

CREARE ENGAGEMENT

PER DOCENTI, OPERATORI DI ORIENTAMENTO,
PROFESSIONISTI

Questa guida è stata realizzata nell'ambito dello sviluppo del Sistema regionale di orientamento - Misura 2 azione 2 Misura 2 D.G.R. 21-8805.

Il prodotto è da considerarsi a supporto e complementare alle azioni di orientamento del sistema, e non come prodotto di comunicazione verso l'esterno. Non rappresenta una parte esaustiva sul tema trattato, né può essere considerato o utilizzato come parte indipendente ed autonoma rispetto al processo e alle azioni in cui è inserito.

In tutti i prodotti collegati alle azioni di orientamento del Sistema Piemonte vengono riconosciuti come fondanti e imprescindibili i principi di Pari Opportunità e di non discriminazione. La scelta del genere maschile e neutro è esclusivamente motivata da ragioni di sintesi.

La citazione di testi delle opere e/o la riproduzione di parti di composizioni musicali o di opere dell'arte cinematografica sono effettuate entro la cerchia ordinaria della scuola, per finalità di insegnamento e non a scopo di lucro, assicurando il rispetto del copyright e del diritto di autore ai sensi degli artt. 15 e 70 della L. 633/1941.

Indice

Definizione e definizioni: l'importanza del coinvolgimento in orientamento.....	4
Le dimensioni dell'engagement.....	8
Progettare azioni orientative coinvolgenti.....	9
Tecniche di facilitazione e attivazione.....	10
Strumenti per l'engagement.....	12
Reference.....	19

Definizione e definizioni: l'importanza del coinvolgimento in orientamento

**“Dimmi e io dimentico. Mostrami e io ricordo. Coinvolgimi e io imparo”
Benjamin Franklin**

L'orientamento è stato riconosciuto, a livello internazionale, come uno dei processi fondamentali nella formazione degli individui tanto da divenire un tema centrale negli ultimi anni. La definizione di orientamento si è arricchita alla luce di quanto è emerso da due differenti Consigli dell'Unione Europea intitolati “Educazione, Giovani e Cultura” (del 2004 e del 2008), nei quali si è ribadita la dimensione “permanente” dell'orientamento. Per orientamento permanente si intende, quindi, un processo che dura per tutto il corso della vita e che, in qualsiasi momento di transizione serve ai cittadini per identificare le proprie capacità, le proprie competenze ed i propri interessi, al fine di prendere delle decisioni che riguardano l'educazione, la formazione ed il futuro professionale. Pertanto, la mission dell'orientamento è quella di aiutare individui e gruppi a riflettere sul loro posto nel mondo e sui piani per il loro futuro affinché la persona e i gruppi diventino artefici di nuove opportunità condivise, siano in grado “di lottare nel mondo che li circonda e siano in grado di immaginarsi un mondo diverso, un mondo migliore” (Hooley, Sultana, Thomsen, 2017). In quest'ottica, l'orientamento opera per coinvolgere e attivare i cittadini affinché diventino protagonisti di scenari in divenire e abbiano voce in capitolo nel delineare le sorti del contesto in cui vivono (lungi da un approccio dell'uomo giusto al posto giusto).

Nel tratteggiare una definizione più ampia dell'orientamento possiamo riferirci a due differenti funzioni legate ad approcci/azioni che, in forma congiunta, mirano al raggiungimento della sua finalità principale: aiutare individui e gruppi a riflettere sul loro posto nel mondo e sui piani per il loro futuro affinché la persona e i gruppi diventino artefici di nuove opportunità condivise, siano in grado “di lottare nel mondo che li circonda e siano in grado di immaginarsi un mondo diverso, un mondo migliore”. La prima funzione, che possiamo definire orientamento informativo, include le pratiche che si propongono l'obiettivo di fornire alla persona quegli strumenti necessari per l'acquisizione e l'analisi delle informazioni utili per affrontare una scelta formativa o lavorativa. La seconda funzione, conosciuta come orientamento formativo si riferisce, in generale, all'educazione alla scelta.

Tuttavia, questa tipologia di orientamento possiede una serie di sfaccettature a seconda del contesto disciplinare in cui è collocato. All'interno delle Linee guida nazionali per l'orientamento permanente (pubblicate dal MIUR il 19 febbraio 2014), l'orientamento formativo – con particolare riferimento ai contesti scolastici – viene definito come quell'insieme di azioni che si realizza con l'insegnamento/apprendimento disciplinare, finalizzato non solo all'apprendimento dei saperi ma anche all'acquisizione di life skills e di competenze di cittadinanza.

Le condizioni dell'attuale società sono collegate all'acronimo VUCA, al quale corrispondono le seguenti caratteristiche: volatilità, incertezza, complessità e ambiguità. Vale a dire che, in tale scenario è fondamentale tenere in considerazione: la velocità e l'interdipendenza che intercorrono tra le diverse variabili (volatilità e complessità), le relazioni poco chiare tra le diverse situazioni che compongono uno scenario (ambiguità) e l'imprevedibilità del cambiamento (incertezza). In questo contesto, quindi, orientare significa mettere gli individui nella condizione di sviluppare competenze che permettano loro di auto-orientarsi. Questo significa che "non c'è orientamento senza che il soggetto si senta cittadino attivo e protagonista del mondo" (Amundson, 2009). Infatti, oggi più che mai sono richiesti livelli di coinvolgimento molto alti poiché le attività orientative non si configurano più come interventi situati per la gestione di un particolare momento di transizione ma vadano nella direzione di fornire una cassetta degli attrezzi che l'utente porterà con sé nel corso della propria vita e che potrà utilizzare in ogni momento di cambiamento o scelta.

A partire dall'origine etimologica della parola coinvolgimento (dall'inglese engagement) è possibile coglierne immediatamente la declinazione orientativa. Infatti, coinvolgimento viene da convolvere che significa avvolgere (in senso di immersione) e svolgere (ovvero portare al cambiamento). In chiave orientativa quindi, "il coinvolgimento rappresenta una nuova modalità di dialogo orizzontale centrato sull'esperienza dell'utente" in cui si superano le logiche top-down per lasciare spazio a nuove dinamiche che diventano propulsore di apprendimento e di cambiamento individuale e collettivo. Coinvolgere significa "cedere potere", rendere orizzontale il flusso. Da un punto di vista metodologico, il coinvolgimento dell'utente passa necessariamente dalla centralità dello stesso nei tanto processi di progettazione dell'intervento quanto nel design di azioni, materiali e interventi di orientamento. A questo proposito, le teorie del costruttivismo e del costruzionismo, seppur strettamente connesse all'apprendimento, si configurano come una solida base che ci permette di introdurre la valenza del coinvolgimento dell'utente durante le attività orientative. La teoria del costruttivismo propone una visione dell'insegnamento/apprendimento come co-costruzione del sapere insieme all'utente, contrapponendo questo approccio alla mera trasmissione della conoscenza.

A tale assunto, la teoria del costruzionismo associa, per incrementare l'efficacia dell'intervento, la proposta di coinvolgere gli studenti in attività che prevedano la produzione di artefatti, ovvero prodotti materiali, che possano essere significativi per consolidare gli apprendimenti. Gli studenti, quindi, apprendono di più e meglio quando hanno la possibilità di agire e di contribuire alla co-costruzione del sapere, ovvero quando coinvolti come protagonisti nel processo di apprendimento attraverso la ricerca, la progettazione e la costruzione di un artefatto che si configura come rappresentazione della loro conoscenza.

Alla luce di queste considerazioni che mettono al centro il coinvolgimento dell'utente per finalità orientative, emerge un ulteriore aspetto da considerare ovvero l'indissolubile legame che unisce formazione e orientamento. In un contesto come quello attuale, così mutevole e flessibile, è necessario coinvolgere e attivare l'utente in un processo di apprendimento che realizzi obiettivi formativi specifici in termini di acquisizione di competenze di auto-orientamento.

Questa necessità di sviluppare competenze di auto-orientamento è enfatizzata dalla crescente attenzione nei confronti di un gruppo di competenze note come Career Management Skills (CMS). Le CMS sono definite come un insieme di competenze che consentono ai cittadini, di qualsiasi età e in qualsiasi fase di sviluppo si trovino, di gestire i loro percorsi di apprendimento e la loro vita lavorativa (ELGPN, 2015). Nonostante la pluralità di modelli di riferimento per le CMS, l'analisi critica di una serie di questionari somministrati ad esperti europei – da parte dell'ELGPN (European Lifelong Guidance Policy Network) evidenzia un alto grado di accordo rispetto alle tematiche oggetto dei programmi di orientamento. Nella fattispecie, le tematiche prese in considerazione nei diversi contesti si riferiscono a risultati di apprendimento che riguardano competenze legate alla scelta, alla capacità di intercettare le opportunità formative e lavorative e di gestire le diverse transizioni e di aumentare la propria autoconsapevolezza (Sultana, 2012).

In Italia l'attenzione ricade sulle CMS a seguito dell'accordo tra Governo, Regioni ed Enti Locali sul documento "Definizione delle linee guida del sistema nazionale sull'orientamento permanente" (Repertorio atti n. 136/CU del 5 dicembre 2013), con il quale le suddette competenze sono state inserite come punto cardine delle "Linee guida nazionali sull'orientamento permanente". Tuttavia ad oggi, non è ancora stato definito un quadro di riferimento condiviso a livello nazionale.

Per questa ragione, di seguito, faremo riferimento ad un modello di CMS esito da un progetto internazionale che ha visto la partecipazione e la collaborazione di diversi paesi per la realizzazione di un framework europeo delle CMS. Tale progettualità ha previsto la realizzazione di un modello suddiviso in sei aree di competenze che prevedono tre diversi livelli di attivazione che prevedono l'adattamento del lavoro dei consulenti di orientamento in ragione degli obiettivi che si intendono raggiungere.

I tre livelli di attivazione si muovono a partire da azioni che prevedono un livello sempre crescente di coinvolgimento da parte degli individui e fanno riferimento al livello di supporto che gli operatori devono mettere in atto nel raggiungimento degli obiettivi di apprendimento di ciascuna delle sei aree di competenze. Il primo livello fa riferimento all'acquisizione di conoscenze e competenze relative all'esplorazione del proprio sé e dei propri punti di forza. Si riferiscono a tale livello anche l'esplorazione di orizzonti professionali inediti e il potenziamento delle relazioni attraverso lo sviluppo di competenze di comunicazione, empatia e collaborazione. Il secondo livello, che prevede un livello di attivazione maggiore rispetto al precedente, si riferisce invece allo sviluppo di competenze che mettano l'individuo nelle condizioni di impegnarsi attivamente nel monitoraggio e nella valutazione delle proprie esperienze formative, lavorative ed extra scolastiche/professionali nell'ottica di verificare i risultati ottenuti. Il raggiungimento di tale livello di attivazione corrisponde quindi alla capacità di gestire consapevolmente ed efficacemente situazioni di transizione e cambiamento, nonché di cogliere occasioni inaspettate, nell'ottica di migliorare la propria situazione. Il terzo ed ultimo livello di attivazione riguarda la pianificazione della carriera in termini di progettazione e messa in atto consapevole del proprio progetto di carriera, formativo, professionale e di vita, ovvero tenendo conto delle variabili che caratterizzano l'attuale scenario (sociale, culturale ed economico) in costante movimento.

Alla luce di queste considerazioni, la pratica di orientamento deve arricchirsi di strumenti di personalizzazione degli interventi da un lato e di tecniche di facilitazione innovative che possano essere in grado di stimolare il coinvolgimento dell'utente nella realizzazione del proprio piano di sviluppo personale che tenga conto del suo percorso formativo, professionale e di vita. Si muovono in tale direzione anche le nuove "Linee guida per l'orientamento" del 22 dicembre 2022, nella quali vi è un preciso rimando alla necessità di personalizzare le attività di orientamento alla luce delle differenze di ciascuno. In tal senso, una delle misure proposte dalle linee guida è l'utilizzo di uno strumento che prende il nome di e-portfolio. L'e-portfolio è un documento digitale multimediale che consente agli studenti di "mostrare" conoscenze e competenze raggiunte in uno strumento che si compone di una serie di documenti, artefatti digitali, attività di riflessione su se stessi.

In pieno accordo con la teoria costruttivista, quindi, anche a livello istituzionale è stata ribadita l'importanza di coinvolgere attivamente gli studenti nel processo di orientamento messo in atto a scuola. Nella fattispecie, questo strumento sarà utilizzato con l'obiettivo di "mettere in evidenza le competenze digitali di ogni studente ed eventualmente accrescerle anche con appositi interventi di sostegno da parte delle istituzioni scolastiche e formative; dall'altro lato, di valorizzare le competenze acquisite, di avere a disposizione le più importanti prove di una trasformazione di sé, delle relazioni con la cultura, il sociale, gli altri e il mondo esterno, a partire dal mondo del lavoro e del terzo settore" (Linee guida per l'orientamento, p.5).

Le dimensioni dell'engagement

engagement #1:

utente al centro - modalità di dialogo orizzontale - approccio costruttivista

definizione condivisa di significati, bisogni, servizi

Viola, F., & Cassone, V. I. (2017). L'arte del coinvolgimento: emozioni e stimoli per cambiare il mondo. HOEPLI EDITORE

engagement #2:

apprendimento -career education

apprendimento di career management skills

engagement #3:

azione - una molla all'azione trasformativa individuale e collettiva

cittadinanza attiva - "career management"

Le dimensioni dell'engagement

Strategie di engagement per creare interesse/motivazione

Come coinvolgere l'utente nel primo incontro/utilizzo?

Strategie di engagement nella definizione dell'azione

Come coinvolgere l'utente nelle attività proposte?



Strategie di engagement per creare la perfetta occasione

Come creare occasioni perché l'utente possa fare la migliore esperienza possibile?

Strategia di engagement nella risposta

Come ricompensare l'utente della partecipazione?

Progettare azioni orientative coinvolgenti

Come coinvolgere l'utente nelle attività proposte?

Non possiamo non prendere in considerazione come gli utenti verranno coinvolti nella fruizione di materiali e servizi.



Hooley, T. (2020). Creating e-tivities for career learning. https://www.youtube.com/watch?v=c_hNLFRPmmM

Si muove in questa direzione la proposta metodologica di Tristram Hooley a supporto della consulenza di orientamento in forma integrata: una forma che preveda sia attività face-to-face che attività online, chiamate dall'autore e-tivities, utilizzando un gioco di parole (Bakke, Hooley, 2022). La progettazione di tali attività online inizia con un'azione comune a quelle in presenza, ovvero, la selezione dei risultati di apprendimento. Nel caso in cui si volessero utilizzare come risultati di apprendimento le competenze di gestione della carriera sarà necessario, in ragione dei tempi a disposizione, selezionare una o più competenze presenti nel framework di riferimento delle Career Management Skills e valutare il livello di acquisizione della stessa (o delle stesse) al quale vogliamo portare gli utenti. Subito dopo, suggerisce l'autore, è fondamentale individuare delle risorse collegate a tali obiettivi che si intende raggiungere: non si tratta solo di erogare una lezione frontale ma di predisporre materiali e risorse utili per esplorare il tema prescelto (resources). Tali risorse devono essere progettate con il preciso scopo di portare gli utenti ad un coinvolgimento (engagement) e, di conseguenza, alla messa in atto di azioni (interactions) esplorative, riflessive e di esercizio di capacità critiche in grado di attivare il soggetto e di renderlo non solo parte integrante del sistema, ma vero e proprio protagonista.

Si aggiungono a tale modello: il ruolo dell'orientatore, che risiede nel fornire feedback valutativi per implementare l'interazione e il dibattito; la necessità di portare gli utenti a pianificare azioni in termini, per esempio, di modalità in cui le risorse messe a disposizione possano essere utili per pianificare la propria carriera. Se tutte le variabili considerate finora, potrebbero considerarsi per certi versi molto simili a quelle da prendere in considerazione per progettare un'attività in presenza, un aspetto particolare delle e-tivities riguarda l'utilizzo della tecnologia. È fondamentale, per la buona riuscita di un'attività svolta online che la struttura della stessa sia chiara non solo in termini di risorse, coinvolgimento e interazione ma anche rispetto a quali strumenti ed in quali momenti saranno utilizzati nel corso dell'attività.

Tecniche di facilitazione e attivazione

Quando parliamo di gruppo in orientamento, facciamo riferimento ad una serie di caratteristiche particolari, infatti, un gruppo in orientamento è:

- Centrato sul compito, ovvero implica che il risultato da ottenere sia connesso all'esperienza formativa o lavorativa dei componenti;
- Strutturato, in quanto le attività di orientamento sono state progettate e selezionate dai consulenti considerando le caratteristiche e le esigenze dei partecipanti;
- Ristretto, poiché si tratta di un gruppo di massimo 10 persone (nel caso in cui sia più ampio, vengono creati dei sottogruppi);
- Omogeneo, ovvero si tratta di un gruppo costituito da persone che condividono un percorso formativo simile e pertanto si percepiscono confrontabili, in termini di esperienza, rispetto al compito da svolgere (Pombeni, D'Angelo, 1998).

Un modello al quale è possibile ricorrere per la progettazione, la preparazione e l'implementazione degli interventi di career education in gruppo è stato definito da Westergaard (2009) con l'acronimo FFAST e fa riferimento a:

- **Focus.** L'analisi dei bisogni dei partecipanti è cruciale per lo sviluppo delle attività. In questo senso, oltre al tipo di transizione formativa o lavorativa affrontata, può essere necessario considerare anche altre caratteristiche dei partecipanti, quali l'età, il genere e altri aspetti che ne definiscono le appartenenze sociali. È facilmente comprensibile che lo stesso tipo di transizione, ad esempio legata alla ricerca di un nuovo lavoro, può essere collegata a bisogni decisamente differenti se vissuta in differenti fasi della vita o ancora come appartenente a gruppi sociali più o meno svantaggiati. Questa analisi può richiedere la raccolta di informazioni preliminari, coinvolgendo anche direttamente i partecipanti nella fase di indagine dei bisogni.

- **Aim.** La finalità dell'intervento deve essere chiara perché i partecipanti ne possano riconoscere subito la rilevanza per sé e perché il conduttore possa sviluppare correttamente gli obiettivi e le attività nelle quali coinvolgere il gruppo. Senza una finalità chiara il gruppo rischia di percepire una mancanza di direzione e determinazione.
- **Activities.** La scelta delle attività da proporre dovrebbe basarsi sui principi e le teorie dell'apprendimento. In generale, vanno privilegiate tecniche di didattica attiva che rispondano alla necessità di coinvolgere tutti i partecipanti, supportando la riflessione personale e il cambiamento. Ancora una volta alcune caratteristiche dei partecipanti come l'età e il genere possono indirizzare il conduttore nello scegliere attività più o meno strutturate o che simulano il gioco.
- **Structure.** La struttura deve essere funzionale a supportare il processo di apprendimento, sviluppo e cambiamento dei partecipanti. In questo senso, l'autrice considera importanti un'iniziale riflessione sull'obiettivo della sessione e sulla rilevanza per sé stessi, una successiva esplorazione delle alternative su come affrontare la propria situazione, seguita dalla valutazione e dalla scelta dell'opzione che si ritiene più vantaggiosa e infine dalla pianificazione della sua realizzazione. Ovviamente è opportuno che la struttura sia flessibile in modo da adattarsi ai tempi del gruppo. Un gruppo infatti potrebbe necessitare di più tempo per la riflessione, mentre un altro potrebbe dedicarsi maggiormente all'esplorazione delle alternative, e così via.
- **Techniques.** Le tecniche si riferiscono alle strategie di facilitazione della partecipazione che il conduttore deve utilizzare in maniera competente. L'ascolto attivo, dimostrato dal conduttore attraverso segnali sia verbali sia non verbali, risponde al bisogno dei partecipanti di sentirsi capiti e valorizzati; inoltre le domande aperte e il probing, ovvero la sollecitazione della risposta e del suo approfondimento, favoriscono il coinvolgimento di tutti, anche dei più restii a partecipare, e sostengono la condivisione di informazioni, che è una risorsa fondamentale nel gruppo. Il conduttore può anche facilitare il processo di apprendimento e cambiamento, usando ricapitolazioni e sintesi di quanto emerso nelle sessioni, oppure può formulare domande sfidanti che mettano in luce eventuali discrepanze, incongruenze e mancanza di realismo nel punto di vista dei partecipanti.

Il lavoro di gruppo, sottolinea Albert Bandura, si configura come un esercizio di "agentività collettiva, in cui gli individui uniscono le loro conoscenze, abilità e risorse, si aiutano a vicenda, formano alleanze e collaborano per realizzare insieme ciò che non possono ottenere da sole" (Bandura, 2012, p.14).

L'intervento di orientamento in una dimensione di gruppo può offrire una situazione protetta per condividere vissuti ed emozioni e sperimentare nuove abilità e strategie di fronteggiamento di problemi e di superamento di ostacoli che possono presentarsi durante il percorso formativo e lavorativo. Le azioni di gruppo vengono principalmente associate alla funzione di career education, ovvero quella funzione di orientamento formativo finalizzata ad aiutare gli individui a sviluppare le competenze necessarie per gestire e indirizzare autonomamente la propria carriera.

Affinché i professionisti possano capitalizzare il valore e l'utilità del lavoro in gruppo per finalità orientative è possibile ricorrere ad una serie di approcci, tipici della didattica, e di tecniche di facilitazione.

Strumenti per l'engagement

Nel corso degli ultimi anni il numero di strumenti digitali a supporto della didattica e degli interventi di orientamento è cresciuto in modo esponenziale. Tali strumenti, se progettati e utilizzati consapevolmente, permettono di aumentare il coinvolgimento degli utenti. Di seguito è proposta un'analisi di una serie di strumenti per l'engagement, già nati con l'obiettivo di rendere la didattica oppure i processi di lavoro più dinamici e coinvolgenti.

In ragione delle funzionalità che presentano, gli strumenti presentati di seguito possono essere utilizzati in modalità individuale o di gruppo, online oppure a distanza così come in forma sincrona o asincrona. Gli strumenti presentati di seguito sono stati organizzati in ragione delle peculiarità che presentano e delle opportunità di utilizzo per finalità orientative che offrono. In particolare, segue una descrizione di piattaforme e strumenti per:

- **Catturare l'attenzione e creare contenuti.** In questa sezione si trovano piattaforme online che permettono da un lato al professionista di costruire materiali didattici e laboratoriali graficamente strutturati e accattivanti (come presentazioni, schede di lavoro, ecc..) mentre dall'altro, grazie alle funzioni di collaborazione permettono agli utenti di interagire con i pari e con i professionisti per creare, a loro volta, contenuti per fini formativi/orientativi o valutativi;
- **Costruire lavagne collaborative.** Una particolare sezione è dedicata ad applicativi e piattaforme create con lo scopo specifico di realizzare lavagne virtuali collaborative che possano permettere, tanto in modalità sincrona che asincrona, la realizzazione di riflessioni e scenari condivisi.

- **Lanciare sfide, gare e quiz con elementi di gamification.** Fornire agli utenti la possibilità di mettersi in gioco è fondamentale per supportarli nel migliorare il loro senso di autoefficacia, ma anche la loro capacità di lavorare in gruppo. A questo scopo, è stata dedicata una sezione per presentare una serie di piattaforme per progettare (e co-progettare con/tra gli utenti) sfide, quiz e gare che possano simulare videogame e quiz televisivi con lo scopo di aumentare il coinvolgimento degli utenti attraverso elementi gamificati e graficamente attraenti.
- **Chiedere feedback e raccogliere dati quali-quantitativi.** A partire dalla consapevolezza che fornire feedback chiari e strutturati agli utenti sia fondamentale tanto per migliorare il loro coinvolgimento quanto per raggiungere qualsivoglia obiettivo formativo collegato alle attività e ai percorsi di orientamento, è fondamentale progettare spazi che permettano da un lato agli utenti di monitorare i propri progressi, dall'altro costruire strumenti per raccogliere dati che, una volta analizzati, consentiranno al professionista di fornire adeguate risposte agli utenti. Nasce con questi obiettivi la suddetta sezione, nella quale sono presentati strumenti che consentono di interrogare gli utenti attraverso la costruzione di questionari e piattaforme per la raccolta strutturata di evidenze sugli apprendimenti degli utenti (e-portfolio).
- **Costruire scenari o obiettivi di carriera** è un aspetto fondamentale che si configura come uno degli obiettivi ai quali è impossibile rinunciare in un percorso di orientamento. Per questa ragione in questa sezione sono state inseriti una serie di strumenti che possano consentire agli utenti di costruire il proprio piano d'azione oppure uno scenario condiviso che possa integrare obiettivi di carriera con elementi sociali. Fornire loro la possibilità di realizzare un artefatto concreto, sia pure virtuale, sposa a pieno le teorie del costruzionismo di Seymour Papert secondo cui i processi di apprendimento sono più efficaci quando agli utenti è data la possibilità di costruire un vero e proprio prodotto del proprio apprendimento. A queste considerazioni si aggiunge la valenza in termini di promozione delle competenze trasversali (come la creatività e la pianificazione) che può passare proprio dalla concreta realizzazione e visualizzazione del proprio scenario o piano d'azione.
- **Costruire spazi collaborativi** è cruciale nel migliorare il coinvolgimento degli utenti soprattutto in forma asincrona. La realizzazione di classi virtuali o spazi collaborativi può diventare l'occasione di avviare riflessioni e condividere strumenti e materiali in uno spazio che stimola le relazioni nel gruppo simulando alcune attività presenti sui più comuni social network. Per queste ragioni in questa sezione sono state inserite una serie di piattaforme che consentono di svolgere queste azioni.

- **Utilizzare social network per finalità orientative** significa dare la possibilità agli utenti di sfruttare le potenzialità comunicative di alcune piattaforme per consentire loro di diventare protagonisti ed agenti di cambiamento nel contesto di riferimento. In questa ultima sezione, pertanto, sono presentati una serie di social network che ben si prestano a costruire e condividere contenuti per monitorare i processi di apprendimento, avviare riflessioni su particolari tematiche e terminare attività laboratoriali individuali e di gruppo con la realizzazione un output multimediale.

Catturare l'attenzione, creare contenuti

- **Canva** è uno strumento di progettazione che permette di realizzare una serie di prodotti digitali fortemente personalizzati a partire da modelli e template prestabiliti che incontrano tutte le necessità. Il panorama dei prodotti è talmente ampio che sarebbe possibile utilizzare Canva per realizzare una locandina pubblicitaria oppure un logo aziendale, così come un curriculum vitae creativo oppure un bigliettino da visita. Può essere utilizzato, inoltre, come sostituto di Powerpoint per la realizzazione di presentazioni colorate, accattivanti e creative. Poiché negli ultimi anni sta conquistando uno spazio importante nei contesti scolastici, è possibile ipotizzare che in futuro gli utenti dei servizi di orientamento potrebbero già conoscere le sue peculiarità. Infatti è possibile sfruttare le funzionalità collaborative di questo strumento anche per avviare lavori di progettazione di output in gruppo. Nonostante Canva proponga acquisti ed una versione professionale a pagamento, è possibile utilizzare la versione gratuita senza subire di fatto grandi limitazioni.
- **Prezi** nasce come strumento per migliorare il coinvolgimento degli utenti durante lezioni o presentazioni frontali. Grazie alle sue funzionalità è possibile realizzare presentazioni e video presentazioni dal layout accattivante che si potrebbe definire "a cascata". Infatti, a partire da una schermata principale, che fornisce all'utente una panoramica degli argomenti che saranno trattati, ogni elemento grafico corrisponderà ad un approfondimento sul tema specifico (es.<https://prezi.com/p/oqkh52i2-h9k/video-cv/>). Il limite di tale strumento risiede nella necessità di acquistare la versione premium qualora si volesse limitare alla piattaforma la privacy del proprio lavoro. Vale a dire che nel momento in cui si realizza un lavoro con Prezi in versione gratuita seppur nessuno possa modificare il progetto chiunque, cercando il nome o le parole chiave della presentazione, potrà trovarla online (e utilizzarla in formato visualizzatore).
- **Metamoji** è uno strumento che permette di prendere nota, utilizzando la propria grafia, una nota audio oppure un testo in videoscrittura. Il valore aggiunto di questo strumento risiede, ancora una volta, nella possibilità di realizzare contenuti multimediali condivisi.

Nonostante presenti funzionalità più limitate rispetto a Canva, Metamoji si presta meglio alla fruizione da smartphone tramite apposita applicazione.

Costruire lavagne collaborative

- **Jamboard** è un applicativo del pacchetto Google Workspace che permette la creazione di una lavagna virtuale che permette l'accesso e la creazione di contributi da parte degli utenti. A partire da una lavagna bianca, sarà possibile chiedere agli utenti di interagire, rispondendo ad una domanda o condividendo una riflessione personale. Questo strumento presenta un limite in termini di accesso contemporaneo da parte degli utenti. Difatti sarà possibile contribuire contemporaneamente fino ad massimo di 50 utenti.
- **Padlet** è una piattaforma, dotata anche di applicazione per smartphone, dotata di una serie di funzionalità per richiedere ai partecipanti di inserire un contributo multimediale personale. All'interno di ciascun contributo, sotto forma di box multimediale, è possibile infatti inserire: immagini, video o testo. Di seguito alcuni esempi di layouts proposti da Padlet: shelf layout, ovvero a scaffale, all'interno del quale i contributi possono essere ordinati in ordine cronologico ascendente o discendente; canvas layout, che permette di spostare liberamente i contenuti all'interno della lavagna; map layout grazie al quale è possibile chiedere ai partecipanti di caricare un contributo a partire dalla selezione di una località geografica.
- **Miro/Mural** sono due strumenti che, come i precedenti, danno la possibilità di costruire (e co-costruire) contenuti e avviare riflessioni con gli utenti. Il valore aggiunto di questi strumenti risiede nella possibilità di accedere ad un panorama più vasto di layout per realizzare anche mappe mentali o concettuali, flowchart e workflow e linee del tempo più strutturate rispetto ai precedenti strumenti.

Lanciare sfide, gare e quiz con elementi di gamification

- **Kahoot** è una piattaforma attraverso la quale è possibile impostare quiz e test formativi e valutativi con domande chiuse. La grafica estremamente colorata e la possibilità di inserire una musica di sottofondo rende la piattaforma molto indicata per la realizzazione di sfide all'interno di un gruppo in modalità sincrona.
- **Genially** è uno strumento di progettazione e realizzazione di contenuti digitali che presenta delle caratteristiche molto simili a Canva. Tuttavia la peculiarità di questo strumento risiede nella possibilità di creare presentazioni con elementi di gamification alle quali gli utenti possono accedere in modalità sincrona oppure asincrona (es. <https://view.genial.ly/637cdadfdf38ee00105939d5/interactive-content-guiding-schools-universita>).

È disponibile una versione gratuita della piattaforma, tuttavia solo con un account a pagamento è possibile cogliere appieno le potenzialità di questo strumento.

- **Debate** è un'applicazione che nasce con l'obiettivo di rendere più agevole la conduzione di un dibattito. È possibile utilizzarla per assicurare ai partecipanti una buona gestione dei tempi, attraverso una schermata in cui si chiede ai partecipanti di ascoltare o dibattere in ragione del proprio turno.

Chiedere feedback e raccogliere dati quali-quantitativi

- **Google form** è parte integrante di Google Workspace ed è utile per la realizzazione di questionari o test con punti in formato digitale. Le funzionalità si prestano sia per un utilizzo in modalità sincrona che asincrona, in particolar modo per questionari e test individuali (senza limiti di tempo preimpostati). È possibile condividere il prodotto creato attraverso il link generato dalla piattaforma, che può eventualmente (attraverso un programma online aggiuntivo, QRCode Monkey, essere trasformato in un pratico QR Code).
- **Surveymonkey** è un prodotto di un'azienda privata specializzata nel supportare singoli e aziende nella raccolta e analisi dei dati. È possibile utilizzare lo strumento attraverso una versione gratuita con funzionalità di base.
- **Mentimeter** è una piattaforma online che permette di raccogliere feedback ai partecipanti durante un'attività online oppure in presenza, in modalità sincrona. In ragione del tipo di layout scelto per impostare la domanda alla quale si chiede una risposta, la piattaforma accorpa i contributi dei partecipanti e consente di proiettarli in una slide. Ad esempio, selezionando il layout WordCloud è possibile chiedere di indicare una o più parole chiave relative ad un determinato tema e, la piattaforma in automatico, accorperà le parole per restituirle in una nuvola di parole, in cui la grandezza delle parole mostrate aumenta in ragione della frequenza con cui sono state indicate.
- **Mahara** è una piattaforma che consente agli utenti di creare una collezione digitalizzata di artefatti, tra cui dimostrazioni, risorse e prodotti, con l'obiettivo di monitorare l'acquisizione di conoscenze e competenze. Tale strumento, noto con il termine specifico di e-portfolio, si configura come documentazione di un processo ma anche come un prodotto che dimostra l'acquisizione "sapere e saper fare".

Costruire scenari o obiettivi di carriera

- **Strip designer** è un'applicazione che permette di realizzare un fumetto. Attraverso questo strumento è possibile dare all'utente la possibilità di rappresentare uno scenario oppure i propri obiettivi formativi e professionali mostrando tappe e azioni da mettere in atto.

- **Pixton** presenta caratteristiche molto simili al precedente strumento, ma permette di realizzare fumetti attraverso una piattaforma online fruibile da computer, con la possibilità di creare un gruppo (per esempio un classe) in cui i partecipanti possono condividere tra loro i vari prodotti e collaborare.
- **AI - Midjourney** è una piattaforma che utilizza l'intelligenza artificiale per creare immagini digitali, dei veri e propri prodotti artistici. Midjourney sfrutta la tecnologia text to image, infatti è capace di generare immagini in base a delle istruzioni di testo fornite dall'utente.

Costruire spazi collaborativi

- **Whatsapp/telegram** Questi strumenti di messaggistica istantanea, largamente diffusi e conosciuti anche per lo scambio di comunicazioni private, possono configurarsi come spazi di comunicazione con gli utenti. Tra le diverse funzioni spiccano la possibilità di creare gruppi, canali e liste broadcast nonché quella di inviare materiali multimediali in forma individuale o gruppale.
- **Google Classroom/Edmodo** si configurano come applicativi che possiamo definire classi virtuali. Al pari degli strumenti di messaggistica istantanea permettono di aggregare i partecipanti in gruppi, per l'appunto in classi virtuali, con molteplici finalità come per esempio: condividere materiali di studio e di approfondimento; assegnare compiti, quiz e verifiche; pubblicare, nelle apposite sezioni dedicate alla condivisione, contenuti multimediali con lo scopo di porre domande o avviare riflessioni relative alle attività svolte in modalità asincrona (ex ante, in itinere ed ex post).

Utilizzare i social network

- **Instagram/TikTok** sono i social network più utilizzati dalle giovani generazioni, e stanno rapidamente sostituendo del tutto l'utilizzo di Facebook. A partire dalla consapevolezza che tali strumenti siano parte integrante di un grande numero di utenti è possibile prevederne l'utilizzo con finalità didattico-orientative. In particolare, tali piattaforme si prestano particolarmente alla co-costruzione e condivisione di materiali come video, testi e immagini. Dare agli utenti la possibilità di utilizzare tali strumenti può diventare l'occasione per renderli protagonisti del processo di costruzione di saperi (es. realizzare una mappatura delle opportunità formative del proprio contesto di riferimento). Inoltre, è possibile sfruttare Instagram e TikTok per dare loro la possibilità di "far sentire la propria voce" su temi rilevanti come: "Cosa pensano gli adulti del giovani di oggi? Come puoi costruire la tua carriera tenendo conto delle sfide ambientali?".

- **BeReal** è un social network che permette agli utenti iscritti di pubblicare una e una sola volta al giorno una foto di “aggiornamento”, che ritrae contemporaneamente con fotocamera interna ed esterna, in un momento prestabilito della giornata. Tale strumento potrebbe essere utile da utilizzare come diario di bordo che consenta agli utenti di mappare e condividere scoperte, progressi e aggiornamenti rispetto al processo o alle attività orientative messe in atto.

REFERENCE

Amundson, N. E. (2009). *Active Engagement*. Richmond. British Columbia: Ergon Communications.

Bakke, I. B., & Hooley, T. (2022). Neither Online, Nor Face-to-Face, But Integrated Career Guidance: Introducing New Ways of Engaging Undergraduate Students in Career Learning and Reflective Careering. In *Mapping the Future of Undergraduate Career Education* (pp. 138-154). Routledge.

ELGPN, Orientamenti per lo sviluppo di politiche e sistemi per l'orientamento permanente – Un quadro di riferimento per l'UE e per la Commissione, Jyväskylä, 2015, p. 13, <http://www.elgpn.eu/publications/browse-by-language/english/elgpn-tools-no-6-guidelines-for-policies-and-systems-development-for-lifelong-guidance/>

Hoban, G., Nielsen, W. & Carceller, C. (2010). Articulating constructionism: Learning science through designing and making “slowmations” (student-generated animations). In C.H. Steel, M.J. Keppell, P. Gerbic & S. Housego (Eds.), *Curriculum, technology & transformation for an unknown future. Proceedings ascilite Sydney 2010* (pp.433-443). <http://ascilite.org.au/conferences/sydney10/procs/Hobanfull.pdf>

Hooley, T., Sultana, R.G. & Thomsen, R. (2017) The neoliberal challenge to career guidance – mobilising research, policy and practice around social justice. In T. Hooley, R.G. Sultana & R. Thomsen (eds) *Career guidance for social justice: Contesting neoliberalism*. London: Routledge.

Sultana, R. G. (2012). Learning career management skills in Europe: a critical review. *Journal of Education and work*, 25(2), 225-248.

