

# Insegnamento e Internet Connubio ok con web 2.0

**EVA PERASSO**

Innovare per competere: è il leit motiv di molti campi industriali, mediatici e politici, ma lo è in particolar modo nel delicato settore della formazione. Che si tratti di aggiornamento scolastico o professionale, negli ultimi anni sono stati fatti grandi passi avanti nelle modalità di fruizione e di organizzazione dei contenuti oggetto dell'apprendimento. Già si parla, oltretutto, di e-learning in versione 2.0: i social network e l'interazione entrano anche in un campo come quello educativo. Mentre a questo si aggiunge il mobile learning per disporre delle informazioni attraverso apparati mobili, e anche più in generale di informal learning: la formazione fuori dall'aula, creata su canali e con linguaggi più vicini al discente.

Innanzitutto il panorama: l'esigenza di una formazione continua, in azienda come in fabbrica, è divenuto finalmente un obbligo - legale oltre che morale. E per arrivare a formare centinaia o migliaia di dipendenti, ma anche solo a informarli, le tecnologie hanno iniziato a lavorare accanto ai contenuti. Lo fanno sviluppando nuove piattaforme internet, canali televisivi interattivi e, andando ancora oltre, collegamenti wireless, o mondi virtuali in cui apprendere sotto forma di avatar (ecco il neonato virtual learning), con l'idea di stravolgere i modi, i tempi, i luoghi di apprendimento. Per avvicinare così i dipendenti alla conoscenza, ovunque essi si trovino. Con una personalizzazione estrema, cucita addosso al dipendente (qui entra in gioco il wearable training), tanto che

nel settore si parla anche di personal learning. È la formazione online comunque, ormai nota come e-learning, che negli ultimi anni ha percorso i passi più interessanti. Come agli albori di ogni nuova applicazione, però, lo sviluppo è accelerato e continuo e stravolge i paradigmi iniziali. Nei circuiti universitari, più che in quelli aziendali, continuano a funzionare le piattaforme di formazione online open source: dall'australiana Moodle, che in tanti atenei ha fatto scuola, ai molti casi italiani, il trend è quello di piegare alle proprie esigenze accademiche un prodotto che va completamente stravolto e riprogrammato: un gran dispendio di lavoro e di tempo, i cui risultati non sempre sono incoraggianti. Senza contare che le università che propongono corsi a distanza spesso promettono sulla carta servizi che non riescono poi a garantire al 100 per 100: gli studenti in molti casi si trovano costretti a frequentare di persona, abbandonando le promesse allettanti dei tutor online e dei video delle lezioni su internet. Più semplice - se esistono le professionalità interne per farlo - è utilizzare l'e-learning per immettere online materiali, bibliografie, dispense. Una modalità però povera rispetto alle meraviglie che offre questo genere di tecnologia. Il procedimento di adattamento di una piattaforma open source è ancora più difficile nel caso delle aziende, dove la necessità primaria è allineare la formazione con le strategie di business e di avere pacchetti molto personalizzati e consegnati «chiavi in mano». Ed è proprio in questi campi che intervengono le molte società specializzate sia nelle piattaforme di

e-learning, sia nei contenuti ad hoc per queste piattaforme e che coprono i 4 filoni di business fondamentali: servizi, contenuti, tecnologia e consulenza. Nascono anche nuove figure professionali, che sono un po' pedagoghi, un po' tecnici e programmatori, un po' giornalisti. Creare moduli di formazione online infatti è una competenza nuova i cui confini devono ancora essere tracciati. Da quando poi sono nati standard tecnologici comuni, è possibile per un'azienda cliente muoversi liberamente e per esempio acquistare la tecnologia da una parte e i contenuti da un'altra. «È la bellezza dell'unbundling del mercato», spiega a Finanza & Mercati Fabrizio Cardinali, Ceo di **Giunti** Interactive Labs e presidente di eLIG (European eLearning Industry Group), in Italia il princi-

pale fornitore di soluzioni e-learning. Ma l'unbundling ha portato anche a un radicale cambiamento della figura dei lavoratori della conoscenza: è ancora Cardinali a spiegare perché «dai knowledge workers si è passati ai knowledge warriors, i combattenti della conoscenza», agguerriti nel mantenere nei Paesi occidentali le competenze e l'expertise che ora l'Oriente cerca di fare propri. Perché la sfida, oltre al passaggio dai sistemi chiusi della formazione 1.0 a quelli aperti e cangianti dell'e-learning 2.0, si combatte anche geograficamente: le economie d'Oriente iniziano infatti a essere competitive in un campo finora intoccato, quello della conoscenza e in particolar modo dei sistemi educativi. Era già avvenuto per i call center, spostati in India, e ora accade anche per un settore in cui il locale ha sempre comandato: la conoscenza.