

Ad cathedram

di Nicola Bruni

"Cari ragazzi, imparate a difendervi dalla pubblicità occulta". E giù decine di spot nei libri di scuola: mescolati con i congiuntivi desiderativi della grammatica; appetitosamente infilati, come gli hamburger nei sandwich, tra due racconti mangerecci dell'antologia; sguascianti come veloci motorini nel traffico dell'educazione tecnica; spumeggianti come una nota bevanda di colore scuro tra le scogliere della geografia.

L'altro giorno, Ciccio, tornando a casa, si è vantato con la mamma: "Nell'analisi logica sono andato così così, ma sulla Coca Cola ne sapevo più del prof".

Il professor Attilio Pampuri è dovuto correre ai ripari. Per prima cosa, si è immerso nello studio delle proprietà organolettiche degli "articoli" più reclamizzati dai testi scolastici. Quindi, ha commissionato a un team di alunni della sua scuola media una ricerca di mercato sui "consigli per gli acquisti" presenti nei manuali delle varie discipline.

Allora, Yasmin è andata a ripescare il sussidiario della quinta elementare. Dove, "con la scusa dello sviluppo tecnologico", hanno messo le foto di un'auto Opel e di un computer Apple; poi, per rappresentare lo sconto, hanno allineato delle confezioni di Pasta Torre e di Olio Sasso, con l'indicazione dei prezzi scontati accanto a quelli interi; e per illustrare la tara, il peso lordo e il peso netto, hanno scelto una cassetta di mele con la scritta "Salvi, la frutta della salute".

Ilaria è riuscita a smascherare un trucchetto escogitato dai "persuasori occulti" della sua antologia di italiano, sotto forma di un esercizio di memorizzazione di una marca di polpette per cani: "Nell'inserzione sono ripetute spesso le parole Crocchette e Friskies, che designano il prodotto: sottolineale sul testo".

Davide ha trovato, fra i compiti per casa proposti da un altro libro, la compilazione di un cruciverba promozionale di McDonald's intitolato: "A domande stuzzi-

canti, risposte appetitose".

Marco si è imbattuto in una partita di caccia all'errore nelle inserzioni pubblicitarie, con improbabili svarioni ortografici del tipo Cocca Cola, Mulino Banco e Ferrero Rocker. E Roberta ha scovato un mini-concorso senza premi, con l'invito a inventare "uno slogan che invogli a comprare qualche prodotto, come per esempio i bastoncini Findus".

A proposito di McDonald's, Giulia, osservando le illustrazioni del suo libro di inglese, si era fatta l'idea che quei fast food fossero il posto migliore per conversare nella lingua dei Backstreet Boys, fra una Coke, un cartoccio di chips e un 7Up. Poi, però, ha saputo da Fabrizio che "anche lì parlavano tutti in italiano".

Mariangela, invece, ha imparato dalla grammatica francese che per poter rispondere con precisione alla domanda "Quelle heure est-il?" non c'è niente di meglio di un orologio svizzero Swatch.

Ludovico ha appreso dal secondo volume di tecnica che i fogli della guida telefonica "Pagine Gialle" sono utilissimi anche nella "grafica a punta secca", per asportare l'inchiostro dalla lastra metallica su cui è stata fatta l'incisione. Ma gli è rimasto il dubbio se le pagine bianche dell'elenco telefonico generale possano servire ugualmente allo scopo.

Alessia ha constatato che alcuni editori non rispettano la "par condicio" tra i marchi in concorrenza negli spot didattici: per esempio, un libro di geografia ha messo una striscia del Wwf in copertina; un'antologia ha dedicato 4 pagine ai manifesti provocatori della Benetton; un'altra ha regalato agli studenti, su 3 pagine, il fumetto pubblicitario "Barbie e Mentadent" per la prevenzione dentale.

Infine, Christian, dopo aver censito la presenza di ben 234 marchi commerciali nei suoi libri di testo più cari, ha posto al prof un inquietante problema: "Ma a noi, per questa pubblicità, chi ci paga?".

Pampuri ha cercato di spiegare a quel

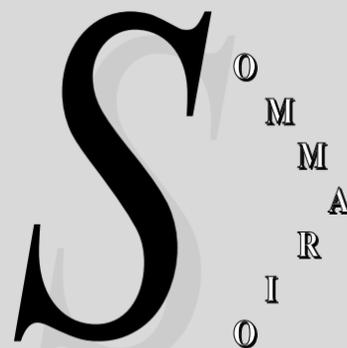
problematico ragazzino che, in base alle leggi del libero mercato coperto dei testi scolastici, le case editrici non sono assolutamente tenute a "pagare" gli alunni obbligati a studiare su libri contenenti consigli per gli acquisti: viceversa, sono gli stessi alunni a dover pagare quei consigli orientativi, magari due volte, come consumatori di libri per gli acquisti e come eventuali consumatori dei prodotti ivi consigliati.

La questione del "chi ci paga per questa pubblicità" è stata riproposta da alcuni insegnanti nelle riunioni preliminari per la scelta dei libri di testo del prossimo anno. La professoressa Moneta ha lamentato il mancato riconoscimento di incentivi economici ai docenti per le promozioni commerciali. Ma Pampuri ha fatto notare ai colleghi che nessuno dei quattro provvedimenti normativi emanati in materia dal ministro Berlinguer, tra dicembre del 1999 e marzo del 2000, accennava minimamente all'inserimento della pubblicità nei manuali scolastici. Neppure il decreto sulle "Norme e avvertenze tecniche per la compilazione dei libri di testo da utilizzare nella scuola dell'obbligo".

Insomma, il ministro, o chi per lui, se ne era dimenticato; ovvero, come insinuava la professoressa Malizia, si era ricordato di dimenticarsene. Cioché risultavano implicitamente abrogate perfino quelle blande e ambigue limitazioni, relative alla sola "pubblicità ingannevole", che erano state introdotte dalla circolare numero 9 del gennaio 1996. E in base al fondamentale principio giuridico per cui è consentito tutto ciò che non è vietato, si realizzava tacitamente la completa e incondizionata liberalizzazione degli spot commerciali nell'insegnamento scolastico.

Comunque, il professor Pampuri era disposto a riconoscere un importante risvolto positivo dell'occulta manovra ministeriale: "Se è vero che la pubblicità è l'anima del commercio, anche la scuola statale laica si è assicurata un'anima".

Libri per gli acquisti



- 3 ● Guida alla riapertura termini sessioni riservate di **Sebastiano Calogero**
- 4 ● Il testo dell'ordinanza ministeriale n. 33 del 7 febbraio 2000
- 5 ● Accordi sulla formazione
- 11 ● All. 1 - Modulo domanda sessione riservata di esami nella scuola materna
- 13 ● All. 2 - Modulo domanda sessione riservata di esami per la scuola elementare
- 15 ● All. 3 - Modulo domanda sessione riservata di esami per la scuola secondaria
- 17 ● All. 4 - Modulo domanda sessione riservata di esami per le istituzioni educative
- 19 ● Calendario abilitazioni istruzione artistica
- 22 ● Borse di studio aggiornamento all'estero
- 22 ● Circolari ministeriali
- 23 ● Proteste, proposte
- 24 ● Bambini tra euro e paghetta di **Giancarla Silva**
- 25 ● Racconti scolastici di **Vito Cardella**
- 27 ● Massimario scolastico di **Giovanni Rapisarda**

Educazione degli adulti

Il recente Accordo Stato-regioni sull'educazione degli adulti riveste una notevole importanza in quanto l'argomento, sul quale si determinano chiari obiettivi da raggiungere, è all'ordine del giorno di tutti i Governi europei. Già nel libro bianco della Cresson, "Insegnare e apprendere: verso la società cognitiva", si individuava nell'educazione permanente degli adulti un obiettivo principale tra quelli che dovevano essere perseguiti, a livello europeo, per garantire un'adeguata preparazione lungo l'arco della vita. Le sfide della nuova economia prevedono, infatti, che tutti i lavoratori acquisiscano livelli di preparazione più elevati e rispondenti alle molteplici e importanti innovazioni che si registrano nel mondo del lavoro. Non basta, nell'attuale situazione delle nostre società, che i lavoratori acquisiscano buone cognizioni di base certificate, ad esempio, dall'assolvimento dell'obbligo scolastico ma servono urgentemente ulteriori segmenti formativi per consentire a tutti di ottenere maggiori conoscenze ed abilità professionali man mano che le nuove tecnologie sono introdotte nell'ambito degli ambienti di lavoro. La Conferenza d'Amburgo del luglio 1997 ha impegnato i Paesi dell'U.E. a realizzare e rendere effettiva l'educazione permanente, già dai primi anni del XXI secolo.

Le finalità dell'educazione permanente sono principalmente orientate alla lotta contro la disoccupazione, all'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro, all'integrazione sociale dei disabili e all'accoglienza degli immigrati.

Alla formazione iniziale occorre aggiungere un sistema unitario di formazione ulteriore. Questo consentirà di far fronte al naturale aggiornamento professionale in molti settori e di rendere il lavoratore più idoneo a conseguire nuove competenze ed abilità, certamente

utili in vista dello sviluppo della sua carriera lavorativa.

La riorganizzazione dei percorsi formativi in senso permanente ha indotto i Paesi europei alla ricerca di nuove soluzioni nei settori del decentramento e del monitoraggio dell'offerta occupazionale, dell'orientamento dei giovani e degli adulti su percorsi formativi specifici, dell'accreditamento e del controllo di qualità.

Gli obiettivi sono, senza dubbio, ambiziosi e difficili da raggiungere in tempi brevi. Occorre quindi uno sforzo congiunto dello Stato, delle regioni, degli enti territoriali e il contributo delle imprese. La progettazione degli interventi formativi dovrà poi essere efficace e in grado di interessare un numero cospicuo di lavoratori ogni anno (si parla di circa 500.000 unità, a regime).

L'accordo prevede quindi le linee direttive per organizzare tale attività di formazione degli adulti. I percorsi formativi si sviluppano sempre più frequentemente secondo moduli e contestuale certificazione dei crediti relativi alle abilità conseguite. L'apprendimento quindi deve essere modellato su specifiche esigenze formative ed è valutato anche con test e prove intermedie.

Si tende oggi a considerare la formazione in maniera diversa dal passato e perciò la sua organizzazione deve stabilire un nuovo rapporto con le varie espressioni del mondo del lavoro. Occorre una migliore sintonia tra studio e lavoro, con modelli articolati di possibili relazioni e maggiori effetti sul piano dell'apprendimento.

Tra gli aspetti principali dell'educazione permanente c'è, senz'altro, l'arricchimento della formazione di base; è difficile, infatti, pensare ad un inserimento professionale senza una preparazione di base soddisfacente. Il prolun-

gamento, a partire dal 2000, dell'obbligo di formazione a 18 anni e le disposizioni sulle modalità d'assolvimento dell'obbligo d'istruzione, elevato a nove anni, descrivono lo scenario in cui operano, interagendo, le iniziative statali, regionali e degli altri soggetti istituzionali operanti nel territorio.

L'attuazione di quest'ampio progetto prevede l'utilizzazione e la riorganizzazione dei Centri territoriali permanenti, istituiti ai sensi dell'O.M. 455/1977, che hanno compiti di concertazione, progettazione e organizzazione delle iniziative di istruzione e formazione in età adulta.

I Centri dovranno avvalersi di un nucleo stabile di personale qualificato, selezionato in base alla specifica competenza nella materia e all'esperienza professionale maturata. Pertanto, tenuto conto del C.C.N.L. del comparto scuola, vanno ridefiniti, sulla base del confronto con i sindacati di categoria, i profili e i percorsi professionali dei docenti che operano nei Centri territoriali, nonché le modalità per il loro reclutamento. Ai Centri dovrà essere assicurata l'autonomia didattica, organizzativa e finanziaria, necessaria anche per concorrere alla realizzazione di un'offerta formativa integrativa. Gli enti locali e le regioni possono definire, anche, alcuni progetti pilota per sperimentare le possibili modalità d'intervento nel campo del nuovo sistema d'educazione degli adulti.

Il progetto globale prevede, in itinere, flessibilità e possibilità d'aggiustamenti, ma quel che appare chiaro è che tutti gli enti e le associazioni che hanno competenze nell'ambito della formazione sono chiamati, per la loro parte, ad assumere tutte le iniziative necessarie perché in Italia possa decollare al più presto un sistema d'educazione permanente degno di questo nome.

Zoom

di Elio Calabresi

AVVISO AGLI ABBONATI

Per consentire la presentazione delle domande per la partecipazione alla seconda sessione riservata di abilitazione il presente numero viene stampato con largo anticipo rispetto alla data di pubblicazione. Il prossimo numero 18 per rispettare la periodicità verrà, dunque, inviato alla fine di aprile. A tutti i nostri abbonati i migliori auguri di Buona Pasqua.

LA TECNICA DELLA SCUOLA

Rassegna quindicinale di informazione scolastica

Direttore responsabile
DANIELA GIRGENTI

Condirettore
SEBASTIANO CALOGERO

- Registrazione del Tribunale di Catania n. 75 del 21 aprile 1949
- Direzione - Amministrazione - Abbonamenti: Casa Editrice LA TECNICA DELLA SCUOLA S.r.l. Via Tripolitania 12 - 95127 Catania Tel. (095) 448780 Pbx - Fax (095) 503256 - Partita IVA 02204360875
- Sito internet: www.tecnicadellascuola.it e-mail: info@tecnicadellascuola.it
- Ufficio consulenza: Corso delle Province 34/a - 95127 Catania Tel. (095) 373482
- Direzione pubblicità: Via Tripolitania, 12 - 95127 Catania Tel. (095) 448780 Pbx.
- Stampa: Rotopress s.r.l. - Via del Trullo 560 - Roma.
- Tariffe abbonamenti: Abbonamento annuale (1/9/1999 - 31/8/2000) L. 72.000 (Euro 37,19) • Abbonamento estero europeo (1/9/1999 - 31/8/2000) L. 99.000 (Euro 51,13) • Un fascicolo L. 4.000 (Euro 2,07) (arretrato il doppio) • Versamenti su cc. postale n. 11397957 intestato a: «LA TECNICA DELLA SCUOLA» - Via Tripolitania 12 - 95127 Catania.
- L'abbonamento NON DISDETTO entro il 31 luglio di ogni anno è tacitamente rinnovato per l'anno successivo. La disdetta va fatta a garanzia dell'abbonato con lettera raccomandata e va indirizzata alla Direzione del giornale.

Chiuso in tipografia il 30/3/2000

Il presente periodico è associato alla Federazione Italiana Editori Giornali