

E-learning, la difficoltà di coniugare la tecnologia con la cultura all'interno delle aziende

In questo numero abbiamo il piacere di ospitare un'intervista a Marco Magnanti, Presidente della Delegazione regionale Lazio dell'AIF, Associazione italiana formatori, e responsabile della Formazione e della Comunicazione Interna del Gruppo Autostrade.

Marco Magnanti è nato a Roma e si è laureato in Psicologia alla Sapienza di Roma, specializzato in Psicologia di Comunità è iscritto all'albo degli Psicologi.

Ha iniziato la sua esperienza come docente presso l'ex Indesit di Aversa, mentre approfondiva le sue competenze presso l'associazione Spazio, prima di giungere alla Cerved come docente, in particolare nei corsi motivazionali all'uso del computer.

Magnanti si sta occupando attualmente, per la società Autostrade per l'Italia, di formazione nello sviluppo di un sistema aziendale di FaD e della docenza in corsi di formazione su leadership, team building e stress management. I suoi attuali interessi sono la teoria della complessità, le neuroscienze ed il counseling.

Al Dott. Magnanti abbiamo fatto alcune domande a proposito di E-learning, per illustrare potenzialità e limiti di questa metodologia e per avere un quadro della sua importante esperienza al riguardo.

Parlando di e-learning e dell'ultimo rapporto elaborato da Assinform-Anee, emerge una grande concentrazione dell'offerta di corsi da parte di un numero ridotto di grandi aziende, mentre i piccoli e medi *supplire* faticano a trovare una collocazione nel mercato. L'offerta dei corsi, inoltre, finisce spesso per non soddisfare le esigenze dei clienti.

Quale idea si è fatto del mercato di servizi di formazione E-learning?

“In Italia le grandi aziende sono poche e diventano sempre di meno, le piccole e medie imprese hanno delle grandi difficoltà a realizzare investimenti nella formazione e nella ricerca; fare dei piani di formazione, anche con nuove metodologie e nuove tecnologie vuol dire avere delle capacità che spesso non si riscontrano nel tessuto economico del nostro Paese.

Nel mercato, troviamo le grandi aziende che fanno E-learning da tanto tempo, come Telecom, insieme ad altre che si sono affacciate con forza come l'Enel e le grandi banche, che hanno tentato, per rimanere competitive, di realizzare corsi di formazione per i vari livelli della loro organizzazione, a partire dagli sportellisti.

Oggi vediamo che le Poste Italiane stanno investendo molto sull'e-learning, e questo li porterà ad essere ben presto protagonisti in termini di esperienza e capacità in questo settore della formazione. Quando parlo di E-learning preferisco parlare di formazione, perché le tecnologie e gli strumenti sono tutti finalizzati all'obiettivo della formazione, non vorrei che si perdesse di vista questo punto principale che è proprio la formazione delle persone; è in relazione alle persone che utilizziamo tecnologie e metodologie, spesso, però, la necessità di fare grandi investimenti in termini di E-learning ha portato a fare delle forzature e così molti progetti non hanno avuto ritorni sufficienti. Si finiscono per imporre grandi investimenti, pretendendo che la gente si adatti, ma così non funziona. Troppe volte, invece di una spinta motivazionale, alla base della partecipazione ai corsi di formazione troviamo la paura di perdere il posto”

- Spesso i corsi e-learning si limitano a riportare sul web il libro tradizionale, senza sfruttare a pieno le grandi potenzialità della rete e dell'interattività che offrono questo tipo di corsi. Che esperienza ha in proposito?

“Le proposte di E-learning che giungono alla nostra azienda sono legate anche alle simulazioni, che spesso sono molto divertenti. La cosa che manca nell'E-learning è il rapporto umano, la relazione; ciò viene ovviato dall'introduzione di alcuni strumenti, dalle chat, alle aule virtuali con i tutor. Una delle carenze della Fad, a cui occorre ovviare è proprio la mancanza del rapporto umano”

- Cosa chiede all'interattività quando vaglia la possibilità di realizzare un corso all'interno della sua azienda?

“La necessità di una spiegazione è molto importante per chi fa parte di un'altra generazione. Chi è nato nell'epoca dei videogiochi non ha problemi, al contrario la formazione on-line può essere il miglior modo di procedere. I problemi subentrano con chi non ha la stessa attitudine con le nuove tecnologie e questo ha creato dei grandi insuccessi. Le tecnologie si stanno evolvendo sempre più rapidamente e questo genera soluzioni nuove, ma che necessitano di un orientamento e di particolare attenzione nella progettazione dei corsi.

Abbiamo fatto recentemente un esperimento con una scuola di lingua inglese on-line e questo ha palesato che in alcuni casi i risultati sono ottimi e in altri molto meno; abbiamo visto che alcuni dei partecipanti al corso si sono collegati da casa, e questo ha permesso loro di apprendere sfruttando i momenti liberi. Già dai primi anni novanta abbiamo creato delle postazioni dedicate, dove fosse possibile accedere facilmente ai corsi.

In questi ultimi anni i ritmi di lavoro sono aumentati e per fare un corso c'è bisogno di concentrazione, cosa che non avviene quando si hanno continue “distrazioni” per questo è così complesso impostare dei corsi all'interno delle aziende”.

- A chi si rivolge l'e-learning nella sua azienda?

“I nostri corsi sono rivolti a tutti i livelli dell'azienda, dal vertice agli operai.

Una delle nostre prime esperienze è stata nel 1992, con corsi di informatica, ma non ci siamo mai limitati soltanto al corso di informatica on-line, perché davamo la possibilità di incontrare il docente a fine corso; la chiamavamo validazione del corso perché volevamo appurare cosa avessero appreso i partecipanti ai corsi. Abbiamo iniziato fin da subito, quindi, un tipo di formazione *blended*, di cui oggi si parla molto.

Se noi vediamo l'E-learning come uno strumento per la formazione, credo sia preponderante l'ottica del corso misto, *blended*”.

Quali sono il vantaggio e lo svantaggio principali dell'E-learning?

“Il vantaggio maggiore è quello di far parte della rete, di poter raggiungere tutti nello stesso momento veicolando contenuti a tante persone contemporaneamente. Prima non era possibile, mi viene in mente l'immagine degli altoparlanti aziendali del passato, quello era l'unico modo per inviare un messaggio a tutta l'azienda e possiamo intuire la differenza...”

Non esiste secondo me un grosso svantaggio se non nella difficoltà di costruire piattaforme e tools per l'E-learning e soprattutto di renderle omogenee. Vengono presentate delle cose che

meravigliano inizialmente ma che difficilmente trovano un'applicabilità immediata, sia per questioni culturali, sia per la tecnologia. È difficile applicare su larga scala un'innovazione tecnologica, perché va capita da tutti e vi assicuro che non è assolutamente facile.

L'esempio che mi viene da fare è quello della posta elettronica, abbiamo pensato due o tre anni prima di riuscire a farla utilizzare da tutti, magari è mancata in passato la figura di un amministratore delegato che lanciasse un segnale forte al riguardo. Se fossimo riusciti a far capire a tutti contemporaneamente le potenzialità di questo strumento avremmo guadagnato molto in termini di produttività”.

Ringraziamo il Dott. Magnanti per averci concesso questa interessante intervista e rimandiamo i nostri lettori ai prossimi pareri che raccoglieremo riguardo la formazione e l'E-learning in particolare.