

La distanza presente

Vindice Deplano (Mafrau)

Antonio Ecca (Telecom)

Ultimamente, nei convegni, nelle aziende, nelle università e (supponiamo) anche nell'intimità della famiglia, tutti a parlare di "formazione a distanza" per indicare l'ultima frontiera della tecnologia al servizio della didattica.

Ma la vera formazione a distanza è (o era?) quella della Scuola Radio Elettra, che mandava periodicamente il pacco con la nuova dispensa e i pezzi della radio da montare: la distanza spaziale si vedeva confrontando i bolli postali e quella temporale si misurava dall'impazienza di chi aspetta venti giorni per un plico. È più di un secolo che dura questa storia. Per la precisione, dal 1840 quando in Gran Bretagna un certo Isaac Pinter inventò i corsi di stenografia per corrispondenza.

La tecnologia (la telematica, soprattutto) vorrebbe invece annullare la distanza. Per questo, il termine "formazione a distanza" proprio non va. La telematica collega le persone, ridefinisce i flussi di informazione nelle organizzazioni, facilita certe forme di comunicazione a scapito di altre (la scrittura, per esempio, è favorita rispetto alla voce).

Quelli che credono di costruire reti telematiche, di fatto, costruiscono reti sociali. Ma non sempre con la dovuta consapevolezza. Succede, quando ai tecnologi non si affiancano formatori, psicologi, sociologi o pedagogisti: quelli che dovrebbero avere l'occhio giusto su ciò che accade quando le persone hanno a che fare con nuove possibilità (e iniziano a esplorarle). Non è nemmeno la prima volta che l'importanza di una tecnologia viene sottovalutata dagli stessi ideatori: gli inventori del telefono pensavano a un sistema per trasmettere notizie o musica. Solo dopo, gli utenti hanno preso il sopravvento, reclamando a gran voce la possibilità di parlare tra loro.

Due esperienze

Questa "finestra su internet" racconta due esperienze, completamente diverse, ma con un importante punto in comune: le forme di interazione sono state progettate insieme con le tecnologie. Si tratta di un sito intranet (cioè inaccessibile dall'esterno) e di uno internet, anche questo riservato a un gruppo ristretto di persone.

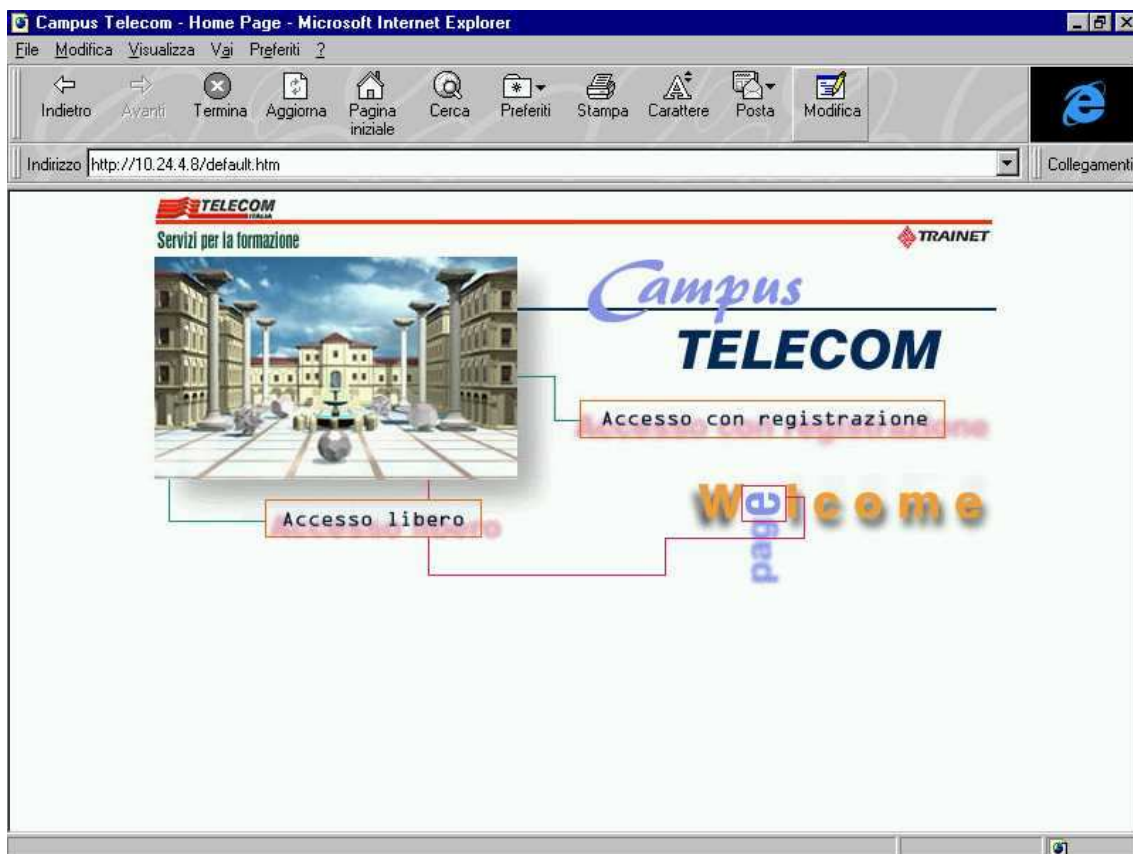
È quindi poco più che una finestra sul cortile. Ma è un cortile dal quale si osservano molti fatti interessanti.

La prima esperienza è *Campus Telecom* (di cui abbiamo già parlato alcuni numeri fa), un completo sistema di apprendimento in rete realizzato da Telecom Italia. È "solo" un sito intranet, ma questo "intra" comprende almeno centomila collaboratori. Insomma, una città.

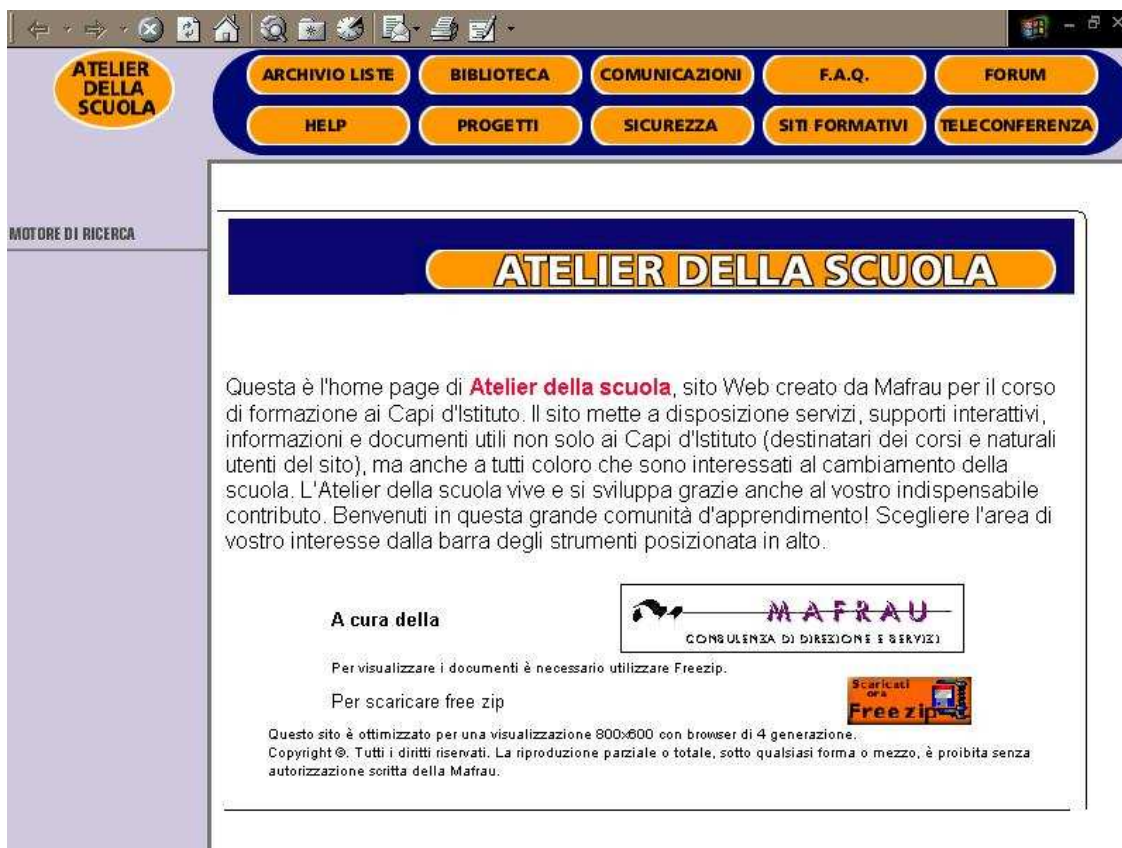
Campus Telecom comprende diverse aree. Tra queste:

- la Formazione, con un'ampia libreria di corsi in linea, che, a seconda dei casi possono essere scaricati sul proprio computer o fruiti direttamente in rete;
- la Segreteria, per la registrazione degli utenti, l'iscrizione ai corsi, ecc.;
- la Comunicazione, dove è possibile partecipare a forum tematici;
- l'Informazione, con giornali telematici e documenti di interesse generale;
- le Faq (Frequently Asked Questions), cioè le risposte alle domande più gettonate.

Dietro i servizi di *Campus* c'è, naturalmente, una forte organizzazione: tutor, con funzioni di accoglienza, consulenza e valutazione, esperti in grado di rispondere su argomenti specialistici, formatori, ecc.



La seconda esperienza è quella di Mafrau (una società romana di consulenza e formazione) con il sito internet *Atelier della scuola* (<http://atelierdellascuola.mafrau.it>), costruito per il progetto di formazione destinato a presidi e direttori didattici. Un progetto lungo un anno: Mafrau è una delle diciotto agenzie che hanno avuto l'incarico dal Ministero della pubblica istruzione di formare i capi d'istituto per il conferimento della qualifica dirigenziale (prevista dalle nuove leggi sull'autonomia scolastica).



L'*Atelier della scuola* contiene diversi servizi, tra cui alcuni sono particolarmente importanti per il nostro ragionamento:

- la Biblioteca, dalla quale è possibile scaricare testi, ipertesti e altri documenti suddivisi per argomento;
- l'area Siti formativi, articolata come la Biblioteca, che invece di documenti contiene link ad altri siti del mondo internet;
- l'area Comunicazione, che permette di entrare in contatto con i tutor e gli altri responsabili del progetto;
- l'area Faq (Frequently Asked Questions).

In più, al sito sono associate diverse liste di discussione (mailing list). Per i non addetti ai lavori: una lista di discussione è un servizio di rete che permette a ciascun iscritto di indirizzare facilmente messaggi a tutti gli altri attraverso la posta elettronica. Invece di mandare mille messaggi, è sufficiente mandarne uno all'indirizzo della lista il cui software di gestione si incaricherà di smistarli. È, insomma, uno strumento potentissimo di comunicazione molti a molti.

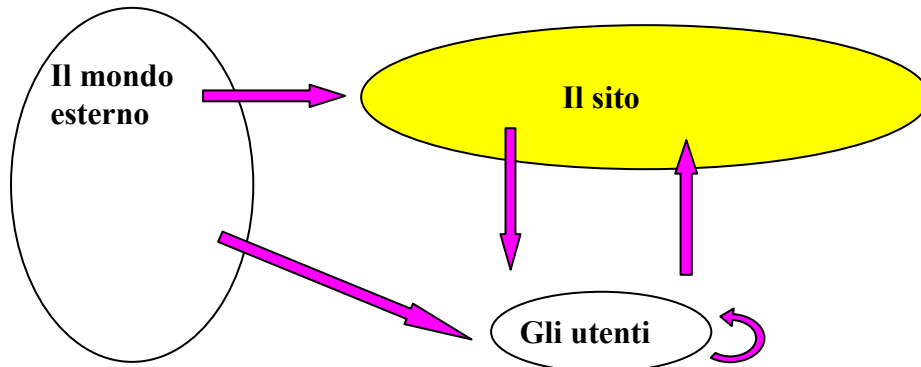
A ciascuna lista è associata un'area del sito (Archivio liste) in cui sono memorizzati automaticamente tutti i messaggi. È la memoria storica per chi arriva dopo.

Cortocircuito informativo

Campus e Atelier mettono insieme modelli diversi di comunicazione: uno a molti (quello dell'emittenza televisiva fin troppo frequente anche in internet), molti a uno e molti a molti. Creando un "grande cortocircuito informativo" dove:

- Le aree specializzate del sito web (Biblioteca, Siti formativi, Libreria di corsi, ecc.) hanno la funzione di punti di accumulo e trasmissione della conoscenza. Vengono alimentate da tutti i flussi di informazione che attraversano il sistema.
- Gli utenti non sono elementi passivi, ma diventano essi stessi fonti di conoscenza comunicando tra loro e col sito.

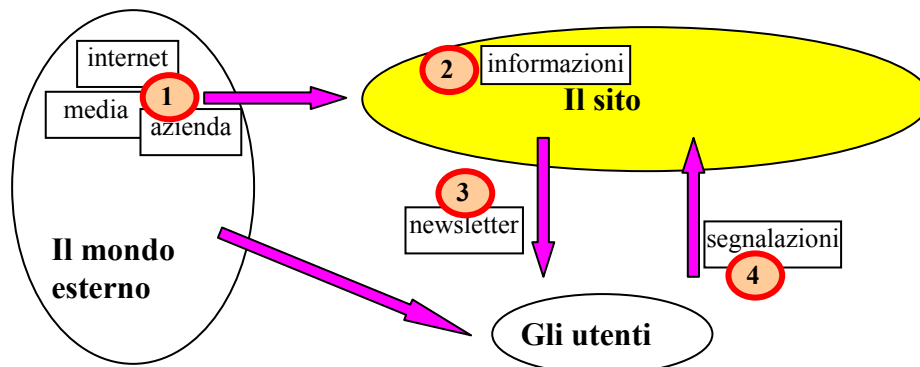
- Una struttura organizzativa (composta da tutor, formatori, esperti, tecnici e un vero e proprio comitato di redazione) ha funzioni di stimolo, filtro e organizzazione delle informazioni.



I servizi di rete si combinano così per formare un sistema al cui interno nascono circuiti informativi virtuosi con un grande impatto sull'organizzazione. Un'organizzazione che apprende.

Primo circuito: l'informazione

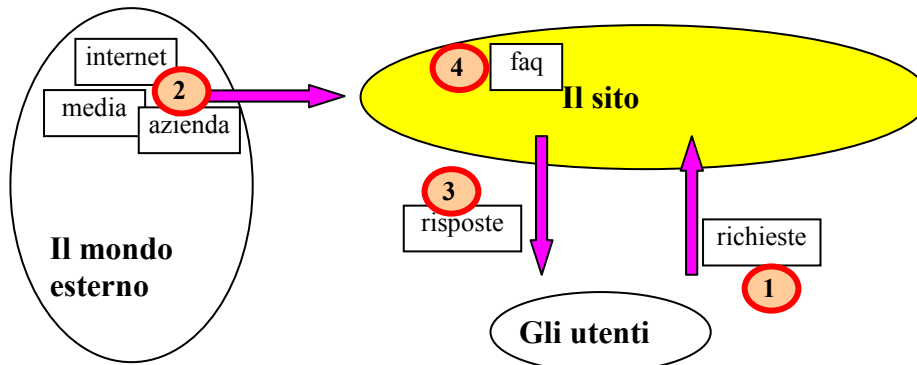
Il primo circuito (primo in ordine di tempo, anche perché è il più semplice) permette la diffusione centralizzata delle informazioni. Il sistema si comporta come un medium interattivo, a metà strada tra una bacheca e una stazione televisiva. Ma è molto più efficace di entrambe:



1. I tutor o i redattori dello staff centrale raccolgono informazioni su argomenti significativi (offerta formativa, andamento del mercato, evoluzione tecnologica, politica, normativa, ecc.) dagli altri settori aziendali, dai mezzi di comunicazione di massa, dalla rete.
2. Poi inseriscono le notizie in un'apposita area del sito, a disposizione di chi si collega.
3. Inoltre, per ottenere la massima diffusione, producono una newsletter da inviare agli utenti con la posta elettronica.
4. Ben presto, gli utenti stessi iniziano a partecipare al sistema con le proprie segnalazioni (sempre filtrate dalla redazione), aumentando a dismisura la copertura delle notizie.

Secondo circuito: la consulenza

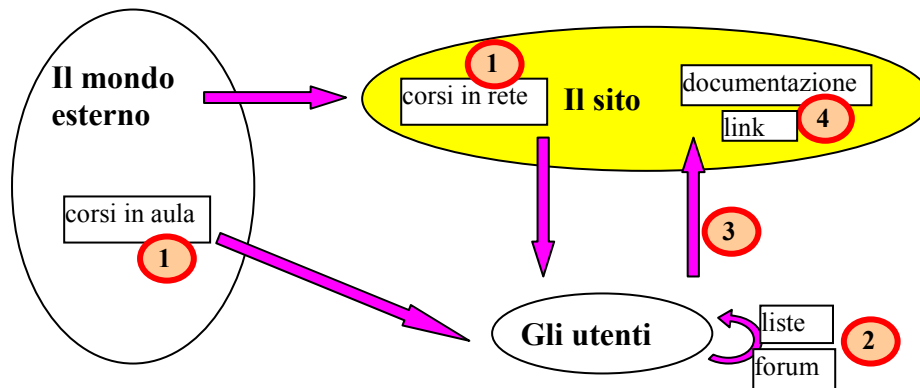
Il secondo circuito, che si attiva non appena gli utenti iniziano prendere il sito sul serio (momento magico per i creatori), è quello che permette di trovare risposta alle singole richieste:



1. Gli utenti presentano richieste al tutor (o a una figura equivalente), la cui casella di posta elettronica è evidenziata nel sito.
2. Il tutor cerca informazioni nello stesso sito o all'esterno, presso l'azienda, i media, la rete internet (diventa, secondo un'efficace espressione gergale, un "info broker").
3. Poi risponde agli utenti, spesso in forma pubblica.
4. Inoltre, se la domanda è di interesse generale, la riporta (insieme alla risposta) tra le Faq (Frequently Asked Questions) del sito. L'area Faq diventa così l'accumulatore di questo genere di conoscenza.

Terzo circuito: formazione continua

Il terzo circuito, quello della formazione continua, è il più complesso, perché necessita di una stretta interazione tra attività formative, anche tradizionali, e attività di rete. E richiede una certa familiarità da parte degli utenti. La comunicazione molti a molti (che salta funzioni aziendali e gerarchie) trasforma ogni attività formativa da fatto episodico, che inizia e finisce con un corso, a un processo continuo che si autoalimenta:



1. Gli utenti partecipano a un corso di formazione d'aula (come avviene nel progetto Mafrau) e/o in rete (nel caso di *Campus Telecom*).
2. Contemporaneamente, si attiva sugli stessi argomenti una lista di discussione (o un forum) a cui sono iscritti tutti i partecipanti.
3. Questi discutono in rete, portando proposte e richieste, domande e risposte, segnalando luoghi (di solito siti internet) dove trovare nuove informazioni interessanti o fornendo propri contributi originali (articoli, interventi).
4. I tutor, i formatori e gli esperti forniscono risposte e stimolano il dibattito. I redattori si preoccupano di arricchire il sito con i documenti e le segnalazioni di link fornite dai partecipanti.

Questo circuito comunicativo si è rivelato particolarmente efficace nel progetto Mafrau, quando qualcuno ha avuto l'idea di attivare le liste associate ai corsi già nel corso

dell'attività d'aula. I partecipanti (oltretutto, assai digiuni di internet) hanno incominciato a "pubblicare" in rete i risultati dei lavori di gruppo, come se fossero poster. Poi, prendendo gusto al gioco, hanno aggiunto le proprie considerazioni personali, lanciando messaggi agli altri corsi sparsi per la Penisola. Messaggi all'inizio banali ("a Terni piove", "a Bari c'è il sole", "vorremmo invitarvi tutti a Reggio"), che però diventavano sempre più significativi, man mano che emergeva la voglia di confrontarsi sulle questioni serie.

Infine

Questa storia, che fa ben sperare, non ha una fine, perché le creature della rete sono per loro natura mutevoli. Un sito internet o intranet che non si rinnova per tre mesi è morto e nessuno lo frequenta più. Anche per questo, le interazioni in rete, anche quando (come in questi casi) sono accuratamente progettate, sono largamente imprevedibili.

È un vecchio vizio: trent'anni fa in Arpanet (la mamma della moderna internet, nata per collegare le università) esisteva già la posta elettronica, ma non le liste. Furono inventate, adattando il software della posta elettronica, dai ricercatori che avevano voglia di fare gruppo, di parlare tra loro. E non di lavoro: la prima lista fu "SF-lovers" ("Amanti della fantascienza"). I responsabili, che non chiusero la lista anche perché non sapevano bene come fare, impararono ben presto a tollerare questo genere di cose. E c'è da scommettere che le persone non si sentivano affatto distanti.

Bibliografia

- Elena Antognazza, Pepe Moeder, *Web marketing*, 1999, Hops
- *Atelier della scuola* <<http://atelierdellascuola.mafrau.it>>
- Franco Carlini, *Lo stile del Web*, 1999, Einaudi
- Desmond Keegan, 1990, *Foundations of Distance Education*, Routledge
Principi di istruzione a distanza, La Nuova Italia, 1994
- Howard Reinghold, *The Virtual Community*, 1993
Comunità virtuali, Sperling & Kupfer, 1994