

Boom di corsi online: le università fiutano il business dei «Mooc»

Eugenio Bruno

In Italia un piano digitale non si nega a nessuno. E infatti ce l'hanno la Pa, la sanità, l'industria, la scuola. E allora perché non estenderlo all'università? È il ragionamento che ha spinto i rettori italiani a farne la loro prossima "linea del Piave". Con una proposta di finanziamento da 1,5 miliardi in 5 anni, tra fondi italiani ed europei, che a breve sarà recapitata al neoministro Marco Bussetti. Ma per partire, spiega il segretario generale della Crui Alberto De Toni, «bastano 100 milioni».

Uno dei capisaldi del piano nazionale università digitale - che sarà presentato a Udine il 27 e 28 giugno durante i Magnifici incontri 2018 - sarà il riposizionamento degli atenei italiani nel grande business dei Mooc. Un acronimo (*Massive open online course*) che racchiude in sé la propria ragione sociale: corsi di studi disponibili in rete, e che della rete sfruttano le infinite possibilità tecnologiche e culturali, per un gran numero di fruitori. Non per forza laureati che vogliono aggiungere crediti formativi. Ma anche aspiranti matricole desiderose di orientamento o lavoratori bisognosi di aggiornamento professionale. In genere gratis visto che l'unico contributo richiesto riguarda la certificazione formale delle competenze acquisite.

In vista di quell'appuntamento, il gruppo di ricerca HERe (Higher Education Research) della Crui ha preparato un documento su un segmento dell'offerta formativa mondiale che in sei anni ha raggiunto 80 milioni di utenti nel mondo. Con oltre 800 atenei in campo e 9.400 corsi a disposizione. La parte del leone l'hanno fatta finora i grandi provider statunitensi come "Coursera", "edX" e "Udacity" (53 milioni di fruitori in tre). A cui negli ultimi anni si sono aggiunti operatori europei ("OpenupEnd") e nazionali: dalle 17 università consorziate in EduOpen a "Federica" della Federico II di Napoli o a "Polimi Open Knowledge".

Proprio il "papà" di Federica, il politologo Mauro Calise, presenterà a Udine il position paper della Conferenza dei rettori sulle opportunità offerte dai Mooc. In teoria sconfinata. Anche se una stima aggiornata sugli utenti italiani al momento non esiste. Nel 2015 ne erano stati censiti 127mila, a cui andavano aggiunti quelli di EduOpen e gli iscritti ai provider internazionali. A spanne 500mila persone. Un numero destinato, a suo giudizio, a crescere in maniera esponenziale se si considerano due fattori. Il primo è l'allergia dei nostri lavoratori alla formazione continua (e infatti siamo al quindicesimo posto nell'Ue, ndr). E il long life learning è il bacino più ricco in cui i corsi a distanza possono pescare. Il secondo sono i giovani laureati che mancano. A loro e a tutti quelli che abbandonano dopo il primo anno si rivolge l'offerta "freemium" (gratuita e di qualità) di "Federica" che in autunno lancerà quattro corsi di laurea per l'80% online: Economia aziendale, Ingegneria informatica, Ingegneria meccanica e Scienze del turismo.

A queste praterie Calise, che alla Federico II insegna Scienza politica, aggiunge l'internazionalizzazione. «Per portare a Napoli quattro studenti cinesi - racconta al Sole 24 Ore - devo fare 28 incontri bilaterali con università straniere che esplodono. Vengono da noi, investono nello studio dell'italiano e poi magari scoprono che non ce la fanno. Se gli offro una laurea freemium in ingegneria insieme a un corso di italiano all'Oriente è chiaro che mi si apre un'altra prateria». A patto di puntare sulla qualità e buttare più di un occhio al mondo del lavoro che cambia. «Pensiamo agli e-learner 4.0 - conclude Calise. Come possiamo pensare di lasciarli a LinkedIn e Microsoft?». Un interrogativo che sta al mondo accademico (e al governo) raccogliere.



Politologo Mauro Calise, docente di Scienza politica alla Federico II, è considerato il "papà" di Federica: la piattaforma per i corsi online dell'ateneo federiciano che in autunno lancia le prime 4 lauree via internet