

“It is waste of time to criticize the inevitable.”

Questa osservazione, tratta da uno studio anglosassone sulla *mass society*, mi ronza nella testa da qualche giorno. Lapalissiana? Sconvolgente? Saggia?

Ragioniamo di scuola, e ragioniamo in termini generazionali.

Quali fenomeni, quali dati, quali elementi generazionali, oggi come oggi, possono e devono ritenersi “inevitabili”?

Azzardo una risposta: la confidenza di gran parte dell’utenza scolastica con gli universi dischiusi dalle nuove tecnologie. Non più (solo) televisione, ma anche e soprattutto cellulari, *iphones*, *mp3*, *playstation*, *web*. Trattasi, appunto, di “universi”, al plurale; universi che raccolgono e legano in variopinto circolo, ciascuno con la sua *community* (virtuale o meno) di riferimento, i protagonisti della cosiddetta *Mtv generation*.

Bandita ogni troppo stringente pretesa sociologica e prescindendo per un istante da polemiche etiche, ci si può qui limitare a riconoscere nel *modus vivendi* giovanile (solo odierno?) alcuni tratti tipici: la **fascinazione per l’immagine** (le foto su Facebook e/o sui blog, i video musicali e quelli di YouTube, la sempre più alta definizione dei videogames etc), l’**esigenza di comunicare** (attraverso immagini, abbigliamento, sms, mail, *Messenger*, *chat* etc) e la **disposizione ad un entertainment** che (carosello addio!) si presenta ormai come esperienza sempre più ricca e differenziata al suo interno.

Immagine, comunicazione, intrattenimento.

Se proviamo a considerare “inevitabili” queste tre dimensioni del mondo contemporaneo, cesseremo probabilmente di investire le nostre energie morali ed intellettuali in un troppo comodo “to criticize” e ci accorgeremo che, in fondo, la televisione, la musica ed il web “riescono” in ciò che spesso la scuola non sa (o non vuole) fare: conquistare un pubblico.

Per meglio spiegarmi, tre aneddoti.

Ha scritto, pressappoco, una mia alunna in un tema: “Ciò che più mi ha colpito della scuola italiana, rispetto alla scuola che frequentavo in Ecuador, è che qui ci si annoia e la si sente come un peso, mentre in Ecuador andare a scuola era per me e per tutti un’esperienza solare e gioiosa”.

Ora, la latitudine farà il suo, le condizioni socio-economiche anche, però effettivamente l’esperienza-scuola, in Italia, non conosce quella *verve*, quella capacità di coinvolgimento, quel potenziale di aggregazione che conosce altrove. Mi chiedo: perché?

Dopo un anno di insegnamento a Melbourne (questo è il secondo aneddoto), mia sorella osservava che il *college*, vale a dire il modello americano del “vivere” a scuola e del “vivere la scuola” (le lezioni mattutine e pomeridiane, i corsi scelti preventivamente dallo studente, le strutture di ristorazione dentro la scuola, le squadre sportive della scuola, gli spettacoli teatrali etc) induce di fatto ad un senso di appartenenza, ad un “affetto” per la propria comunità scolastica che in Italia è pressochè sconosciuto. Di nuovo: come mai?

Terzo aneddoto, sulla monotonia. Tutti gli studenti che effettuano scambi e/o stage all’estero, quand’anche promuovano il sistema d’istruzione italiano sul piano dei contenuti proposti (i programmi di studio della scuola italiana, diciamoci la verità, sono molto più sostanziosi e classicamente atteggiati di quelli americani – e probabilmente c’è una ragione se l’Italia è la patria di Michelangelo e gli *States* quella del fast-food!) lo “bocciano” poi regolarmente per le modalità con cui i contenuti sono proposti.

In linea di massima, ahimè, i professori italiani sarebbero (mediamente) grigi, noiosi, pedanti, pesanti, “vecchi”. Laddove quelli americani, spesso, sanno essere *cool*, *appealing*, *moving*, *passionate*...

In altre parole, si vendono meglio, e sanno meglio vendere ciò che propongono.

Ora, è difficile pensare che, in tempi brevi, la scuola italiana possa allinearsi sul “modello americano”; ed è ingenuo credere che il suddetto modello possa costituire la panacea di tutti i mali.

Però, in tutta onestà, se immagine, comunicazione ed intrattenimento tanto attirano e seducono i nostri sempre più globalizzati adolescenti, perché la scuola non si preoccupa di offrire una buona immagine, una buona comunicazione ed un buon intrattenimento culturale?

Perché non pensare, a livello individuale, istituzionale e/o nazionale ad un'operazione di re-styling (di forme e di sostanza) della scuola italiana? Perché non applicare all'insegnamento alcuni elementari principi di *marketing*? Perché abbandonare una professione tanto affascinante (Quintiliano definiva l'insegnamento *opus pulcherrimum*) al grigiore dell'abitudine, della pigrizia mentale, della ripetitività?

In questo senso, le nuove tecnologie costituiscono per il docente un'immensa risorsa.

E, senza perdersi in slanci o in utopie, esiste uno strumento che, se ben utilizzato, può letteralmente rivoluzionare tanto il "fare lezione" del docente quanto la percezione del "fare scuola" degli studenti.

Questo strumento si chiama LIM.

(to be continued)

Raffaella Battaglini