

# GIURI | METRICA

RIVISTA DI DIRITTO, BANCA E FINANZA

ANNO 6  
NUMERO 2  
LUGLIO/DICEMBRE  
2022

ISSN 2785-2547

## Strumenti per una *digital financial education*

**SOMMARIO:** 1. Introduzione: l'approccio visuale della Generazione Zeta – 2. Le principali applicazioni informatiche per la *digital financial education* – 3. Come bucare lo schermo (digitale) – 4 Conclusioni: parlare ad una generazione ricca di energia.

### 1. *Introduzione: l'approccio visuale della Generazione Zeta.*

Quando parliamo di apprendimento, soprattutto di apprendimento e formazione per le nuove generazioni, sicuramente dobbiamo andare a ragionare su quelle che sono le loro dinamiche, dovute anche all'uso di strumenti, device, computer, smartphone, tablet e così via. Quindi questo inevitabilmente porta a pensare a quali siano gli strumenti per loro più utili.

Io sono un formatore con esperienza ventennale di aula che nel corso degli ultimi due anni ha sviluppato tantissimo un tipo di formazione, quella online, che conoscevo meno e che, fin dal primo *lockdown* in poi, ho portato avanti e sviluppato in maniera considerevole.

Per questo, proprio grazie all'esperienza di questi ultimi due anni, ho approfondito tanti strumenti diversi. Ora, a proposito di formazione sugli strumenti finanziari, dico che questa può tranquillamente passare attraverso una serie di strumenti che sono anche in linea con le esigenze di fruizione, prima ancora che di apprendimento, di contenuti che sono sicuramente diverse (rispetto alle generazioni più "datate") da parte della Generazione Z. Non mi soffermo in particolare sulle piattaforme di videoconferenza, sia perché sono oramai davvero tante, sia perché svolgono, più o meno, tutti le stesse funzioni (almeno per quanto riguarda webinar o attività online).

Ora, partendo anche dalla mia prospettiva di padre di due ragazzi di 12 e 17 anni, la mia percezione è che questa generazione apprende e si forma secondo una dimensione più visuale. Che significa? Che l'apprendimento, per loro (anche se direi in generale) funziona meglio quando è associato a strumenti di carattere visuale: in pratica le immagini, i video e tutto ciò che graficamente ha impatto, interessa maggiormente i giovani. Tuttavia, come dicevo, questo discorso vale più in generale. Infatti, come ha evidenziato il neuroscienziato, John Medina, ormai diversi anni fa, i contenuti di carattere visuale vengono elaborati dal nostro

---

\*Presidente del Consiglio Direttivo Regionale del Lazio dell'Associazione Italiana Formatori.

cervello molto più velocemente, circa 60 mila volte più velocemente per essere precisi, rispetto a quelli testuali. Pertanto, i contenuti di carattere visivo sono più accattivanti, arrivano meglio e, soprattutto, sono memorizzati con maggiore facilità.

E, a proposito di immagini, video, ecc., sui temi dell'educazione finanziaria e della gestione degli strumenti finanziari, ci sono tantissimi film. Che possono tornarci utili. A es. il famoso **Wall Street** (film del 1987 di Oliver Stone, con Michael Douglas, Charlie Sheen e altri grandi attori), certamente ormai piuttosto datato, ma che parlava delle varie relazioni, le varie dimensioni dell'educazione finanziaria e in generale sulla spregiudicatezza nell'utilizzo degli strumenti finanziari. Oppure l'altrettanto famoso e pluricelebrato *The Wolf of Wall Street* (film del 2013 con regia di Martin Scorsese, con una straordinaria prova di Leonardo Di Caprio). I film sono molto importanti per facilitare la riflessione e l'elaborazione su alcuni concetti presentati e gli spezzoni di video possono essere davvero utili perché arricchiscono, forniscono esempi particolari e danno quel qualcosa in più che possono risultare utili nelle nostre attività.

## **2. Le principali applicazioni informatiche per la digital financial education.**

I video, tuttavia, sono solo uno tra gli strumenti, perché di solito, nelle mie attività, uso normalmente per la gestione dei gruppi in formazione uso anche altri strumenti, come a es. Mentimeter e Mural.

Iniziamo da Mentimeter che è uno strumento di raccolta feedback, fare sondaggi, quiz ed è veramente molto facile da usare sia in aula che a distanza. Ha anche una facilità di uso e velocità di utilizzo veramente alta che si presta davvero tanto per raccogliere *feedback* magari durante una lezione, un incontro, in generale durante una sessione lavorativa.

Altro strumento che uso tanto è Mural, che tuttavia nasce come strumento diverso. Infatti, è uno strumento di lavoro da remoto per facilitare in maniera più efficace le attività di gruppi che lavorano a distanza. Strumento che può essere tranquillamente riconvertito per utilizzarlo nell'ambito delle attività di formazione.

Strumenti molto simili sono Kahoot, che assomiglia molto a Mentimeter. Oppure al posto di Mural possiamo usare Miro o anche la Google Jamboard, che magari non avrà le caratteristiche, le funzionalità, la potenza di Mural, ma che ha una facilità d'uso indubbiamente notevole.

## **3. Come bucare lo schermo (digitale).**

Dopo aver focalizzato l'attenzione sugli strumenti, un ultimo punto tuttavia lo vorrei dedicare agli aspetti legati al linguaggio che dobbiamo usare: attenzione, parlo soprattutto del metalinguaggio, cioè di quale tipo di modalità di linguaggio dobbiamo usare per essere il più efficaci possibile.

Sì, perché se noi pensiamo di cominciare a parlare, soprattutto in una videoconferenza, con una modalità molto piatta, monotonica, con poche variazioni rispetto ai contenuti, certamente non “bucheremo” mai lo schermo. E non a caso uso un linguaggio televisivo perché la formazione online è una formazione che prende in prestito tanti concetti dai video e dalla televisione. Pertanto, in questo senso, “bucare lo schermo” significa lavorare secondo dimensioni che sono:

- Di comunicazione verbale, quindi il contenuto, le parole che dico.
- Ma anche di comunicazione paraverbale, vale a dire il suono della voce, la modalità che uso a livello di impianto vocale per dire quei contenuti e quelle parole. Quindi parliamo di volume, ritmo, musicalità, il silenzio, le pause, ecc. Ossia, i tanti aspetti che, a livello di voce, riguardano la modalità con cui pronuncio le parole.
- Infine, l'ultimo elemento, focalizzato sulla comunicazione non verbale; quindi la postura, la prossemica, la gestualità, le espressioni del viso, il contatto visivo.

Ora, se vogliamo essere efficaci quando parliamo in pubblico (soprattutto quando siamo online), è opportuno ragionare su dimensioni che sono legate alla comunicazione paraverbale e a quella non verbale. Quindi è importante usare una maggiore energia, quindi un volume più alto, un maggiore stress sulle parole che per noi sono significative. E poi, ovviamente c'è la comunicazione non verbale. E, per quanto riguarda i webinar, è certamente vero che stare davanti a un *device* (che sia un computer, uno *smartphone* o un *tablet*), significa perdere efficacia nella comunicazione non verbale. Infatti, quando siamo davanti al monitor si vede solo una parte del relatore e non si vede tutto. Tuttavia, ricordiamoci che “qualcosa” del linguaggio del corpo comunque resta e quel “qualcosa” può essere comunque utile per regalarci maggiore efficacia.

A esempio, l'espressione del viso: questa, se ci pensiamo, si vede molto di più e colpisce maggiormente se stiamo davanti a un computer. Anche la gestualità è molto importante. Quel poco che riusciamo a far vedere quando siamo online può risultare davvero utile. E ricordando quanto dice Vanessa van Edwards, una famosa vocal *coach* che lavora nelle conferenze di ted.com, quando noi usiamo con efficacia la nostra gestualità è come se comunicassimo con il doppio dell'efficacia. Perché usiamo dei gesti che sono funzionali alle cose che vogliamo dire, ai contenuti che vogliamo usare e pertanto ne raddoppia la possibilità di renderlo gradevole e persuasivo per chi ci sta ascoltando.

Ultimo punto, a mio avviso semplice e fondamentale: ricordiamoci che, quando siamo in un webinar, l'unico modo per avere il contatto visivo con le persone che sono dall'altra parte dello schermo è guardando fisso la videocamera. Questo è l'unico modo per avere una parvenza di contatto visivo. On ne esistono

altri. Quindi, siamo online, ricordiamoci che anziché parlare guardando da qualsiasi parte (a destra, a sinistra, in basso, in alto), teniamo lo sguardo fisso sulla videocamera perché, soprattutto quando siamo noi a parlare, perché questo è l'unico modo per rivolgerci con persuasività alle persone.

**4. Conclusioni: parlare ad una generazione ricca di energia.**

In conclusione, se vogliamo essere efficaci nelle nostre modalità di formazione e di lavoro sull'apprendimento con la Generazione Z, lavoriamo con strumenti che arricchiscono le capacità di memorizzazione, che permettono di avere un apprendimento informale, sia pure con contenuti formali e, soprattutto usiamo una grande energia. Energia, come abbiamo detto, a livello di comunicazione paraverbale, ma anche a livello di comunicazione non verbale.

Non dimentichiamoci, infatti, che i giovani della Generazione Z sono in una fase della vita dove sprigionano energia pura e l'energia è quello che arriva maggiormente.