

## OPEN UNIVERSITY

Un crescente numero di istituzioni accademiche di tutto il mondo sta aprendo le proprie aule, una volta esclusive, a tutti coloro che vogliono dare un'occhiata.

Già nel 2004 Apple distribuiva contenuti su iTunes U, inizialmente solo agli studenti iscritti alle università aderenti al progetto. La partnership era vantaggiosa per entrambi: le università ottenevano una riduzione sui costi dell'applicazione e i prodotti Apple diventavano "must have" per gli studenti.

Nel 2002, il Massachusetts Institute of Technology lanciò [MIT OpenCourseWare](#) con la prospettiva di rendere disponibili online gratuitamente tutti i corsi. Lo scorso dicembre, MIT OCW ha superato i 50 milioni di visitatori da tutto il mondo.

Nel 2005, le università si sono riunite per formare il [Consorzio OpenCourseWare](#), che include i migliori atenei di Cina, Europa, Giappone, America Latina e Stati Uniti.

Ma perché queste istituzioni si addossano un costo enorme per regalare il loro prodotto primario? La produzione di contenuti dedicati a una fruizione globale può essere estremamente dispendiosa. MIT spende più di \$10.000 per ogni corso che comprende solo materiali di testo, le lezioni con video costano due volte tanto.

Ma sono soldi spesi bene, i contenuti online attirano nuovi studenti, mantengono collegati gli ex allievi e incoraggiano l'innovazione. Le università hanno deciso che questi benefici superano le preoccupazioni circa i costi e le questioni legate alla proprietà intellettuale. Dopo tutto, il materiale libero non dà la possibilità di acquisire la laurea e gli spettatori non possono interagire con il docente.

Nel mese di marzo 2009, YouTube ha lanciato il canale per l'istruzione [YouTube Edu](#), dedicato esclusivamente a video da più di 100 scuole, compresi Stanford, MIT, Harvard, Yale e la prima università a iscriversi a YouTube: UC Berkeley. Vengono proposti video promozionali, tour dei campus, ma soprattutto lezioni in presa diretta in aula, che gli utenti possono valutare su una scala a cinque stelle.

L'idea per il sito, [AcademicEarth.org](#), che dà la possibilità di dare il voto alle lezioni, è nata quando uno dei fondatori, il 23enne Richard Ludlow, si trovò in difficoltà con un corso di algebra a Yale e scoprì sul Web utili lezioni dell'autore del suo libro di testo, professore del MIT. Secondo Ludlow, le università non dovrebbero ostacolare i docenti che si affidano al supporto delle esposizioni online di colleghi famosi, poiché in questo modo gli studenti fruiscono dell'esperienza di grandi lezioni e il docente "locale" ha più tempo per rispondere alle domande dirette.

Strumenti come iTunes U e YouTube EDU non solo avvantaggiano gli "allievi della formazione permanente", i curiosi di scienza, storia e tecnologia, ma costituiscono potenti mezzi di marketing che forniscono una dimensione dell'esperienza della scuola. Il valore reale dell'educazione in un'università va ben al di là delle lezioni che si svolgono nelle facoltà. I canali online sono un modo per dare alle persone un assaggio dell'esperienza universitaria di istituzioni prestigiose come il MIT, Stanford, Harvard, ecc.

Nei Paesi di cultura anglosassone, la missione delle università è triplice: l'insegnamento, la ricerca e il servizio alla comunità; la tecnologia ha consentito di abbattere le barriere della geografia estendendo la comunità a tutto il mondo.

Da parte dei navigatori vi è grande richiesta per tutti i tipi di lezioni online, come mostrato dalla popolarità di siti come [TED.com](http://TED.com) (Technology Entertainment & Design) che trasmette colloqui di innovatori nel campo della tecnologia, dell'intrattenimento e il design. Ma una delle più interessanti conseguenze dell'"open courseware" può essere il suo impatto sugli insegnanti, che hanno un nuovo modo di avere un feedback dagli studenti e nuovi stimoli per insegnare meglio.

E in Italia? A quando l'"università aperta"? Alcuni atenei ([Pisa](#), [Bergamo](#), la [Tuscia](#), [Bologna](#), [Palermo](#) e Padova). hanno avviato qualche timido esperimento. Un progetto più strutturato è quello di "[Federica](#)", il portale di weblearning dell'Università Federico II di Napoli, presentata nel marzo scorso, raccoglie più di cento corsi, circa 2000 lezioni, podcast e video.

E' un primo passo, ma sono pronte le nostre università per accettare la sfida, confrontarsi con il mondo del web e coglierne gli imprevedibili vantaggi?