

Dalle organizzazioni alla libreria

di **Alberto Signori***

Continuando le riflessioni iniziate a valle dell'incontro "Edit-For-Learning" organizzato da AIF il 29 maggio scorso a Milano (cfr. Learning News, anno II, n. 7 - Luglio 2008), emergono altri interrogativi.

L'editoria ha bisogno della Formazione?

Oltre il valore di ogni singolo intervento e l'abilità di chi ha condotto la giornata, il clima di cortesia che regnava tra editori e formatori durante l'evento del maggio scorso ha lasciato qualcuno perplesso. E il consenso quasi unanime nello scambio di domande e risposte tra gli uni e gli altri ha insospettito anche me.

La formazione è per l'editoria come il giardinaggio? Cioè, l'editoria ha bisogno della nostra comunità professionale come di qualunque altra area della teoria o della pratica umane? Né più né meno come del giardinaggio? A parte alcuni editori illuminati, alcune esperienze legate a tradizioni lunghe e prestigiose, piuttosto che alcune specifiche avventure editoriali, dove la passione aiuta a resistere anche agli insuccessi di mercato, mi sembra che le cose - in fondo - stiano così.

E' opportuno però, come spesso accade, coniugare la passione che ci anima anche ai dati di realtà che il mercato - in questo caso cartaceo - ci impone.

Sappiamo bene che ogni événement di carattere organizzativo fa dialogare parti diverse (in genere facilitatori e partecipanti, docenti e discenti si sarebbe detto una volta) e garantisce ai messaggi emersi in aula (fisica o virtuale che sia) un'area d'influenza che va ben oltre i muri

* dopo la Laurea in Storia e il Master Europeo in Scienze del Lavoro, entra in azienda e ricopre posizioni HR in alcune multinazionali tra cui Pirelli e Glaxosmithkline. E' attualmente Responsabile dello Sviluppo Organizzativo per il Corporate Brembo.

E-mail: alberto_signori@yahoo.it

dei centri di formazione e arriva fin dentro la cerchia di familiari, amici, colleghi con cui passiamo il nostro tempo.

Da partecipanti, quante volte siamo usciti da aule più o meno impegnative con riferimenti di articoli, saggi, riviste, romanzi, autori da cercare immediatamente dal libraio di fiducia o tra le pagine di internet? E da docenti o facilitatori, quante volte abbiamo condiviso con gli altri (o sperato che la richiesta avvenisse) i nomi e i cognomi dei nostri maitres à penser? L'editoria ha bisogno della formazione, in questo senso, perché coniugando passione e realismo, non sfugge agli occhi di nessuno il potenziale di diffusione dei prodotti editoriali che ogni intervento formativo scatena, anche se con un'intensità minore rispetto al passato, vista la predominanza della televisione nel dettare ritmi e mode culturali.

Le case editrici percepiscono questo potenziale? Sono pronte ad accoglierne le istanze e le specificità delle organizzazioni per poter iniziare davvero un profondo scambio che produca benefici per entrambe le parti? In questo quadro, penso più al sistema editoriale nel suo complesso che non all'esempio specifico di collane monografiche. Uno scambio profondo e verace tra case editrici e mondo della formazione dovrebbe infatti avere un impatto soprattutto sulle infrastrutture di questo processo culturale, sui percorsi (anche su di un piano prettamente materiale, fisico, logistico, non solo simbolico) che portano il lettore di fronte al suo libro, e quest'ultimo dalla libreria all'azienda, e ancora dalle aule di formazione ai tavolini di casa.

Di organizzazioni che regalino o promuovano libri se ne sono viste, così come oggi si vedono organizzazioni che promuovono l'azione della lettura adibendo spazi fisici per la consultazione di testi o lo studio individuale. Passando al mondo... delle piccole cose, ad esempio, la Mediateca Brembo di auto-sviluppo è nata ormai da un anno e accoglie (oltre ai pacchetti di auto-apprendimento) riviste di business e management (italiane e non), saggi, manuali, narrativa e accesso a podcast o courseware di università di tutto il mondo: tutti gli oggetti sono organizzati e classificati secondo il modello di competenze Brembo e funziona sin dall'apertura un sistema di prestito inter-stabilimento che dalla fine di quest'anno potrebbe estendersi anche a livello internazionale. Basta? La prenotazione dei testi effettuandosi soprattutto

tramite intranet, al momento la popolazione più fidelizzata al servizio è quella di impiegati (in prima posizione, i neo-assunti) e quadri (più dei dirigenti), ma il prossimo obiettivo è quello di intercettare l'attenzione degli operai, che sin dall'inizio hanno avuto la possibilità di accedere ma non hanno risposto con entusiasmo all'offerta.

Certo, da tempo in molte aziende l'offerta di e-learning è fruibile dal proprio pc, ma in questo caso stiamo parlando di qualcosa di differente, concentrandoci sulla fisicità di spazi adibiti alla lettura e all'apprendimento, che siano fruibili secondo codici, regole, orari e modalità tutti da definire. Noi, siamo solo all'inizio.

In conclusione, penso che l'editoria abbia bisogno della formazione anche come intermediario tra il mondo (percepito dall'Accademia come basso) delle Organizzazioni e quello della Cultura dominante. Tranne che, in questo caso, sta proprio a noi operatori di quest'ambito diventare bravi nell'arginare le sfilate e le vetrine di best practices aziendali (come ho appena fatto io con la nostra mediateca), per promuovere apprendimento – quindi cultura – anche a partire dalle worst practices, dai fallimenti e dai piccoli inceppamenti dei nostri progetti. Sul tema degli errori, segnalo en passant il convegno dello IACP (non le case popolari, no, ma l' "Istituto dell'Approccio centrato sulla persona") che si svolgerà a Napoli il 10 e l'11 ottobre sul tema "IMPARARE DAGLI ERRORI: GLI ERRORI COME MAESTRI.

Teoria e prassi di una ecologia centrata sulla persona". Buone letture a tutti!