



IX CONGRESSO NAZIONALE FEDERSERD  
Virtual Edition

FeDerSerD

GENERAZIONE Z. NUOVE STRATEGIE E NUOVE TECNOLOGIE PER I SER.D

SESSIONI CONGRESSUALI ECM

18 | 19 | 20 novembre 2020

live streaming

LA **CLINICA** DELLE **DIPENDENZE**  
*Priorità e sostenibilità per un sistema che cambia*



IX CONGRESSO NAZIONALE FEDERSERD

Virtual Edition

FeDerSerD

LA **CLINICA** DELLE **DIPENDENZE**  
*Priorità e sostenibilità per un sistema che cambia*

# GENERAZIONE Z. NUOVE STRATEGIE E NUOVE TECNOLOGIE PER I SER.D

## Dr. Vincenzo Lamartora

Ufficio di Presidenza della FeDerSerD

Direttore del Dipartimento Dipendenze Patologiche, ASL Napoli2Nord

Full Member of the International Psychoanalytical Association

Docente di Neuropsicoanalisi delle Dipendenze, Facoltà di Psicologia, Università di Torino

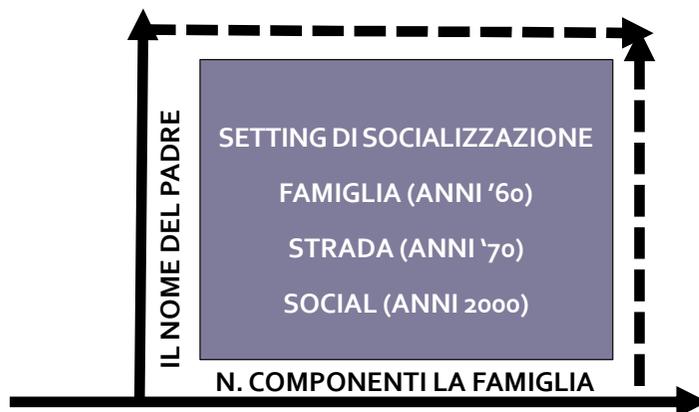
## GENERAZIONE Z. NUOVE STRATEGIE E NUOVE TECNOLOGIE PER I SER.D

### INTRODUZIONE

- Una riflessione sui bambini e gli adolescenti “abusers”, oggi, non è più soltanto una discettazione clinica; è invece una questione sociale e antropologica, poiché l’assunzione e l’abuso di oggetti concreti o virtuali fin dall’infanzia è un fatto dilagante e incontestabile, che investe le Società occidentali e sta avviando dei cambiamenti antropologici.
- Alcune evidenze:
- **LANCET**, febbraio 2020: su 2 miliardi di giovani, di età compresa tra 11 e 21 anni, i comportamenti più frequenti sono l’abuso di cibo, alcool, violenza verbale e fisica.
- **EMCDDA**. In Europa, nell’ultimo anno, la prevalenza del consumo di droghe nella fascia anagrafica 15 – 24 anni è stata del 18%. Un giovane su cinque, in Europa, fa uso di almeno una sostanza additiva. L’Italia è al primo posto in Europa.
- **LA COMMISSIONE PARLAMENTARE PER L’INFANZIA E L’ADOLESCENZA**: tra gli adolescenti è in costante aumento l’uso di droghe, ma i Servizi Pubblici e le Comunità Terapeutiche non riescono a intercettare questo fenomeno sempre più sommerso.
- **LA NOMOFOBIA**, Il termine significa letteralmente “no-mobile-phobia”. L’ente britannico YouGov ha stimato che il 53% dei possessori di smartphone vive un vero stato di ansia quando perde il proprio cellulare, esaurisce la batteria o il credito residuo”.

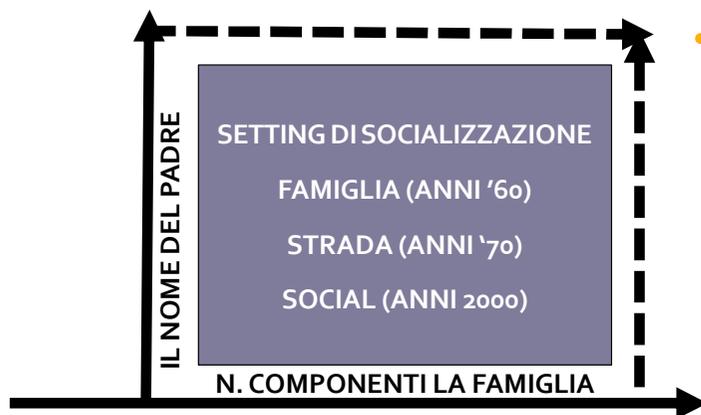
### IDENTITY IN THE SIXTIES

- Per gli anni '60, la **SELF-COSTRUCTION**, l'**IDENTITÀ** può essere compresa attraverso un diagramma in cui sulle ordinate troviamo il numero di componenti una famiglia, sulle ascisse il ruolo normativo del Padre. Il "**NOME DEL PADRE**" (J. Lacan, M. Recalcati) **RAPPRESENTA LA FUNZIONE NORMATIVA DEL PADRE, DELLA FAMIGLIA IN GENERALE, ED ESTENSIVAMENTE LA FUNZIONE NORMATIVA DELLA SCUOLA, DELLA CHIESA, DELLO STATO.**



- Negli anni '60, questa funzione era fortissima. Il padre, e i suoi "doppi" sociali, legavano le pulsioni di un adolescente a una serie di rappresentazioni simboliche – condotte, obiettivi sociali – che ne impedivano l'abreazione diretta e favorivano l'introiezione di regole sociali e condotte produttive.

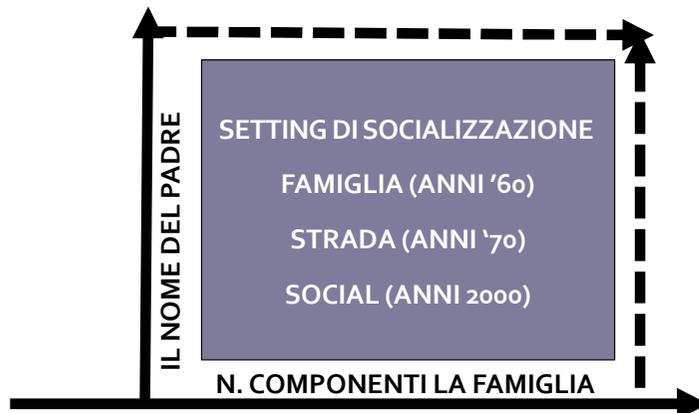
### IDENTITY IN THE SIXTIES



- Stante così le cose, **L'IDENTITÀ ACQUISITA DAL GIOVANE ADULTO ERA PIÙ SIMILE A UN VESTITO EREDITATO DAL PADRE E DALLA FAMIGLIA** – con cui ci si identificava e di cui si assumevano i valori e gli obiettivi sociali -; un abito che si era pronti a indossare sulla soglia dei '18; un'uniforme di sé e della famiglia.

### IDENTITY IN THE SIXTIES

- Sull'asse delle ordinate va messa la composizione della **FAMIGLIA CHE, NEGLI ANNI '60, ERA COMPOSTA DA TRE GENERAZIONI CHE COABITAVANO: NONNI, GENITORI E DA ALMENO 4-6 FIGLI**. Ciò significa una scena pedagogica affollata, nella quale ogni ragazzo è costretto a confrontarsi con due altre generazioni di padri e nonni: lo scambio quotidiano con i nonni e i genitori confronta i figli con la *memoria*, con la trasmissione di una *coiné*, con una coorte di saperi ed esperienze che fanno della storia familiare una storia collettiva e trasmettono le tradizioni comunitarie: vd: indiani e ebrei



Ma oltreché confrontarsi con altre due generazioni, **OGNI RAGAZZO ERA COSTRETTO A CIMENTARSI CON ALMENO ALTRI 4-6 FRATELLI. TALE COMPETIZIONE LO ADDESTRAVA ALLA DIFFERENZA**: occorre imparare a convivere, a prendere il buono di ciascuno dei fratelli.

### IDENTITY IN THE NEW MILLENNIUM

- Negli ultimi 40 anni del '900, diversi fenomeni sociali cambiano il diagramma identitario. Innanzitutto, **LO SPOSTAMENTO DI MILIONI DI PERSONE DALLE CAMPAGNE ALLE AREE URBANE** scompagina la famiglia agricola, che è costretta a contaminarsi con le influenze valoriali del nuovo habitat urbano: l'insegnamento e i prodotti familiari vengono soppiantati da quelli nazionali e internazionali.
- Secondo, la **DIFFUSIONE DELL'ALFABETIZZAZIONE SCOLASTICA E DELLA TELEVISIONE** rendono uniforme la *coiné* nazionale, che scalza il dialetto, ovvero la lingua della famiglia
- A questo va aggiunta la **RIVOLUZIONE GIOVANILE, SESSUALE E FEMMINILE** degli anni '70: Il messaggio è tipico del contropotere: è possibile crescere vivere, godere ed essere autonomi anche al di fuori del padre, contro l'establishment. Non è più il Padre a imporre un destino di vita ai figli e alla moglie. Giovani e donne, si autodeterminano, scelgono i propri modelli identificatori al di fuori della famiglia o della comunità locale
- L'aumento dell'occupazione femminile e il traguardo della realizzazione individuale, che sostituisce quella voluta dalla famiglia di appartenenza, fanno sì che la capacità riproduttiva del padre e dalla madre diminuisca. **LA FAMIGLIA ITALIANA CONTA OGGI 1,1 FIGLI PER COPPIA**, e in casa ormai ci sono non più tre generazioni a confronto ma tre individui che non si confrontano: padre, madre e figlio (ricerca FederSerD, Mission, 2017).

### LA NASCITA DEL GRUPPO DEI PARI

- In una famiglia impoverita demograficamente, e caratterizzata da spinte autoreferenziali e centrifughe, **IL FIGLIO NON TROVA PIÙ ALCUNA POSSIBILITÀ DI CONFRONTO, DI SCAMBIO, DI CRESCITA CON I FRATELLI. QUESTA POSSIBILITÀ LA TROVA CON I "PARI"**, reperiti fuori dell'ambito familiare, nel "gruppo".
- A differenza della famiglia tradizionale che addestrava alla competizione e all'integrazione della differenza, **IL GRUPPO DEI PARI ADDESTRA ALLA IDENTITÀ'**: nel gruppo dei pari ci si veste allo stesso modo, si cerca e si trova consonanza emotiva, ci si ritrova identici nell'appartenenza politica o apolitica, nella musica scaricata da internet, nello stile comunicativo, nello slang.
- È un gruppo che elegge e predilige gli identici, che espelle o bullizza i differenti, e acquisisce complessità per via esperienziale, ovvero facendo le stesse esperienze gruppali di studio, di ricerca, di abuso, di promiscuità

### LA NASCITA DEI SOCIAL

- Alla fine degli anni '70, ai tanti elettrodomestici già in uso – dalla radio alla televisione alla calcolatrice da tavola, si affiancano i **PERSONAL COMPUTER. E INTERNET.**
- La nascita e lo sviluppo della IBM coincide con una trasformazione del lavoro e delle relazioni interpersonali, per cui ogni scrivania - per lo meno pubblica – avrà (già alla fine degli anni '80) un computer.
- Nel 1991, **TIM BERNERS LEE** elaborò il primo sito web della storia, il primo browser del mondo. Nel 1998, centinaia di milioni di computer al mondo erano già connessi tra loro attraverso connessioni ISDN e DSL.
- All'inizio degli anni 2000, i primi grandi fornitori di servizi digitali (**GOOGLE, YOUTUBE, FACEBOOK, TWITTER,**) rendono immediato il ricorso alla connessione a distanza, e contribuiscono a sostituire la relazione di prossimità con oggetti concreti con la relazione virtuale con oggetti digitali.
- Il gruppo di riferimento dei pari viene sempre più affiancato e soppiantato da quello dei **SOCIAL.**

### LA NASCITA DEI SOCIAL

- I SOCIAL rappresentano un cambiamento nel modo in cui la gente legge, apprende e condivide informazioni e contenuti. Con i social cambia il modello di comunicazione tipico dei media tradizionali (radio, stampa, televisione): il messaggio non è più del tipo "da uno a molti" ma di tipo "peer". Questo cambio di modello porta a una democratizzazione dell'informazione, trasformando le persone da fruitrici di contenuti, a editori esse stesse.
- I social media infatti sono strumenti relativamente a basso costo che permettono a chiunque (anche soggetti privati) di pubblicare ed avere accesso alle informazioni, mentre i media tradizionali richiedono cospicui investimenti finanziari per pubblicare informazioni.
- **I SOCIAL MEDIA SONO DIVENTATI POPOLARI PERCHÉ PERMETTONO ALLE PERSONE DI UTILIZZARE IL WEB PER STABILIRE RELAZIONI DI TIPO PERSONALE O LAVORATIVO.**

### GENERAZIONE Z

- Nel 2012 USA Today ha sponsorizzato un contest online per i lettori per scegliere il nome della generazione successiva ai Millennials. Vinse il nome **Generazione Z**.
- I nati appartenenti a questa generazioni vanno dal 2000 ai giorni nostri. **QUESTA GENERAZIONE È LA PRIMA A POTER USUFRUIRE DI INTERNET SIN DALLA NASCITA**
- Con la rivoluzione del web, la Generazione Z è esposta a una quantità di tecnologia' impensabile per i predecessori: quasi i tre quarti dei teenager possiede uno smartphone o ha accesso a internet
- L'uso dei social è diventato parte integrante delle vite dei giovani: ne consegue un vasto utilizzo dello smartphone in termine di ore. **QUESTA GENERAZIONE UTILIZZA I SOCIAL PER RAFFORZARE IL RAPPORTO CON GLI AMICI E PER COSTRUIRNE DI NUOVI.**
- Questa continua screen experience, questa continua connessione ha molteplici spiegazioni: l'offerta di devices a basso costo, l'uso condiviso della rete, l'attrattività dei messaggi subliminali e consumistici sui social, la possibilità di scaricare la propria aggressività in modo virtuale e reversibile; la possibilità di socializzare le perdite e i lutti; la possibilità di superare la morte – il game over – con la ripresa del gioco

### GENERAZIONE Z

- A mio avviso però, l'elemento che rende così simbiotico il legame tra un bambino Z e i social cui ha accesso è la possibilità di sfuggire alla dimensione VERTICALE che caratterizzava la famiglia tradizionale
- La verticalità, la castrazione, è stata l'ossatura simbolica del potere. Soppiantata e sbiadita questa verticalità, la dimensione della ORIZZONTALITÀ si è imposta. **LA RELAZIONE TRA PARI PERMESSA DAI SOCIAL, È UNA RELAZIONE ORIZZONTALE IN CUI IL RAGAZZO NON È PIÙ SOGGIOGATO DAL PADRE**
- La dimensione orizzontale dei social, permette di sfuggire al controllo dell'altro, di guardarsi da pari a pari, dunque di svincolarsi dal controllo, dalla castrazione, dalla vergogna.
- **IL BAMBINO CHE INTERAGISCE SUI SOCIAL NON È L'ANTI-EDIPO DEGLI ANNI '70, È L'OUT-EDIPO.**

### GENERAZIONE Z

- **L'IDENTITÀ DEI RAGAZZI SI COSTRUISCE FACENDO ESPERIENZE DI INTERAZIONE** non tanto con i familiari o con i pari di prossimità, quanto **CON I PARI CONNESSI SUI SOCIAL**. E queste interazioni sono così native e continuative che i bambini e gli adolescenti fanno migliaia di esperienze, apprendono migliaia di rappresentazioni di Sé e del mondo.
- Attraverso la social approval o disapproval – i “like” – essi imparano ad adattarsi a un universo molteplice, cioè a un “multiverso” (G. Marramao, *Passaggio a Occidente*, Bollati, 2003)
- L'identità della GENERAZIONE ZETA è stata definita come: 1) molteplice; 2) fluida; 3) reversibile; è costituita da molteplici OUTFIT che permettono al bambino o all'adolescente di postare su Tik Tok un video allusivamente sessuale e contemporaneamente un concerto di Bach!

### GENERAZIONE Z

- Questi bambini e questi adolescenti – com'è ormai chiaro – non sono più figli di una padre e di una madre (che dal canto loro non sono più genitori soltanto di un figlio), ma di una community più allargata, che travalica la famiglia, la scuola, il quartiere, e coincide con la rete dei social.
- Questi bambini e questi adolescenti non li ritrovi più sulla verticale del potere o della conoscenza o della produttività, ma sulla orizzontale egalitaria dei social, dove UNO VALE UNO, e dove una democrazia fatta da miliardi di atomi-uomini produce ogni giorno il solo *multiverso* che vale la pena conoscere.
- Svincolati dalla verticale del potere, della conoscenza, della generatività e del controllo, questi giovani Z non possono più essere interessati ai Servizi di trattamento per le dipendenze. Poiché tutto di questi Servizi è per loro vecchio, inutilizzabile, estraneo.

### GENERAZIONE Z

- **QUESTI GIOVANI Z**, questi nativi digitali **VEDONO LE NOSTRE STRUTTURE COME DISTANTI** per molteplici motivi:
- Essi non apprendono più nella relazione con un "soggetto presunto sapere" (J. Lacan, *Seminari alla Sorbona*) – quali sono i nostri Operatori
- **NON HANNO UNA RAPPRESENTAZIONE DI SÉ COME DIPENDENTI**, sia perché non hanno di sé una sola rappresentazione, sia perché nelle loro esperienze, **GLI ABUSI NON SONO DEVIANZE O PATOLOGIE MA ESPERIENZE COMUNI**, che fanno parte della costruzione dell'identità.
- Le nostre organizzazioni, sono troppo radicate territorialmente, stipate di specialisti (medici, sociologi, psicologi, infermieri, assistenti sociali, educatori), di adulti votati alla cura del paziente.

### I NUOVI SERVIZI. Z. HOUSES

- **Alla Generazione Z devono corrispondere dei Servizi «dedicati» ai giovani, dei «Servizi Z».**
- Per rendere i nostri Servizi pubblici capaci di interessare anche gli adolescenti oggi distanti, in un arco di tempo plausibile – tipo dieci anni, il tempo di un ricambio generazionale di operatori e amministratori - dobbiamo cominciare a pensare alcune trasformazioni strutturali e funzionali dei nostri Servizi, che dovranno essere:
- Architetturalmente: aperti, incentrati nei luoghi tipici dell'aggregazione giovanile, disseminati sul territorio. A volte INFO POINT collocati all'interno dei Centri Commerciali; a volta aree CHILL OUT rispetto a una discoteca o un evento giovanile; strutture inserite in contesti periferici urbani; altre volte camper, tensostrutture passibili di essere mobilizzate, non connotati da insegne sanitarie o sociali.

### I NUOVI SERVIZI. Z. HOUSES

- **Funzionalmente:** frequentati da diverse età e generazioni; sostenuti da processi di lavoro adattabili ai mutamenti ambientali; aree "intermedie" (D. Winnicott, *Gioco e Realtà*, Armando Ed.) tra abreazione del craving e simbolizzazione; luoghi che favoriscano la transizione degli adolescenti attraverso le relazioni "deboli" con "compagni adulti" (ARPAD), con *pāri* adulti. Luoghi che puntino sulla psicoeducazione. Come area intermedia..
- L'esperienza, nella relazione, è possibile quando non si sia vincolati per sempre all'altro, all'Operatore, al Servizio; quando non si sia costretti a firmare un contratto terapeutico; quando si capiti in un luogo e in una relazione in cui si possa avere la possibilità di prendere/assumere/comprendere qualcosa, senza doverla pagare o scambiare con un vincolo di appartenenza o di legame.
- **LA MISSION DEI NOSTRI FUTURI SERVIZI PER I GIOVANI DEV'ESSERE L'INTEGRAZIONE, NON LA CURA O LA PRESA IN CARICO. LA MISSION POSSIBILE CON I GIOVANI Z. È L'INTEGRAZIONE DEI LORO ASPETTI COMPULSIVI CON QUELLI PRODUTTIVI E ADATTATIVI.**
- La cura, il cambiamento, la scomparsa dell'abuso, verranno da sé, se saremo stati capaci di far crescere nei giovani le loro altre dimensioni affettive, produttive, creative.  
**Occorre puntare all'integrazione per ottenere la cura.**

### I NUOVI SERVIZI. Z. HOUSES

- La formazione degli Operatori: **OCCORRONO OPERATORI CHE ABBIAMO MENO COMPETENZE SPECIALISTICHE E PIÙ TRAINING PERSONALE**. Cioè più lavoro su se stessi. Oltre al sapere tecnico e specialistico – sacrosanto e indispensabile -, il lavoro analitico o euristico su di sé è altrettanto essenziale per diventare Operatori Z, visto che i bambini, gli adolescenti, i giovani Z non apprendono più per via simbolica ma per via euristica.
- Per questo, occorrerà che gli **OPERATORI** dei servizi per i giovani vengano **SOSTENUTI DA GRUPPI BALINT**, in cui possano elaborare in un setting gruppale i resti delle relazioni di accompagnamento con i giovani: vedi Gr. Balint per pz oncologici o dementi...
- Inoltre, è necessario che questi compagni adulti facciano esperienza di come si piloti una regressione temporanea, quella nei panni del giovane, e quindi si provino a mettere in scena – periodicamente – queste esperienze di condivisione, in setting simili a quelli del «Living Theater» (J. Beck e J. Malina)

### NUOVE STRATEGIE PER LA GENERAZIONE Z

- Con soggetti complessi, dai molteplici outfit – quali sono i nostri giovani – la strategia dei Servizi dev'essere quella di **INTERESSARE** i giovani, **NON QUELLA DI AGGANCIARLI E TRATTENERLI**.
- Interessare significa sottoporre all'attenzione del preconcio un oggetto, laddove agganciare significa porre qualcosa nel campo della coscienza. Ma gli adolescenti sono allergici alle imposizioni, e sospettosi degli oggetti che focalizzano la loro attenzione.
- Proprio perché luogo o area transizionale, I servizi per i giovani, le Z. Houses, non devono trattenere, ma lasciar andare; devono puntare al fatto che i giovani Z siano interessati alle relazioni interpersonali esterne all'ambiente del Servizio, il quale invece deve rimanere un'area di crescita e transizione.
- Proprio perché aree transizionali, i nostri servizi per i giovani utilizzano molto **i gruppi psicoeducazionali.....**
- Tra le strategie delle future Z. House vi dovrà essere quella di favorire la social-izzazione delle perdite affettive degli adolescenti, cioè alla condivisione sui social delle perdite.
- Occorre trasferire la sofferenza sui social, poiché quella dei social è la scena originaria della generazione Z; social-izzare lo scarto delle rotture, poiché altrimenti si attiva l'altro outfit dei giovani, quello dell'abuso

### NUOVE TECNOLOGIE PER LA GENERAZIONE Z

- **IL SERD WEB.** Il SerD WEB è una serie di servizi digitali web-based, fortemente orientati al social networking, atti a creare un ecosistema capace di fidelizzare ai SerD utenti non direttamente coinvolti nelle tematiche della dipendenza, in un modo nuovo e coinvolgente, per operare non solo al servizio dei dipendenti ma anche sulla prevenzione stessa delle dipendenze
- **YOUNGLE** è la prima piattaforma pubblica di ascolto e counselling sui social media, rivolta e gestita da adolescenti con il supporto di psicologi, educatori ed esperti di comunicazione. È online due giorni la settimana con due chat dedicate dalle 21 alle 23. Ogni piattaforma Youngle ha uno o più social gestiti da una redazione composta da dieci peer, affiancati da due psicologi.
- Ogni attività di ascolto e aiuto online deve essere supervisionata e assistita da uno psicoterapeuta nel corso del suo svolgimento. Obiettivo: non intervenire nella chat, ma assistere e condividere eventuali difficoltà incontrate dal peer nello svolgimento della chat
- Il Servizio si caratterizza per la capacità di raggiungere un target (adolescenti in difficoltà) che non afferrisce ai servizi del territorio, offrendo contemporaneamente alla relazione di aiuto anche la possibilità di accompagnarlo ai Servizi del territorio.

### NUOVE TECNOLOGIE PER LA GENERAZIONE Z

- **RADIO WEB.** La radio web è uno degli strumenti del SerD Web, ovvero uno degli “organizzatori psichici” – come li chiamerebbe lo psicoanalista brasiliano A. Ferrari -; il tramite per l’organizzazione e l’espressione del lavoro che il gruppo fa sul giovane. Scrivere un palinsesto o fare lo speaker è affacciarsi all’altro. Segno di una riuscita capacità di incontro, di legame con l’altro.
- La radio web è uno degli strumenti del SerD Web. È gestita da «compagni adulti» della Z. House, cioè da giovani peer selezionati durante le attività di prevenzione nelle scuole. Questi giovani leader, dotati di adeguati strumenti comunicativi, gestiscono il palinsesto della radio e ne fanno da speaker. Sono giovani che parlano ad altri giovani.
- **IL CAMPER** del nostro Dipartimento non è soltanto uno strumento classico da riduzione del danno; è soprattutto uno degli strumenti migliori per accompagnare le esperienze di abuso dei giovani con una riflessione sulla sostanze e sul proprio comportamento additivo...

### NUOVE TECNOLOGIE PER LA GENERAZIONE Z

- **LA Z. HOUSE È UNA CONSERVATORY**, in legno e vetro. Una vera e propria casa dei giovani, immersa in un'area verde di Pozzuoli – dov'è il nostro Dipartimento. Nella conservatory sono ubicati la radio web, la sala prove musicali e un ambiente per gli incontri tra i giovani. L'accesso è quotidiano e libero. Non richiede prescrizioni. I giovani non hanno vincoli di programma o di orario.
- Nella nostra Z. House, **L'EDITING DI LIBRI E MUSICA** è considerato una delle tecniche di interessamento migliori per i giovani. I dati di consumo (vendite di libri e musica, download) dicono di un mercato in crescita, segno di un mezzo espressivo – la musica soprattutto – che continua a parlare a migliaia di giovani e a far parlare i giovani. Mettere a disposizione dei giovani una sala prove e un supporto per la pubblicazione di libri è un'arma efficace.

### NUOVE TECNOLOGIE PER LA GENERAZIONE Z

- **GAMIFICATION.** La strategia della “gamification” utilizza elementi mutuati dai giochi e dalle tecniche di game design per rendere sopportabili quelle esperienze che normalmente non gratificano a sufficienza una persona. La gamification dunque è una procedura tecnica assimilata a un gioco digitale che genera nei ragazzi utilizzatori un meccanismo di apprendimento e auto miglioramento.
- All'interno di quest'area commerciale, uno di questi prodotti è l'applicazione “Mission-Decision”. Si tratta di una “App” basata sul software edu-game “**MISSION DECISION**”.
- Attraverso un gioco narrativo, si coinvolge l'utente in un percorso decisionale che diventerà per lui un'esperienza ludica e formativa capace di attivare un meccanismo di insight e miglioramento. La possibilità di aggiungere nuove storie e il confronto anche con il risultato degli altri giocatori fa di Mission Decision un valido supporto agli obiettivi del SerD Web.

### CONCLUSIONI<sub>1</sub>

- Abbiamo cercato di comprendere come i giovani Z siano nativi digitali, messi al mondo in un tempo in cui la tecnologia è a loro disposizione per ottenere le relazioni oggettuali e le conoscenze di cui hanno bisogno.
- Questi giovani non riconoscono più potere normativo al pater familias né alla famiglia d'origine.
- Questi giovani ritrovano nel gruppo dei pari il contenitore nel quale riconoscersi identico ad altri ragazzi. Oggi questo gruppo di pari è traslato sui social.
- Nativi digitali come sono, questi ragazzi non riconoscono nei Servizi per le dipendenze attuali alcun interesse. I Servizi sono il contrario di ciò che li caratterizza: sono fissi, immobili, rigidi, stigmatizzanti, fondati su un paradigma medico, quello della cura/guarigione.
- Ma questi ragazzi non si sentono né malati né bisognosi di un adulto che gli spieghi come curarsi. Accettano invece un «**compagno adulto**» che li accompagni nelle loro esperienze e li aiuti a svolgere quel lavoro interiore di integrazione degli aspetti compulsivi di sé con quelli adattativi e produttivi.

### CONCLUSIONI<sub>2</sub>

- Perché questo processo di integrazione riesca, occorre che i compagni adulti/operatori abbiano 2 requisiti: si appassionino ad un progetto di vita per quel giovane, e impegnino il proprio tempo a condividere la fatica – gli «esercizi» – per realizzarlo.
- Questo percorso di integrazione passa anche per un rinnovamento strutturale e funzionale dei nostri Servizi. Occorre immaginare delle case dei giovani che noi abbiamo chiamato **Z. HOUSE, IN OMAGGIO ALLA GENERAZIONE Z**. Occorre ripensare l'ubicazione di tali luoghi e i processi di lavoro.
- Occorre che i futuri Servizi siano anche luoghi digitali, che lavorino anche con i social, e che sappiano utilizzare anche strategie e tecnologie della comunicazione nuove ed efficaci: Serd WeB, Editing di musica e libri, Youngle, Web Radio, Gamification, gruppi psicoeducazionali, Edu-game, Camper.
- Occorre cambiare paradigma, puntando a interessare, **accompagnare e integrare la complessità di un adolescente che sta crescendo**.

### CONCLUSIONI<sub>3</sub>

- **Proviamo a concludere.**
- Se guardassimo il mondo dall'altezza di un bambino, forse vorremmo essere presi in braccio, per guardare il mondo da pari a pari, per guardarci negli occhi e andare lontano.

Da quell'altezza, quella degli adulti, ci prende il coraggio di sfidare la vita, di costruire il nostro futuro, di impegnarci.

- Ma questo, se presi in braccio, se accompagnati. Se possiamo giocare a fare i grandi, prima di diventarlo.

**GRAZIE PER L'ATTENZIONE**



# Dr. Vincenzo Lamartora

Ufficio di Presidenza della FeDerSerD

Direttore del Dipartimento Dipendenze Patologiche ASL Napoli2Nord

Full Member International Psychoanalytical Association

Docente di Neuropsicoanalisi delle Dipendenze,  
Facoltà di Psicologia, Università di Torino