

Imparami l'Internet

Mafe de Baggis
Pleens

Abstract

Gli adulti oggi pensano di dover “imparare” il computer e credono ancora che il computer assomigli più a una catena di montaggio che a un pennello o a un telaio, più a una macchina per creare copie identiche e spersonalizzate che a una macchina per creare i mondi che riesci a immaginare. La didattica per adulti deve rispondere al loro bisogno di “imparare a fare” convincendoli, strada facendo, che in realtà devono imparare a pensare, progettare, valorizzare e comprare, perché il computer non ci rende diversi, ci mette in rete con competenze diverse che insieme funzionano solo se si sanno reciprocamente valorizzare. Per far succedere qualcosa online non è sufficiente pigiare un bottone: smontare questa convinzione è il gradino che separa gli adulti dalla contemporaneità.

Key Words: apprendimento, evoluzione, riduzionismo, tecno-determinismo

Imparami l'Internet

“Essere digitali”, titolava Nicholas Negroponte negli anni Novanta: vent'anni dopo i ragazzi del tempo, adulti più o meno inseriti nella realtà professionale, sembrano ancora convinti che la rivoluzione digitale sia in corso e non ampiamente digerita. Eppure abbiamo tutti giocato con i videogiochi da piccoli, comprato un telefono cellulare quando ancora avevamo i capelli e la pelle tonica, dato per scontato iniziando un nuovo lavoro la consegna di un computer personale insieme a una scrivania con telefono e al badge, scaricato musica e film e usato il Bancomat per prelevare e per pagare.

Gli adulti oggi pensano di dover “imparare” il computer e credono ancora che il computer assomigli più a una catena di montaggio che a un pennello o a un telaio, più a una macchina per creare copie identiche e spersonalizzate che a una macchina per creare i mondi che puoi immaginare. Insegnare agli adulti che quella che loro credono essere una rivoluzione meccanica è in realtà un'evoluzione sociale e culturale è il mio lavoro (anche quando non insegno); far accettare agli adulti che per far succedere qualcosa online non è sufficiente pigiare un bottone è il mio incubo e il mio sogno insieme.

“Di cosa avere paura in rete? Forse di chi crede che la competenza d'uso di device sia cultura digitale” (Vellar, 2015). Non è del tutto colpa della prima generazione costretta a studiare anche dopo aver finito le scuole: per i nostri genitori il percorso formativo finiva con la laurea o il dottorato o l'MBA, non nel senso che poi si smetteva di aggiornarsi ma che l'aggiornamento era, appunto, un apprendere cose nuove ma nel solco di un metodo, di un contesto, di un pensiero che era sempre lo stesso. Un commercialista, un avvocato, un medico dovevano aggiornarsi su nuove norme o nuove terapie, così come un manager o un consulente doveva cercare nuove fonti di ispirazioni o di imparare dai più bravi (da qui la gran fame di *case study* e *best practice*), ma nessuno di loro era pronto a dover studiare qualcosa di completamente nuovo e diverso. Non solo: un adulto oggi è predisposto a imparare nel modo in cui ha imparato da bambino, cioè inaffiato da nozioni certe, precise, ben separate e controllabili, perfette per poi funzionare nel mondo aziendale della pianificazione e controllo. Come scrive Marco Dominici:” Dipartimenti, lezioni frontali in blocchi di un'ora, file di banchi, libri di testo, prove d'esame sempre uguali a se stesse, voti: sono tutti aspetti della struttura organizzativa della scuola concepiti per formare studenti a immagine e somiglianza della società industriale (Dominici, 2015).

Al centro di questa scuola c'è il libro di testo e “leggendo non solo ci si educa alla lettura ma ci si educa anche a concepire il sapere (e al limite pure il mondo) come un oggetto di lettura.” (Maragliano, 2014). E da dove vengono le pratiche e i metodi messi a punto per far funzionare prima il lavoro in fabbrica e poi il lavoro impiegatizio?

Un punto significativo di riferimento fu la struttura militare, la quale, perlomeno a partire dall'epoca di Federico il Grande di Prussia, si è affermata come un prototipo di organizzazione meccanicistica. (...) Molte delle idee e dei metodi di Federico il Grande risultarono particolarmente utili per risolvere i problemi determinati dall'incremento delle dimensioni delle fabbriche e furono, progressivamente, adottati, nel corso del diciannovesimo secolo, dagli imprenditori che erano alla ricerca di forme organizzative adatte alla tecnologia delle macchine. (Morgan, 1986)

Gareth Morgan scriveva già nel 1986 che “tali organizzazioni (meccanicistiche) non sono progettate per l’innovazione”, ma esattamente come per la “rivoluzione digitale” stiamo ancora oggi scontando il ritardo di comprensione e di adattamento ed elaborando il lutto per la

Traditional Strategy, who played a significant and meaningful role in how organizations operated to win in the industrial era, perished on Tuesday, in Boston. He was forty-three. The cause of his demise was the numerous complications arising from a collision with the Social Era, the context for business in the twenty-first century. Traditional Strategy (T.S.), born of Joseph Schumpeter and Frederick Winslow Taylor, combined capitalism and industrial efficiency. (Merchant, 2012)

Tu lo chiami Internet, io la chiamo psicologia della comunicazione

Un'altra competenza che la scuola non ci garantisce è l'abitudine a ragionare sui media e sulla comunicazione, che sono temi su cui tutti hanno un'opinione e su cui si ama ironizzare, esattamente come fiumi di sarcasmo scorrono sulle “Scienze della Comunicazione”, tanto più necessarie proprio in quanto negate da chi ignorandole totalmente le viola sistematicamente. Per moltissimi adulti l'idea di un mondo e di una società diversi da quello dei loro vent'anni e diversi da quello che credono di vedere è altrettanto aliena delle regole di galateo al tè di Alice nel Paese delle Meraviglie: sono persone per cui le storie sono sempre state stampate e rilegate in forma di romanzo, convinte che filosofia, religione e matematica non abbiano nulla a che vedere le une con le altre e per le quali il metodo scientifico garantisce certezze e non dubbi. È il mondo del positivismo e del metodo ed è anche questo un effetto del modo in cui siamo stati istruiti: “parallelamente alla diffusione della stampa si diffonde l'idea di una sapere diviso per settori distinti l'uno dall'altro, ciascuno organizzato al suo interno esattamente come un libro stampato, e questo orientamento culturale influisce sulla formazione dell'idea moderna di scuola” (Maragliano, 2014), che a sua volta influisce sul modo in cui vogliamo, possiamo, chiediamo di imparare quando diventa necessario farlo da adulti.

Non c'è ragione di dubitare che questo modello sia stato quello più adatto al suo contesto storico, quello cioè che preparava efficacemente gli studenti alla realtà sociale ed economica in cui vivevano. Il problema è che il mondo sociale ed economico di oggi richiede invece competenze e abilità molto diverse e in continua evoluzione: essenziali risultano quindi la capacità di adattamento al cambiamento e lo spirito collaborativo per la soluzione di problemi. (Dominici, 2015, p. 84).

Possiamo stupirci che adulti cresciuti a botte di manuali, certezze, confini sicuri tra materie, metodi, voti e giusto/sbagliato siano le prime vittime del tecno-determinismo, cioè della convinzione che siano le macchine a farci fare quello che vogliono - quasi a farlo da sole - e non noi a decidere cosa far fare alle macchine? Ovviamente no, e la preoccupazione principale è che anche i bambini di oggi frequentano una scuola molto simile, abitata da insegnanti in grandissima parte spaventati dal cambiamento (con luminose e numerose eccezioni purtroppo ancora insufficienti). Scuola che già nel 1969 Marshall McLuhan trovava “reazionaria, orientata a valori e a tecnologie ormai passate (...) un sistema morente e datato, fondato su valori alfabetici e su dati frammentati e classificati, completamente inadatti per i bisogni della prima generazione televisiva”

Per dirla con Gregory Bateson, noi figli della scuola a stampa siamo a nostro agio con l'apprendimento di tipo 0 (“la semplice risposta a una differenza”) o di tipo 1 (“la risposta appresa resta adeguata solo in quel particolare contesto, che deve perciò ripresentarsi uguale”), mentre in questo momento avremmo bisogno di un deutero-apprendimento, “un apprendimento operante sul cambiamento del processo stesso dell'apprendimento primario” (Bateson, 2000). Un passaggio difficile, complicato dal fatto che i primi interessati a drammatizzare l'evoluzione in corso e a presentarla mettendo l'accento sulla “disruption” e non sul miglioramento sono i tecnologi stessi, sia per ingordigia (l'enorme mercato della vendita di consulenza si basa sulla complicazione di dinamiche spesso assai semplici) sia per convinzione. Gli *evangelist* della tecnologia vista come folgore sulla via di Damasco e niente che sarà mai più come prima assomigliano molto alla descrizione che Flavia Monceri fa di Neo di Matrix:

Lui ha scoperto la verità, l'unica verità possibile, ha scoperto come si può fare a conoscerla e anche a modificarla per arrivare allo scopo di una società perfetta, che ovviamente è quella che deriva da quell'unica verità. Poi lo dice anche agli altri che da soli non ci arriverebbero o magari arriverebbero ad altre verità, che però vanno considerate come errori e potrebbero essere dannose, sviando dal conseguimento del fine. Il fine della società perfetta (che è sempre anarchica perché non ha bisogno dell'esercizio del potere come dominazione) può essere raggiunto solo se tutti aderiscono alla verità scoperta dall'individuo superiore, il quale la trasmette agli altri perché essa dev'essere condivisa tendenzialmente da tutti per funzionare. Affascinante idea, davvero. Se non fosse per una cosa: che la via giusta è la sua, non la mia o quella di un altro. (Monceri, 2014)

Suona familiare? A me sì, perché troppo, troppo spesso chi ritiene che Internet salverà il mondo (dove invece saremo sempre e solo noi umani a farlo o non farlo) dimentica di esplicitare “solo se lo userete esattamente come dico io”. Peccato che questo ci porti a un paradosso, quasi un orrido logico: se il computer è una macchina che costringe a pensare, che raramente premia la ripetizione, che cambia in continuazione superando continuamente i suoi confini, se Internet è una rete asimmetrica ma comunque capace di riconoscere e premiare l'ultimo arrivato se dotato delle caratteristiche giuste per diventare un nuovo *hub* (Barabasi, 2002), come possiamo pensare, definire, insegnare un modo giusto per fare le cose? È semplice: non possiamo. La ricetta, la soluzione, il manifesto, il decalogo, i *do's* e *dont's*, tutte le tecnologie didattiche così amate in aula e così rilanciate sui social media lo sono perché sono sempre e per sempre figlie della stampa, del libro di testo, della maestra col righello, del professore che lancia le bamboline a chi dà la risposta giusta. Idem per *case study*, *benchmark* e *best practice*: ha senso ispirarsi agli altri in un contesto che premia l'innovazione? O è un po' come prendere le medicine di un altro, cioè un comportamento che qualunque positivista biasimerebbe?

Volete imparare a pensare digitale e non stampato? Volete guidare il cambiamento e non subirlo? Volete progettare i comportamenti invece di inseguirli?

Contrariamente a quello che si pensa dovete volare più alto e non rasoterra, dovete frequentare il pensiero astratto prima anche solo di pensare di toccare un tasto. Oppure “flettere i muscoli e lanciarsi nel vuoto” e fare prima di aver completamente capito, che poi è un modo diverso per dire reimparare ad imparare in un mondo in cui tutte le risposte sono contemporaneamente giuste e sbagliate. Per imparare a sopravvivere in un mondo in cui i *Lebenswelt* possibili e giusti sono molteplici, contemporanei e in continua evoluzione.

Cosa ho imparato in aula

Gran parte del mio vantaggio competitivo come *strategist*, creativa e formatrice sta nella capacità di leggere e nell'interpretare i segnali impliciti ed espliciti in arrivo dalle persone, in presenza e in remoto: io lo definisco usare il #Luminol, cioè far emergere i significati e i comportamenti dalle azioni più che dalle dichiarazioni. Internet e i social media sono l'ambiente ideale per il #Luminol, abitati come sono da persone convinte di nascondersi dietro uno schermo che invece le rivela (Turkle, 1997), ma anche l'aula non scherza. Non c'è bisogno di essere Sherlock Holmes per cogliere sottotesti, metacomunicazioni e reali intenzioni, ma pare che non fermarsi alle apparenze sia uno di quei talenti che la didattica basata sul libro non aiuta a sviluppare.

La formazione in azienda

Proviamo a usare il #Luminol sulla formazione per gli adulti, soprattutto quella pensata per trasmettere "*soft skill*" come la creatività, la capacità di relazione mediata dal computer, la scrittura, la narrazione o la progettazione editoriale. In vent'anni di insegnamento in azienda ho incontrato centinaia, forse migliaia di persone, poche per trarne delle conclusioni statistiche, molte per permettermi di sintetizzare delle regolarità, queste:

- Moltissimi adulti a parole dichiarano di odiare i computer e le diavolerie tecnologiche, nei fatti vogliono solo e soltanto imparare a pigiare i bottoni giusti sperando che il miracolo avvenga. Hanno paura che il computer pensi per loro e scoprono invece di aver paura di dover pensare, scrivere, risolvere problemi e soprattutto prendere in considerazione l'umano dall'altro lato dello schermo. "*È brutto! È cattivo!*" dicono loro, "*Se è vero, era brutto e cattivo anche prima*", rispondo io. Pillola rossa o pillola blu?
- Quasi nessun direttore del personale ha una vera consapevolezza delle competenze non strettamente legate al ruolo dei suoi dipendenti e molti decisori tendono a scambiare il rifiuto di seguire la strategia digitale dell'azienda con il rifiuto dei media digitali. Se seguissi il briefing che ricevo dovrei preparare una lezione per perfetti imbecilli all'età della pietra, mentre puntualmente mi trovo di fronte persone brillanti, con resistenze quasi sempre causate da pregiudizi, paure ed equivoci.
- È incredibile quanto gli equivoci diffusi dai mass media siano resistenti, sintomo di una narrazione reazionaria molto efficace: primo tra tutti l'idea che sia necessario scegliere tra il vecchio e il nuovo per seguire un percorso stereotipato e impossibile da modificare e personalizzare, cioè l'esatto contrario di quanto necessario per sopravvivere oggi.
- Tutti hanno paura di finire in una catena di montaggio e non si rendono conto invece di poterne uscire.
- Tutti vogliono i risultati possibili con i social media, pochissimi vogliono cambiare per ottenerli.
- Quasi sempre chi liquida i "*soft skill*" come fuffa è in realtà turbato dalla scoperta che i social media richiedono idee, sensibilità, capacità di scrittura e di relazione, e non comandi, funzionalità, opzioni e trucchetti. "*Non funziona!*" dicono loro, "*lo stai facendo sbagliato*", risponde chi invece c'è riuscito.

La formazione volontaria

Abbastanza diversa la situazione quando la formazione non è in azienda, dove spesso viene vissuta un po' come religione o ginnastica al liceo: meglio che lavorare, ma non qualcosa in cui impegnarsi. Da un paio d'anni faccio molta formazione su richiesta, sia in aula sia personale, e naturalmente il comportamento di chi si iscrive a un corso spesso pagandolo di tasca propria è molto diverso. Da corsi di questo tipo esco carica come una molla, non svuotata: capita anche in azienda, ma molto meno spesso. Si sente che c'è dietro un investimento personale (di soldi ma anche di tempo e di speranze) e per essere il più efficace possibile ho proposto a chi mi segue un questionario¹. Hanno risposto 232 persone e il dato più netto emerge dalla risposta alla prima domanda "Cosa vorresti dalla formazione?". Il 13% delle persone hanno risposto "capire meglio", il 15% "sapere quello che c'è da sapere", il 15,9% "tenermi aggiornato" e uno schiacciante 51,8% "Imparare a fare". Non fa una piega, il punto è la confusione tra imparare a fare qualcosa e imparare a farlo con il computer. Il tecno-determinismo spunta anche qui, perché restiamo intimamente convinti che "imparare Internet" ci permetta di fare cose che prima non sapevamo fare (scrivere, raccontare, fotografare, far ridere, disegnare etc). Non tutto si può insegnare, non tutto si può imparare, ma un buon corso può fare molto di più che trasformarti da scrittore incapace a scrittore mediocre, può insegnarti a progettare, riconoscere, comprare, valorizzare un talento molto specifico come la scrittura (e ovviamente vale per tutti i talenti).

Per fortuna nella risposta alla seconda domanda "Esci soddisfatto da un corso quando" il 23% ha scelto "Capisci cosa puoi fare da solo e come comprare il resto", mentre il 70% è soddisfatto se "Ha scoperto qualcosa che non immaginava". Scarso successo invece per le conferme (0,8%) e per i dubbi (1,2%). La risposta "Altro" è stata usata da 11 persone soprattutto per ribadire l'applicabilità pratica delle nozioni ricevute, richiesta che condivido ma che rifiuto di vedere in contraddizione con la necessità di insegnare a inserire in un processo e in un contesto quello che vuoi "imparare a fare".

Tutti, tutti, tutti vogliono concretezza, fatti, zero fuffa e soluzioni immediatamente applicabili, ma è opinione diffusa che un laboratorio (concreto!) debba costare meno di una lezione frontale (tutta Teoria!), a parità di docente e di programma, così come si tende a pensare che una persona in piedi che indica delle slide trasmetta più valore di una seduta davanti a te che risponde alle tue domande guardandoti negli occhi, cioè esattamente il contrario di quello che pensiamo se dobbiamo descrivere una relazione calda e umana, indispensabile perché ci sia comunicazione e quindi apprendimento.

Il momento più difficile e più importante in aula infatti è il passaggio dal "ti ascolto un po' come facevo a scuola, metà sì, metà pensando ai fatti miei" al "metto le mani sulla carta e ci provo sul serio". È lì che casca l'asino, nel senso che è lì che si scopre la difficoltà di mettere in pratica le nozioni ricevute frontalmente, perché è tutto lì: non è il cosa fare che cambia il mondo, è il come farlo (dettaglio spesso difficile da far digerire anche facendo consulenza). La fortissima richiesta di uscire da otto ore di corso trasformati è figlia della convinzione che il computer faccia le cose da solo, quelle brutte (ci fa diventare narcisi, aggressivi, volgari, analfabeti) ma anche quelle belle (ci trasforma in creativi, strateghi, artisti). È chiaro a tutti che non è così, ma è dovere di noi formatori chiarirlo a costo di sembrare arroganti.

Un altro sintomo della confusione tra talento/capacità e computer è che molto spesso la richiesta di lavorare su carta e non su computer è spiazzante, perché siamo profondamente convinti che chi, come me, lavora soprattutto nel digitale, abbia da tempo archiviato strumenti obsoleti come carta, pennarello o post-it, che sono invece lo strumento di lavoro preferito di chi progetta le piattaforme digitali. Basta pensare a tre aziende che hanno interpretato perfettamente

l'evoluzione digitale pur rimanendo decisamente fisiche: Lego, Moleskine e Uniposca. Capire il cambiamento digitale non vuol dire digitalizzare tutto, al contrario: la plasticità del nostro cervello ci permette di prendere il meglio da tutte le protesi (Freud, 2010), basta che si adattino a noi.

Conclusioni

Ci serve pensare in modo diverso per poter cambiare e per farlo la strada più veloce è cambiare le nostre abitudini: disegnare invece di scrivere, camminare invece di stare seduti, comunicare con le azioni invece che con le parole. Il like è un atto non più solo linguistico, l'eBook lo sottolineiamo direttamente con le nostre dita, pelle che tocca parole.

I miei personali ferri del mestiere non sono lo smartphone, la tastiera o il computer e tantomeno i manuali *how to* o *for dummies*: sono il pensiero e le ricerche di neuroscienziati, fisici, filosofi, romanzieri, linguisti e artisti che continuano a investigare l'umano mettendo in discussione tutto quello che credevamo sapere e di aver capito. Non studiate Internet, studiate le persone: sono loro la grande rivoluzione in corso

Nota biografica

Mafe de Baggis associa all'attività di consulenza di comunicazione e di progettazione di ambienti sociali online (community, estate collaborative, social media) la ricerca, la formazione (in aula e personale) e la scrittura. Ha pubblicato a settembre 2014 il saggio breve *#Luminol. Tracce di realtà rivelate dai media digitali* per Informant. Lavora per liberare le energie delle aziende e delle persone mettendo ordine nel loro modo di comunicare, di raccontarsi, di entrare in relazione; questo usando soprattutto i media digitali, ma solo perché da una ventina d'anni sono l'ambiente più interessante tra tutti quelli a disposizione. Contact: mafe@mafedeaggis.it.

Bibliografia

- Barabasi, A. (2002). *Linked: The New Science of Networks*. New York: Perseus Books Group.
- Bateson, G. (2000). *Verso un'ecologia della mente*. Milano: Adelphi. (ed. or. 1972).
- de Baggis, M. (2014). *#Luminol. Tracce di realtà rivelate dai media digitali*. Milano: Informant.
- Freud, S. (2010). *Il disagio della civiltà*. Torino: Einaudi. (ed. or. 1929).
- Dominici, M. (2015). *Il digitale e la scuola italiana*. Milano: Ledizioni.
- Maragliano, R., & Pireddu, M. (2014),. *Storia e pedagogia nei media*. Narcissus/Streetlib.
- McLuhan, M. (1969), *The Playboy Interview: Marshall McLuhan*. Preso da: http://www.mcluhanmedia.com/m_mcl_inter_pb_01.html
- Merchant, N. (2012). *11 Rules for Creating Value in #Socialera*. Boston: Harvard Business Review.
- Monceri, F. (2014). *Anarchici. «Matrix», «Cloud Atlas»*. Pisa: Edizioni ETS.
- Morgan, G. (1986). *Images. Le metafore dell'organizzazione*. Milano: Franco Angeli.
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital*. New York: Alfred A. Knopf.
- Turkle, S. (1997) *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.

Vellar, A. [agneseh]. (2015, Settembre 12). Di cosa avere paura in rete? Forse di chi crede che la competenza d'uso di device sia cultura digitale [#FDR15](#). Preso da: <https://twitter.com/agneseh/status/642747805703012357>

Note

¹ <https://www.surveymonkey.com/results/SM-FX8CN6M2/>