

Quelli che...te lo spiego io. I millennial (e non) alle prese con i tutorial

di Giuseppe Caramma¹

«In futuro – vaticinava Andy Warhol – tutti saranno famosi per 15 minuti». Anche se, probabilmente, la paternità della frase va spartita con il fotografo Nat Finkelstein. Da quando essa venne citata nel catalogo di una mostra del maestro della pop-art in Svezia nel 1968, questa è divenuta uno slogan della società contemporanea, trascinando dall'iniziale significato, confinato al mondo delle avanguardie.

Mai predizione, in effetti, si è avverata così pienamente, dal momento che la diffusione dei *mass media* prima e della società dell'accesso dopo, hanno permesso a ognuno di noi – nel bene e nel male – di godersi un quarto d'ora di celebrità. Lo spostamento indolente dalla penombra di una poltrona alla luce puntata da un faretto ha comportato che chiunque si potesse percepire come un sacerdote del tubo catodico, pur non sempre possedendo i paramenti e gli accessori liturgici per celebrare messa.

Negli anni novanta, registrando sconcolato l'assenza di un idoneo bagaglio professionale e l'inflazione dell'uso delle telecomunicazioni, l'epistemologo Karl Popper propose che «chiunque sia collegato al sistema delle emittenti deve avere una patente, una licenza, un brevetto, che gli possa essere ritirato a vita qualora agisca in contrasto con certi principi».²

Per l'autore de *La società aperta e i suoi nemici*, chi lavora nel piccolo schermo deve frequentare un corso, sostenerne un esame finale e solo allora ottenere l'abilitazione, in quanto i comunicatori dell'etere vanno considerati come parte integrante del sistema di educazione di massa e devono, pertanto, essere in grado di conoscere e gestire i meccanismi alla base del percorso di apprendimento di bambini e adulti.

L'addestramento cui si riferisce Popper si salda con le problematiche della formazione di tutti coloro che divulgano attraverso i media e, negli ultimi decenni, con

¹ Consigliere regionale AIF Sicilia, si occupa di storia dell'educazione e della formazione e di progettazione didattica. E-mail: giuseppe.caramma@unict.it

² K. Popper, «Una patente per fare televisione», in Id., J. Condry e C. S. Clark, *Cattiva maestra televisione*, a cura di F. Erban, Milano, Reser, 1994, p. 21.

la qualità del sistema offerto dai *tutorial* amatoriali – vale a dire progettati da chi non lo fa per mestiere – presenti in gran parte dei servizi di rete sociale, con programmi e *lezioni* su ogni segmento dello scibile umano, da come tagliare le cipolle ad anelli al principio di indeterminazione di Heisenberg.³

Tali questioni sono più tangibili osservando i manuali elettronici – sotto forma di testo o video – elaborati dai nativi digitali, i quali, a differenza degli adulti, non traslitterano il canovaccio del testo scritto in *bit*, ma *creano* contenuti direttamente on-line, applicando – anche se inconsapevolmente – i dettami sul concetto di zona di sviluppo prossimale, elaborato dallo psicologo Lev Semënovič Vygotskij: migliorare le capacità di apprendimento, individuali e collettive, attraverso la condivisione delle conoscenze e delle competenze in forma attiva.

L'ossessione del lavoro informatico

Parafrasando Andy Warhol, tutti possiamo ottenere cinquemila *like* almeno una volta nella vita, a causa dell'ossessivo lavoro informatico che affligge l'uomo contemporaneo: «nonostante gli studi siano ancora in fase preliminare sembra infatti che i meccanismi principali che alimentano questa nuova forma di nevrosi siano due: uno è la paura di perdersi qualcosa e l'altro è la gratificazione che otteniamo dal pur virtuale contatto».⁴

Sparisce la separazione tra autore e spettatore, grazie a un intenso scambio di *feedback* tra il sito web e l'utente (*user-generated content*): immagini e video digitali sono postati e resi disponibili tramite le piattaforme di *social networking*, con YouTube come luogo privilegiato per pubblicare i *tutorial*.⁵ Secondo un recente studio del Pew Research Center, l'85 per cento degli adolescenti sceglie infatti di connettersi e scambiare contenuti con reti virtuali che privilegino forme in movimento rispetto al testo, ecco perché «i giovanissimi continuano ad allontanarsi da Facebook e da tutte quelle piattaforme *social* che non hanno dato all'immagine e al video un ruolo distintivo».⁶

3 Per una trattazione generale sul tema, pur con esempi inerenti al campo medico, si rimanda a L. De Biagi e L. Reggiani, *Un web tutorial per la consultazione scientifica: un'opzione praticabile? Studio di un campione internazionale di web tutorials e di altre iniziative d'interesse per l'e-learning, con specifico riferimento all'ambito LIS*, Roma, Consiglio Nazionale delle Ricerche, 2016. Vedi anche L. Garosi, *Comunicare (bene) in rete: tecniche per creare contenuti e diffonderli efficacemente sul web*, Palermo, Flaccovio, 2017.

4P. Contucci, «Lavagne di ardesia», *Rivista il Mulino*, 23 febbraio 2018, https://www.rivistailmulino.it/news/newsitem/index/Item/News:NEWS_ITEM:4266. Sull'enfasi dell'estetica, sul potere della seduzione e sull'esibizione spudorata di doti spesso inesistenti dei *millennial* ha indagato recentemente lo psicoterapeuta G. Pietropoli Charmet, *L'insostenibile bisogno di ammirazione*, Roma-Bari, Laterza, 2018.

5 Cfr. N. Willoughby, *Creare video per YouTube®*, Milano, Hoepli, 2017; A. Marinelli, *YouTube Content Creators: volti, formati ed esperienze produttive nel nuovo ecosistema mediale*, Milano, Egea, 2016. Sull'uso didattico della piattaforma si rimanda a G. Proni, «Strumenti e arti dei docenti da PowerPoint a YouTube», *FOR 80* (2009): 13-5.

6 L. Tremolada, «YouTube è la piattaforma preferita dagli adolescenti. Ma ancora non per molto», *Il Sole 24 Ore*, 4 giugno 2018, <http://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2018-06-04/youtube-e-piattaforma-preferita-adolescenti-ma-ancora-non-molto--130629.shtml?uid=AEvkFByE&fromSearch>.

Vantaggi e limiti dell'uso della tecnologia digitale

Il manager Marco Comastri ha messo in evidenza i limiti in cui possono incorrere i *millennial*: «la dimestichezza con il digitale presenta diversi vantaggi, per esempio la capacità di imparare più rapidamente. Ma può anche presentare degli inconvenienti, quali una potenziale dipendenza dalle interazioni basate sui *social media*, il rischio di essere distratti dalle informazioni presenti in Rete e la tendenza a privilegiare il *multitasking* rispetto al *problem-solving* mirato».⁷

I risultati non sono spesso esaltanti: il percorso *learning by doing* (imparare facendo) non sempre rispetta i passaggi canonici ed elementari della comunicazione, ma risulta molto frammentato, approssimativo e sciatto: manca una corretta esposizione corporea, un'adeguata illuminazione della *cattedra* e la giusta modulazione della voce, lo *storytelling* non è strutturato a sufficienza, la scrittura è approssimativa e, in molti casi, zeppa di errori grammaticali e sintattici. Si registra un ricorso disinvolto al linguaggio sinestetico e un uso eccessivo della funzione fàtica della teoria della comunicazione di Malinowski e Jakobson, che emerge da un intercalare frequente e confidenziale («mi sentite? capito? è chiaro? ...»). Tali complicità, ovviamente, riguardano anche gli adulti che si cimentino con i filmati *fai-da-te*; per rimanere a casa nostra, basta andare a (ri)vedere i diversi livelli di qualità e di icasticità raggiunti dai video prodotti dai candidati al rinnovo delle cariche del Consiglio Direttivo Nazionale AIF nel 2017: un piccolo campionario delle difficoltà che anche dei professionisti della formazione possono incontrare nel *public speaking*.

Fin qui le ombre sull'*e-learning* condotto per *hobby*. Nel magma dei *tutorial*, tuttavia, è possibile scorgere anche dei professionisti o dei dilettanti che hanno acquisito le *skills* necessarie per poter sviluppare interventi efficaci, in grado di aiutare concretamente i *followers* a risolvere problemi, sia per la ricerca di informazioni utili per far funzionare qualcosa o per utilizzare al meglio un *software* applicativo. Non si può non fare riferimento, infine, ai professionisti che traggono vantaggio economico dai manuali che propagano sul web, in quanto ricevono direttamente il mandato di realizzare guide dalle aziende, oppure, ed è la maggioranza dei casi, perché guadagnano delle commissioni tramite le affiliazioni di *product placement*, i prodotti piazzati strategicamente in evidenza all'interno di un contenuto multimediale.

In Italia, tra i più famosi divulgatori informatici va citato Salvatore Aranzulla – che ha traghettato la figura del *nerd*, da personaggio solitario e triste a uomo di successo – il cui sito è visitato da centinaia di migliaia di persone al giorno, alla ricerca di spiegazioni che dipanino ogni controversia informatica. Recentemente ha spiegato il suo metodo in un volume, in cui rende accessibili a un potenziale pubblico di *webmasters* le nozioni su come assecondare l'algoritmo di Google affinché le pagine

⁷ G. Rusconi, «Le strategie per attirare i millennial? Si parte dai valori aziendali», // *Sole 24 Ore*, 26 febbraio 2018, <http://www.ilsole24ore.com/art/management/2018-01-18/le-strategie-attirare-millennial-si-parte-valori-aziendali-194149.shtml?uuid=AETsDokD&fromSearch>.

del proprio sito balzano ai primi posti tra i risultati delle ricerche più popolari, condizione, questa, necessaria e indispensabile per poter generare *e-business*.⁸

I diversi livelli professionali del mondo dei *tutorials*

Il poliedrico mondo dei *tutorials*, come si è cercato di mostrare, presenta innumerevoli sfaccettature e diversi livelli professionali e deontologici che devono essere scandagliati e valutati dall'utente finale, alla ricerca della soluzione ottimale per le sue esigenze. Avere a portata di click la potenziale risposta esatta per ogni richiesta è certamente un vantaggio offerto dalla società dell'informazione, tuttavia rimangono ancora delle questioni aperte, che possono inficiare tale prerogativa: l'eccessiva autoreferenzialità dello *youtuber*, che fa da contrappeso alla mancanza di abilità divulgative dello stesso, l'esiguità dei mezzi tecnici adoperati, l'incapacità del fruitore di discernere tra i vari prodotti offerti, lo squilibrio tra il valore estetico infimo e il pregio delle nozioni trasmesse.

Il rischio è di vedere girare in rete dei protagonisti improbabili, come il famoso Guglielmo il dentone – interpretato da Alberto Sordi ne *I complessi* – l'aspirante lettore del telegiornale degli anni sessanta: bravissimo e competente al punto giusto, ma privo di qualsiasi capacità di auto valutare la portata del proprio impatto mediatico.

⁸ S. Aranzulla, *Il metodo Aranzulla. Imparare a creare un business online*, Milano, Mondadori Electa, 2018.