Innovazione didattica e testi di studio

Piero Attanasio

Associazione Italiana Editori

Milano, 4 luglio 2022

Ringrazio la Commissione per la possibilità di intervenire su un tema così importante per il futuro della scuola e quindi del Paese. Il tema è molto ampio, ed è pertanto opportuno restringere il campo sulla base di due variabili:

1. Il rapporto tra l'innovazione didattica e i «testi frutto di mediazione editoriale». L'uso del termine «testi» invece di libri di testo è necessario perché oggi la forma libro è integrata da altro (video, audio, immagini, elementi interattivi…). Ed è opportuno riferirsi alla «mediazione editoriale» per sottolineare che non ci si sta parlando di qualsiasi testo reperibile in Internet, ma di ciò che è edito con una curatela e soprattutto una «responsabilità editoriale».
2. I principali temi del documento introduttivo dell'indagine conoscitiva sui quali verte la discussione in questa sede: *(i)* il rapporto tra innovazione e digitale, *(ii)* la diffusione delle buone pratiche, *(iii)* la misurazione dell'impatto di queste e *(v)* la capacità di inclusione.

Va però ricordato che il documento è del 2019. Dopo la sua redazione ci sono stati la pandemia, la didattica a distanza, i distanziamenti sociali che sono l'antitesi dei processi educativi. Per questo val la pena ripercorrere qualche dato.

Alcuni dati dal 2019 ad oggi

Prima della pandemia

Va ricordato che tutti i libri di testo italiani sono disponibili, dal 2011, sia a stampa sia digitali e sono dotati di materiali integrativi online. Gli insegnanti possono scegliere se adottare testi solo cartacei, solo digitali o in entrambi formati. Nell'a.s. 2019/20 la scelta quasi totalitaria (92%) era per il doppio formato; la versione «solo carta» era indicata dal 7% dei docenti, quella «solo digitale» da uno sparuto 1%. Nello stesso anno, solo il 5% degli studenti usava i materiali integrativi digitali.

La mediazione editoriale non è solo sui testi: gli editori usano piattaforme didattiche, proprie o di terzi, che non sono solo di distribuzione. Il mercato rimane quindi competitivo. Per raggiungere docenti e studenti gli editori non passano dai grandi intermediari del web che in altri settori dominano la scena.

Un primo livello di interoperabilità tra le piattaforme è dato dal *Single Sign On*, realizzato da AIE nel 2017 e denominato Zaino Digitale, che consente agli studenti di accedere con le stesse credenziali a tutte le piattaforme e garantisce il massimo livello di tutela dei loro dati personali. Gli editori stanno ora lavorando su un livello di interoperabilità più ampia, che consenta di utilizzare sulla piattaforma X un testo scaricato dalla piattaforma Y.

Lo shock del 2020

Con il lock down gli insegnanti scoprono che nelle piattaforme degli editori ci sono 2 milioni di contenuti didattici di ogni tipo (un tentativo fatto da AIE di classificarli ha trovato 50 tipologie). Sono in formati e media diversi (audio, video, testi, immagini…) e spesso interattivi (accade per cronologie, cartine, opere d'arte, test di verifica, mappe concettuali, simulazioni, ecc.).

L'improvvisa necessità di passare ad una didattica a distanza ha mostrato un ruolo di supporto degli editori: nel solo primo mese di chiusura quasi 700mila insegnanti hanno partecipato ad almeno un webinar gratuito offerto dagli editori; sono state attivate 152mila classi virtuali sulle loro piattaforme e gli *help desk* organizzati in pochi giorni hanno evaso, per telefono o email, 372mila richieste di informazione da parte di insegnanti, studenti o famiglie (una ogni 2,5 secondi lavorativi). Cifre che rendono evidente lo sforzo in termini di personale e competenze che gli editori sono stati in grado di offrire, grazie ai pluriennali investimenti in *know how* sulla didattica digitale da più di due decenni.

Il post-pandemia

Non abbiamo ancora i dati di dettaglio dell'a.s. 2021-22. Vi è certamente stato un boom degli accessi ai materiali integrativi digitali: dal modestissimo 5% di due anni prima, si è passato al 30/40%. Così come è sempre più intenso l'utilizzo delle piattaforme editoriali: il 50% dei docenti le usa tutti i giorni, Il 75% lo fa almeno due volte la settimana.

Il rapporto tra innovazione e digitale

In riferimento, al documento introduttivo dell'indagine conoscitiva, è molto interessante che, pur rimanendo il digitale un elemento spesso essenziale dell'innovazione, si ribadisca in più punti che i due concetti non coincidono. D'altro canto, di per sé il digitale non è nuovo, fa parte del panorama dell'editoria educativa da decenni. I primi testi di ragioneria con allegati contenuti digitali per le esercitazioni sono del 1983! Era il tempo dei floppy disc! Il decennio successivo iniziava con grandi opere di consultazione su CD Rom a disposizione degli insegnanti (la banca dati della Letteratura Italiana Zanichelli è del 1993) mentre del 1996 sono i primi dizionari in versione carta più digitale e nello stesso anno i primi siti dedicati a singoli libri, con integrazioni e aggiornamenti digitali.

Di per sé, il digitale non garantisce che una didattica sia innovativa, e ancor meno che sia più efficace. È uno strumento che può essere molto utile, ma non una panacea. I ritardi accumulati dagli studenti italiani in questi anni di passaggio improvviso e forzato alla DAD lo dimostra, nella consapevolezza che senza gli strumenti digitali il bilancio sarebbe stato molto peggiore.

Inclusione ed esclusione nel digitale

Un ambito in cui il digitale può fornire un grande aiuto è l'inclusione. Per i testi, il riferimento è alla loro accessibilità per gli studenti con disabilità. In questo ambito un buon uso delle tecnologie consente una realizzazione piena delle pari opportunità se testi e piattaforme didattiche saranno nativamente accessibili.

Può essere tuttavia anche il contrario, se le piattaforme utilizzate o i testi non sono accessibili l'esclusione diventa ancor più totale. Un esercizio può aiutare a comprendere meglio il tema: nella valutazione della piattaforma scelta per le audizioni online la Camera ha considerato il livello di

accessibilità? Webex risponde agli standard USA di accessibilità ed è certamente fruibile anche dalle persone con disabilità, ma è stata una scelta consapevole?

Non è accessibile, invece, il documento che è stato inviato in allegato, essendo formattato in modo non leggibile dalle tecnologie assistive. Del «manuale Webex» sono leggibili i testi ma il file non contiene le descrizioni alternative per le immagini, così da risultare pressoché inutilizzabile da persone con disabilità visiva. Né vi sono indicazioni per l'accesso alle funzioni tramite tastiera, anch'esse essenziali per i non vedenti, invece che tramite mouse, ben spiegate nella guida all'accessibilità sul sito Webex.

L'intento non è di stigmatizzare l'operato della Camera. Accade quasi sempre, e all'estero più che in Italia. L'esempio aiuta a comprendere quanto lunga sia ancora la strada per il passaggio dall'idea di «rimedio» ex post – si aspetta una situazione di disagio cui reagire preparando versioni speciali per l'accesso – al nuovo paradigma fondato sulle pari opportunità, che richiedono che l'accessibilità sia considerata al momento della progettazione (*accessibility by design*).

Il punto è paradigmatico del valore della mediazione editoriale: gli editori scolastici e universitari stanno investendo sull'accessibilità dei testi e delle piattaforme, fino ad oggi in assenza di qualsiasi incentivo pubblico. L'AIE ha segnalato in più occasioni come nel PNRR non vi siano fondi dedicati. Ci sono raccomandazioni, così come sono state appena approvate norme ed obblighi. Ma, pur in un piano così ambizioso, non vi sono finanziamenti ad hoc.

Similmente: nella legge di bilancio 2022 i fondi per l'accessibilità sono stati molto aumentati, ma seguendo il modello vecchio di assistenza ex post. La prossima legge di bilancio potrà essere l'occasione per invertire la rotta. Intanto, si è in attesa di un bando MUR sull'orientamento (che include il tema dell'inclusione) che allocherà i 250 milioni di euro previsti nel PNRR: un'altra occasione in cui si possono trovare le risorse per fare investimenti infrastrutturali per ridurre i costi dell'accessibilità nativa per testi e piattaforme.

Diffondere le migliori pratiche o migliorare le pratiche esistenti?

Il documento introduttivo dell'indagine conoscitiva insiste sulla presenza nel nostro paese di molte esperienze lodevoli e sulla necessità di **«**misurare l'impatto delle migliori pratiche per aumentarne la diffusione». Al di là della contraddizione metodologica quando si definisce una pratica come «migliore» prima di averne misurato il valore, l'ipotesi di partire dalle esperienze di punta può non essere la strategia più efficace per aumentare la qualità della didattica in un sistema complesso come quello della scuola e dell'università italiane.

La valutazione di impatto è d'altro canto molto utile, e deve partire dalla individuazione precisa delle variabili che potenzialmente influenzano il risultato in relazione ad obiettivi prefissati. A titolo di esempio, e senza alcuna velleità di esaustività, i risultati dipendono da:

a. i fattori esogeni (il contesto socio-culturale);
b. i fattori infrastrutturali (edilizia, biblioteca, dotazioni tecnologiche, laboratori, orari di apertura, ecc.)
c. gli strumenti didattici (i testi, le piattaforme…);
d. le metodologie didattiche;
e. i docenti, che rappresentano il fattore più determinante.

Ciascuna delle variabili endogene può essere influenzata da politiche di intervento. Ogni intervento (e quindi ogni politica) è una combinazione di variazioni su uno o più delle variabili. L'analisi delle migliori

pratiche (predefinite come tali) rischia di impedire la comprensione dei fenomeni mediani e inibire un'innovazione che abbia davvero un impatto diffuso.

Il ruolo della mediazione editoriale

Il ruolo degli editori, della mediazione editoriale, è di diffondere testi e tecnologie al servizio di pratiche didattiche. In questo quadro, possono essere un alleato potente per migliorare le pratiche diffuse, che è più realistico che diffondere le (presunte) migliori pratiche.

Nella natura degli editori c'è la necessità di massimizzare la diffusione dei loro testi e l'uso delle loro piattaforme. Migliorare le pratiche didattiche dell'intero sistema educativo italiano è un obiettivo condiviso, come conseguenza della loro «responsabilità» editoriale. Un termine che va inteso nella triplice accezione descritta in lingua inglese da tre termini diversi: responsabilità culturale (*responsibility*), responsabilità nel dar conto (*accountability*) e responsabilità legale (*liability*) ambiti che troppo spesso si sono divisi nell'evoluzione di Internet negli ultimi anni. Per l'innovazione, ciò di cui si ha bisogno, è un digitale più responsabile.