

# Non conta solo il tempo

*La formazione è molto più che una questione di orari, obblighi o corsi*

di Sergio Sorgi\*

Otto, quattro, 15 ore. La **formazione finanziaria e assicurativa** si misura spesso in tempi di fruizione e non in obiettivi di apprendimento. Ci sembra tuttavia necessario riflettere su alcuni temi dei quali nel settore finanziario si discute molto poco: le finalità del processo formativo, l'uso corretto dei media e la mancanza di riferimenti disciplinari forti. Iniziando dalle **finalità**, i fautori degli approcci teorico-accademici ritengono che le materie di studio debbano coincidere con le nozioni fondamentali, spesso identificate nei mercati e nei prodotti. I fautori dell'approccio pragmatico, al contrario, ritengono che le nozioni debbano essere limitate ad aumentare l'efficacia nella vendita, più o meno consulenziale. Ora, come

spesso accade, l'efficacia ci pare stare nel mezzo, dove le teorie sono rilevanti ma devono essere apprese solo se effettivamente applicate al lavoro. Inoltre, la disciplina formativa (scienza dell'apprendimento degli adulti) evidenzia che gli adulti apprendono per problemi e non per materie. Questo vuol dire, per esempio, che l'abuso di approccio teorico o per materie può portare a un massivo insegnamento di riforme previdenziali (Amato, Dini, eccetera) al quale non si abbina alcuna competenza di calcolo nel partecipante. L'inefficacia e/o inefficienza di una formazione "staccata" dai suoi esiti comportamentali ci porta al secondo dei temi oggetto di analisi: il **corretto utilizzo dei media**. La formazione, infatti, può essere erogata in aula, a distanza (e-



**L'e-learning permette di graduare modi e tempi.**

learning) e a distanza con interazione (webconferencing). Ogni sequenza e ogni mezzo hanno le loro regole, la loro funzione, il loro equilibrio. L'uso di più di un media per ottenere risultati è fortemente consigliato. Si parla, in questo caso, di formazione "blended", amalgamata con attenzione agli

ingredienti e alla loro misura. L'alternarsi di media può essere variamente definito. Nella nostra esperienza, ci pare efficace un uso di aula per motivare, dare cornici, inquadrare il problema, e-learning per approfondire, personalizzare ed esercitare, webconferencing per sperimentare in termini laboratoriali quanto appreso e condividere feedback.

L'aula, infatti, non è luogo di apprendimento mnemonico-nozionistico, che non ha benefici nella compresenza. L'e-learning, al contrario, consente a ciascun utente di graduare tempi, approfondimenti, scansioni in base al suo specifico livello di apprendimento. Non rispettare l'uso corretto dei media ha due conseguenze: dissipare denaro e/o tempo. L'efficacia, tuttavia, riguarda anche i contenuti. Troppo spesso, infatti, si individua nel prodotto finanziario o assicurativo l'oggetto principale dell'apprendimento.

Come se il portafoglio, più o meno ottimo, o i vantaggi fiscali di un prodotto previdenziale fossero il fattore distintivo del servizio alla clientela. Si riscontra, in pratica, una formazione fortemente orientata al collocamento, in apparente distonia con l'affermazione generalizzata dell'importanza strategica della consulenza e della pianificazione finanziaria. Infine, sarebbe utile che gli utenti conoscessero le teorie e i modelli di riferimento alla base della formazione erogata, per comprendere correttamente il contesto di validità. Questo significa evidenziare se la progettazione è stata fatta, per esempio, per obiettivi o per contenuti, se l'approccio è scienziato, soggettivista o post moderno, se si adoperano modelli esperienziali (per esempio, l'utilissimo Kolb) e tassonomie (Gagnè, Guilford, Bloom). Insomma, la formazione finanziaria è altro rispetto a un corso, a un obbligo, a un orario.

\*Progetica