le differenze d’età hanno tantissimi immaginari in comune, anche con i ragazzi più grandi, di quattordici, sedici anni.

Tutti conoscono i *Simpson*, anche se poi molti scrivono “sipson” o “simson”, idem per “spaidermen” e le “ciarli engiel”, lo stesso accade per il 90% della produzione musicale in lingua inglese. E’ impressionante vedere come nomi e titoli che hanno visto scritti mille volte su di un video non riescano a essere correttamente memorizzati. Lo stesso per i marchi e i loghi, sanno perfettamente come è fatto il simbolo di *Batman* e il marchio della *Algida*, sanno riconoscere quando è disegnato in modo corretto ma non sono in grado di riprodurlo, non a memoria. Non ricordano la singola informazione, ricordano come si ricordano i sogni: immagini sfumate, abbozzi di storie, impronte emotive.

A quattordici/sedici anni ricordano e incrociano una infinità di storie. Ricordano i programmi di scienze e natura “perché il varano mi aveva spaventato”, ricordano *Gigi la Trottola*, il ragazzino tappo che giocava a *basket* benissimo, soprattutto se

sbirciava le mutandine della sua fidanzata, “perché mi faceva ridere”. Ricordano *Tom e Jerry*, *Braccio di Ferro*, i *Puffi* e decine di altre serie e personaggi. Per quasi tutti, i film preferiti oggi sono diversi da quelli che saranno “i preferiti” tra due settimane, lo stesso vale per la musica: i gusti sembrano variare con il variare dei palinsesti e delle *top ten*. Le singole informazioni stentano e diventano memoria a lungo termine. Gli *slogan* sono solo parole messe in fila; per quanto possano essere efficaci, il loro destino è essere soppiantati da altri slogan, altre parole messe in fila. Nella sovrabbondanza di *input* hanno difficoltà nel creare una gerarchia: che cosa è importante, che cosa no? Che cosa è semplice pubblicità e che cosa informazione che può salvarti la vita?

► Per raggiungerli all’interno di questo caos dobbiamo offrire racconti e storie in cui si possano riconoscere, i racconti producono reti associative, impressioni emotive maggiormente in grado di durare nel tempo.

Di nuovo, se conosciamo la loro normalità e se grazie a questa conoscenza siamo riusciti a creare un ponte, saranno loro stessi a darci le indicazioni giuste, offrendoci, spesso spontaneamente, i racconti dei loro dubbi e percorsi, che noi potremo restituire arricchiti dal nostro sapere.

Svelare meccanismi

A dodici anni ti accolgono con curiosità.

A sedici ti aspettano al varco. Diffidano.

Credono di sapere. Hanno i loro pensieri che cercano di diventare certezze, che talvolta sono già certezze. Alle immagini consumate nell’infanzia si sono aggiunti i racconti dei coetanei, i sentito dire e i bollini rossi nello schermo tivù, quelli dei film con i cattivi veramente cattivi, degli horror e delle storie d’amore appassionate. Che esista una cosa chiamata “droga” lo sanno tutti, lo sanno già da un pezzo, in più adesso ne parlano liberamente e talvolta, nel parlarne, ti provocano.

Perché lo stato guadagna su alcol e tabacco, se sono droghe?

Perché alcol e tabacco non sono fuorilegge?

Ti annusano e ti squadrano.

Dobbiamo essere pronti a queste domande, essere tecnici, chiari ed esaurienti nelle risposte, evitando di cadere nella provocazione, allargando il campo degli argomenti che possono essere affrontati insieme. Se il nostro obiettivo è la prevenzione, dobbiamo utilizzare le nostre conoscenze per cominciare a esplorare quelle zone grigie dove si annidano conflitti e tensioni. Di nuovo, la conoscenza della loro normalità diventa essenziale.

Guardiamoli meglio, guardiamoli da vicino. Tra i dodici e i sedici anni emergono nuovi desideri, agli oggetti di consumo si sovrappongono desideri sociali. In questa fase, più o meno per tutti ma soprattutto per quella fascia che possiamo considerare

maggiormente a rischio, il rapporto con il mondo esterno presenta difficoltà non previste: gli “altri” sono “strani”.

Crescendo non c'è più la certezza che se pigio due sulla tastiera del cellulare *snake* va in su e se spingo otto va in giù; gli esseri umani appaiono difettosi, troppo imprevedibili. Il passaggio dal virtuale al reale, da quello che un tempo si sarebbe definito il “mondo delle favole”, certe volte li lascia sfiniti. Nessuno li ha avvisati che c'è un momento in cui il gratis della vita si esaurisce. Le cose nuove che desideri nessuno te le dà, un'amicizia, un amore, un buon risultato a scuola, il rispetto, la fiducia degli altri, una certa forma di serenità, un risultato sportivo sono tutte cose che ti devi sudare e che nonostante questo, per quanto tu possa sudare, possono andare male. Non solo, queste stesse cose, se pure le ottieni, vanno mantenute, spesso difese.

Gli altri sono “strani” e in tutta questa stranezza, paradossalmente, gli adulti riescono a essere catalogati meglio: vivono su di un altro pianeta, non sanno nulla delle cose importanti della vita e se si fanno sentire è solo per limitare i tuoi spazi, rimproverarti o chiederti di fare cose noiose. In questa fase di slanci e chiusure, certezze e confusioni, messaggi tipo “scegli la vita” a molti di loro sembrano una presa in giro, l'ennesima conferma che gli adulti non hanno capito niente. Per molti, soprattutto per i più fragili, la vita non si sceglie, la vita ti capita addosso tra capo e collo e devi sperare che sia lei a volerti, a non spazzarti via. Alcuni di loro vogliono essere difesi dalla vita, perché la vita, quella vera, non è come se la aspettavano, non è quella che credono gli sia stata promessa.

Naturalmente tutto questo non avviene sempre e per tutti, e le difficoltà del passaggio adolescenziale non sono un frutto dell'ultima stagione, in ogni caso noi possiamo e dobbiamo svelare i meccanismi che sono dietro queste percezioni, spiegare che esistono malesseri condivisi, passaggi e sbandate certe volte inevitabili, non fallimenti individuali da tenere nascosti.

► Nel farlo rinsaldiamo il ponte comunicazionale che abbiamo cominciato a costruire mostrandoci interessati e attenti, in più creiamo uno spaesamento: noi non siamo lì semplicemente per ripetergli - per l'ennesima volta - un messaggio che danno per scontato: non drogarti!, che spesso leggono come “io so meglio di te quello che va bene per te”. Esistono adulti diversi da quelli che possono essere le loro esperienze o aspettative.

Offrire una presenza costante

Riepiloghiamo, proviamo di nuovo a visualizzarlo, questo ragazzo o ragazza adolescente. I canali percettivi sono saturi: ha in testa storie, immagini, slogan, marchi; notizie vere e avvenimenti fiction; spinte ormonali, pettegolezzi e drammi, i testi delle canzoni e tutte le mosse che serve fare sul *joystick* per segnare un gol o sopravvivere nell'universo parallelo di *Final Fantasy*. Il vero e il falso si mischiano, c'è difficoltà nel creare una gerarchia nelle informazioni, tutto confluisce all'interno

di quella che potremmo chiamare una cultura *patchwork*, dove la comunicazione scientifica si frulla con il sentito dire.

Diamo una occhiata alle loro riviste: sport e videogiochi per i ragazzi; moda e sentimenti per le ragazze. Su queste ultime le informazioni si ripetono ciclicamente: il primo bacio, la prima volta, l'igiene intima si ripresentano a scadenze fisse. Non memorizzano, o meglio memorizzano in modo selettivo, a seconda di quelli che sono gli interessi del momento. Se per es. sentono avvicinarsi il momento della loro "prima volta" vogliono saperne di più; non serve averlo letto già dieci volte, vogliono saperlo adesso e chiunque si trovi a rispondere in quel preciso istante viene il più delle volte considerato "autorevole", gli credono. Perché la risposta, qualunque essa sia, colma un vuoto, diminuisce l'ansia e tanto basta.

Simultaneità, tempo reale, poca memoria e richiesta di soddisfazione immediata dell'esigenza informativa: ad alcuni possono sembrare l'espressione di una forma di capriccio, di immaturità, per loro è una necessità. "Memoria piena, cancellare file", scherza Fede, 16 anni, dopo solo quindici minuti di chiacchiere sulle false credenze in materia di AIDS e droghe. Tutto questo può non piacerci ma è quello che c'è e dobbiamo tenerne conto.

► Tenerne conto significa che dobbiamo offrire una presenza costante e essere disposti a ripetere mille volte la stessa informazione, senza spazientirci, evitando che la nostra personale noia ci porti a essere meno chiari, meno esaurienti. Evitando risposte facili del tipo: in realtà non ascoltano, non ne vogliono sapere nulla.

Dobbiamo essere attenti e attraenti. Pronti a cogliere dubbi e perplessità inesprese, capaci di comunicare in modo che quello che diciamo venga percepito come immediatamente importante, per loro, adesso.

Non sottovalutare il potere delle sostanze

Il sentire comune suppone che chi si droga smetta di fare qualsiasi altra cosa: si droga e basta. Tutti quelli che si occupano di dipendenze da sostanze psicoattive sanno o dovrebbero sapere che in questa verità, nel "pacchetto" del "drogarsi", sono compresi degli stili di vita. Questi possono anche essere molto diversi ma per quanto diversi tutti hanno, evidentemente, un potere altissimo di seduzione. Questo potere è centrale per lo sviluppo della eventuale prossima dipendenza. Se nel gruppo sto bene, se mi sento accettato, se faccio cose che mi piacciono e in più nella sostanza non colgo nessun segnale immediatamente riconoscibile di pericolo, perché devo sottrarmi? Come Pinocchio nel *Paese dei Balocchi*, se tutti sembrano divertirsi, perché io no? Così, al piacere indotto dalla sostanza si somma il piacere dell'essere accolti, del fare insieme cose "da grandi". Poi verranno i problemi, solo poi.

Se sostanza e stile di vita si alleano, scatta una Luna di Miele dalla quale ogni forma di comunicazione contraria viene semplicemente scartata. Noi dobbiamo arrivare prima.

Dobbiamo arrivare prima, visualizzare i luoghi e i modi del possibile primo approccio con le sostanze, ricordando che divieti e minacce da soli non bastano, al contrario, spesso in questa fascia di età le leggi sono vissute come irragionevoli interferenze, qualcosa di studiato a tavolino per rendere la vita meno divertente, qualcosa che è legittimo infrangere, e le minacce sono chiacchiere, cose che non sono davvero vere e in ogni caso, senza nessun rischio, che vita è?

Parlando di droga non basta comunicare il cosa e il come, bisogna sempre rispondere a dei perché, anche a quelli inespressi, scegliendo argomenti concreti che parlino di fatti ed esperienze verificabili, coinvolgendoli nella ricerca di soluzioni alternative.

Perché chi si droga pensa di essere più forte della droga? Perché, parlando di possibili pericoli, quasi tutti pensano: a me non accadrà? Come sono fatte le persone che si drogano? Come avviene il primo incontro con una sostanza? Che cosa si può fare per evitarlo?

Perché ci sono ragazze e ragazzi che non riescono a farne a meno? Perché guidare in stato di ebbrezza è oggettivamente pericoloso? Che cosa succede se ci si distrae un secondo a centoquaranta all'ora in automobile? Perché alcol e tabacco non sono proibiti dalla legge? Perché i ragazzi che prendono le pasticche o la coca non si sentono dei drogati? Che cosa significa veramente "essere dipendenti"? Le domande che possiamo fare e farci sono infinite. Tutto questo si può fare in una classe, di persona, dialogando, scrivendo: ogni forma di comunicazione è valida.

Nel farlo dobbiamo essere concreti e oggettivi, dobbiamo cercare insieme alternative.

Torniamo all'inizio di questo scritto, se ci limitiamo a proporre "una vita sana contro una vita divertente, una vita assennata contro una vita pazza", abbiamo sostanzialmente perso un'occasione. Dobbiamo cercare insieme alternative attraenti: una vita sociale gratificante, pazza, divertente e sana. Non è semplice ma si può fare.

► I personaggi che si sfidano a *beyblade* nei cartoni animati devono metterci impegno e chi usa i trucchi finisce fuori gioco; *Eminem* ce l'ha fatta nonostante tutto e tutti, non è stato semplice, ha dovuto affrontare disfatte e frustrazioni ma ce l'ha fatta; Matteo e i suoi coetanei giocano a *Snake* al livello massimo di difficoltà, mostrando una capacità di attenzione e concentrazione assoluta. Questi ragazzi e ragazze hanno risorse ed esempi interni al loro quotidiano e ai loro valori di riferimento generazionale. E' lì che dobbiamo cercare, facendoci aiutare, da loro.

Essere "veri"

Siamo arrivati alla fine. Ritorniamo ai nostri ragazzi, saturi di informazioni spesso confuse e fuorvianti. La maggior parte di loro sta cercando e in qualche modo trovando degli aggiustamenti che non prevedono forme di dipendenza, di qualsiasi dipendenza. Tutti stanno attraversando un momento delicato, ognuno di loro, potenzialmente, vive su di una linea di confine. A quattordici, sedici anni, le sostanze sono lì, letteralmente a portata di mano.

Dobbiamo dire quello che sappiamo su queste sostanze, comprenderne il fascino per svelarne le trappole.

Dobbiamo essere chiari e onesti, senza demonizzazioni artificiali che non reggerebbero alla prova della loro esperienza concreta. Sono giovani, non sono stupidi, deve essere chiaro che certe sostanze fanno male perché è un fatto oggettivo, non perché ci stanno antipatiche. Dobbiamo essere esaurienti e oggettivi: ci sono droghe che se capiti in una giornata sfortunata ti ammazzano alla prima botta. Non succede sempre, non succede a tutti, succede.

► Certe pillole non vanno addolcite. Se le nostre parole, precedenti a queste informazioni, hanno potuto essere confrontate e confermate dalla loro esperienza, da quello che vivono o vedono intorno, quello che diremo a proposito delle sostanze acquisterà un peso e uno spessore del tutto particolare: le nostre parole sono vere, si riferiscono alla realtà.

Se siamo riusciti a essere veri e autorevoli ci crederanno quando diremo che certe scelte sono scorciatoie che diventano sempre vicoli ciechi. Ognuno troverà le proprie parole, il proprio modo personale per dirlo, per essere “vero” nel senso di affidabile e “vero” nel senso di aderente a se stesso, senza camuffamenti o piacionerie che verrebbero immediatamente svelati.

► Dobbiamo essere adulti diversi dalle loro aspettative e pregiudizi, adulti che sanno ascoltare e si sforzano di capire, che sanno cose che loro forse ignorano, cose utili, anche per loro, adesso. Se poi tutto questo lo faremo perché in qualche modo gli vogliamo autenticamente bene, tutto risulterà più semplice. Ma questo non si può insegnare.

Riassumendo

Nella costruzione di un ponte comunicativo con i più giovani bisognerà essere:

- **chiari**, tenendo conto del livello culturale e delle capacità di comprensione di ciascuno;
- **esaurienti**, evitando di lasciare aperti dubbi e curiosità che spingano a trovare risposte in altre direzioni;
- **umili**, anche noi possiamo sbagliare, anche noi possiamo dimenticare le cose e non è detto che sappiamo proprio tutto;
- **oggettivi**, per non essere smentiti dalle loro esperienze o dalle esperienze dei loro amici;
- **concreti**, in modo che quello che diciamo sia verificabile;
- **disponibili**, disponibili al dialogo, a esaminare altre idee e punti di vista;
- **attenti**, capaci di cogliere i dubbi e le tensioni inesprese, pronti a usare le loro stesse parole per restituirle arricchite dal nostro sapere;
- **rispettosi**, senza mai cadere negli stereotipi che riguardano il mondo giovanile, noi non siamo quel tipo di adulti;
- **attraenti**, in modo che i più giovani sentano le comunicazioni come interne al loro modo di essere e di vivere, qualcosa che li riguarda personalmente e nel presente;
- **veri**, senza mascherarsi da super esperto abile nei paroloni scientifici e senza camuffarsi da clone giovanilista, con il rischio di perdere in autorevolezza e credibilità;
- **autentici**, perché tutto quello che diremo, per essere efficace, andrà detto perché ci crediamo, non perché ci è stato detto di dirlo.