Web management

Francesco Gallucci

Regole, tecniche e strumenti della gestione d'azienda nel mondo digitale

APOGEO

BUSINESS PROFESSIONAL

Società dell'Informazione società della conoscenza?

Viviamo immersi in un mare di informazioni. A maggior ragione in una congiuntura storica in cui tutto ciò che è informazione è percepito come valore. Al punto che vi è chi discrimina la nuova povertà come mancanza di accesso all'informazione, ovvero incapacità di recepirla.

Ma cosa significa accesso?

In una prima analisi approssimativa, potremmo intendere per "accesso" semplicemente la disponibilità delle informazioni sulla Rete, ma una riflessione più attenta rivela la necessità di una definizione più complessa. L'accesso deve essere selettivo e la capacità di selezionare le informazioni è un fatto di cultura e di capacità. Quasi tutti i progettisti che hanno sviluppato siti della prima generazione, partono in genere dal presupposto che le tecnologie digitali consentano di pubblicare enormi quantità di informazioni (in formato testo, grafica, suono). Pochi sembrano ancora preoccuparsi del fatto che la gestione dell'informazione debba essere trasformata, ponendo l'utente al centro e non semplicemente rendendolo destinatario finale di un processo di trasferimento meccanico di informazioni dall'alto verso il basso. E altrettanto pochi sono quelli che ritengono non sia interessante soltanto aumentare la quantità dell'informazione a disposizione del cittadino, ma soprattutto migliorarne la qualità, trasformando così il processo di semplice trasferimento di informazioni in processo di conoscenza. Solo così l'informazione diventa patrimonio conoscitivo, solo così la selezione è possibile e non semplicemente discriminante funzionale. E si badi bene, non si tratta di un fatto tecnologico. Le tecnologie attuali consentono la gestione di un processo attivo di diffusione dell'informazione.

Comunicazione o trasmissione?

Diffusione di conoscenza e non semplice trasferimento o trasmissione di informazioni è quindi il presupposto per qualsiasi politica democratica dell'informazione; al punto che, a nostro avviso, assume e assumerà sempre più valore (e avrà quindi un prezzo, da pagare, sia monetario sia come investimento sociale) non già l'informazione in quanto tale, ma l'informazione selezionata e dispensata al momento giusto e nel luogo giusto. Per assurdo, possiamo quasi affermare di essere disposti a "pagare" per essere meno informati, ovvero per essere informati in modo adeguato ai nostri bisogni. Per conoscere e riconoscere, per capire e farci capire. È a questo punto però che entra in gioco il fattore culturale ed è su questo che si apre la sfida: diffusione di conoscenza presuppone, infatti, diffusione di cultura, ovvero, capacità di selezione e comprensione delle informazioni da parte del cittadino-utente e capacità di comunicazione da parte della comunità delle aziende e delle istituzioni. È la forma del dialogo, la crescita progressiva di entrambi i partner del processo comunicativo (utenti da un lato e Istituzioni dall'altro) che va posta al centro del quadro; solo in questo modo entrambi i partecipanti alla comunicazione in Rete, ognuno con ruoli, obiettivi, piani diversi ma complementari, potranno trarne vantaggio.

Le tecnologie di Rete, se utilizzate in maniera adeguata, svolgono in tal senso un ruolo decisivo. Se, infatti, è vero il presupposto da cui è partita questa riflessione e cioè che la cultura sia essenziale alla diffusione della conoscenza, l'attivazione di un processo culturale è cruciale ed è il fine di qualsiasi attività formativa, dentro e fuori la scuola. Ed è qui che le tecnologie e Internet ci possono aiutare, una volta che si è capito come utilizzarle in un processo di formazione a distanza. Ogni processo di formazione a distanza è essenzialmente un dialogo tra persone, mediato dalle tecnologie. Dialogo significa interazione; dialogo sulla Rete significa "apprendimento distribuito e collaborativi", significa processo formativo, in cui tutti gli attori coinvolti aggiungono valore, in un percorso il cui fine ultimo è la diffusione di conoscenza. Intorno a questo processo si sviluppa tutta una serie di nuove figure professionali, che si qualificano come vera e propria comunità virtuale di esperti, soprattutto nelle funzioni innovative che caratterizzano l'apprendimento online: dal tutor online al "facilitatore", dal docente classico, ma rivisto in una nuova chiave, all'animatore. In

tal senso la scuola e l'intero mondo della formazione sono chiamati ad assumersi una forte responsabilità. La vecchia idea di formazione a distanza, che nei ricordi di tutti noi evoca le cosiddette e famigerate "scuole per corrispondenza", dovrà lasciare il posto a un processo assolutamente nuovo, a una delle frontiere più interessanti e innovative dell'e-business, che si estende a un'attività *brain-intensive*, di alto valore aggiunto. Nasce un nuovo paradigma formativo, che potremo definire con un acronimo inglese "Jitol – just-in-time open learning", che si configura come nuova modalità di formazione, strettamente connessa con l'infrastruttura Intranet dell'azienda e designa la capacità di erogare formazione online al momento più adatto, secondo un processo di accrescimento continuo della conoscenza, del singolo e dell'intera struttura.

Gianna Martinengo, Presidente DIDAEL