

MENSILE PER INSEGNANTI GENITORI E STUDENTI FONDATA DA ALFREDO VINCIGUERRA
GENNAIO 2018 - NUMERO 578 - ANNO XLIII - EURO 5,00

TUTTOSCUOLA



Scuola-lavoro: la sfida del 2018

Poste Italiane SpA - Sped. Abb. Post. D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Roma

ISSN: 0391-7967





Il problema non è solo la debole/insufficiente competenza sul tema finanziario, ma spesso la mancanza di interesse da parte delle donne su questi temi, vissuti come elemento maschile, fatto di grandi strategie incomprensibili e “altro” rispetto alla gestione quotidiana del risparmio domestico. La ricerca mette, ancora, in evidenza che un livello adeguato di studio non rappresenta una garanzia di maggiore esperienza a livello finanziario. Le donne sono meno preparate degli uomini in questo campo, pur avendo livelli di formazione di base e terziaria comparabili o superiori.

La rilevazione del Museo del Ri-

sparmio ha coinvolto un campione rappresentativo della popolazione italiana compresa tra i 18 e 64 anni. Sono stati somministrati 1030 questionari di cui 752 a un campione specifico dell'universo femminile.

Approccio sinergico caposaldo per un'azione efficace

Il basso livello di conoscenze finanziarie impone di promuovere riflessioni sui profili più delicati dell'educazione finanziaria, con particolare riferimento alla rilevazione dei bisogni formativi, all'individuazione dei destinatari delle iniziative, priorità e criteri d'intervento, alla definizione di una comunicazione

innovativa e efficace. In assenza di puntuali iniziative il problema dell'ignoranza degli elementi economici-finanziari assumerà dimensioni sempre più preoccupanti.

Da qui la necessità di far crescere l'attenzione sull'educazione finanziaria, di parlarne in modo più ampio e diffuso non solo sulla stampa di settore ma anche in talk show e trasmissioni di divulgazione. Anche il sistema educativo potrebbe svolgere un ruolo importante facendo da traino allo sviluppo di azioni che possano stimolare il cambiamento culturale del Paese, assicurando un maggiore coordinamento fra le singole azioni e lo sfruttamento di si-

Facebook a scuola? Si può fare



Da sette anni Veronica studia le dinamiche di Facebook, compresi i trucchi, i segreti e le buone pratiche. Lo ha definito “l'ecosistema social più grande del mondo”. Ha messo in evidenza che il 75 per cento degli italiani si informa online sulle notizie di attualità, non più sulla carta stampata, e come, tra i social media più usati nella condivisione delle informazioni, il 96 per cento acceda di preferenza a Facebook. I suoi utenti nel mondo sono due miliardi ogni mese, il doppio degli utenti di YouTube. In Italia sono 30 milioni al mese, contro i 24 milioni di YouTube. Facebook è anche un database sterminato, visto che i suoi frequentatori più assidui raccontano al mondo ogni giorno come si sentono, cosa stanno pensando, a quali eventi si interessano. Senza dimenticare, e qui

di Alessandro Dell'Aira *

La scuola è aperta e di animo nobile. Serve a capire il mondo e a cambiarlo. Facebook fa parte da anni del mondo reale e virtuale, è un luogo di scambio di informazioni, un diario aperto, una vetrina delle vanità, da usare anche come strumento di lavoro e di studio, e più in generale come occasione di riflessione sull'uso esperto delle risorse gratuite. Quest'ultimo aspetto interessa da vicino la scuola, dunque è il caso di parlarne seguendo l'analisi di una specialista, Veronica Gentili, che conosce Facebook come le sue tasche e se ne occupa per ragioni professionali.

Veronica riprende un noto slogan da mandare a memoria, che “se una cosa è gratis vuol dire che il prodotto sei tu”. Per non essere preda dell' algoritmo di Facebook, per usarlo come conviene a noi, alla scuola e non ad altri, occorre “dare il messaggio giusto, alle persone giuste, nel momento giusto”.

Lasciamo da parte gli aspetti tecnici, su cui Veronica si sofferma nel proprio sito web, e approfondiamo il tema che ci riguarda. Due anni fa Vera Schiavazzi ha osservato su *Repubblica* come i docenti italiani disposti a usare Facebook con finalità didattiche e organizzative fossero meno di due su dieci. Oggi saranno senz'altro di più. Qualcuno, come lo psicologo Alberto Parola, ha enunciato una sorta di galateo per l'uso scolastico dei social, e dunque

nergie tra le offerte disponibili.

I diversi soggetti istituzionali competenti sono chiamati a farsi carico della responsabilità di fare scelte e agire nel più breve tempo possibile. La credibilità della classe dirigente non è solo quella relativa al rispetto delle regole e della trasparenza, è anche quella dell'efficacia dell'azione. Azione che non può risolversi solo nei confronti estenuanti fra i singoli attori per ritrovarsi, infine, nell'ennesima urgenza, sotto la quale giustificare eventuali errori. Si deve assumere la responsabilità di agire, mettendo in conto di poter anche sbagliare perché il peggiore sgarbo che si può fare ai cittadini è

il colpevole immobilismo.

Fare educazione finanziaria non è facile perché far parlare le persone dei propri "soldi" non è cosa agevole in quanto non hanno la piena consapevolezza che il denaro di per sé non è buono o cattivo ma che può essere negativa la finalità per la quale si usa.

C'è la necessità di una strategia nazionale di educazione finanziaria decisa dalla Cabina di regia, presieduta dalla professoressa Annamaria Lusardi, istituita presso il Mef, basata su alcuni elementi definiti, anche sulla base di puntuali contributi del Miur che porti ad un miglioramento della cultura economico-finanziaria

delle persone che dimostrano il più basso livello di conoscenza.

L'agenda politica, poiché una delle sfide per l'educazione finanziaria è misurarsi con una platea estremamente differenziata sia in termini di fabbisogni sia di capacità di accesso ai vari canali informativi, in via prioritaria, potrebbe puntare a intervenire su specifici gruppi della popolazione, segmentati per livelli di vulnerabilità finanziaria o bisogni contingenti a eventi del ciclo sociale.

Approccio di sistema per docenti di genere femminile

Poiché l'OECD PISA 2015 che misura l'educazione finanziaria tra

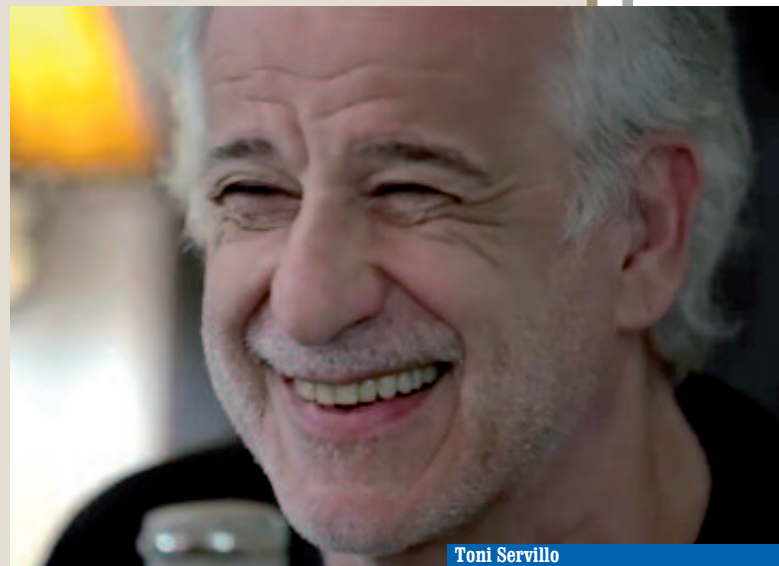


anche di Facebook, che oltre al rispetto della privacy impone un'attenzione particolare al coinvolgimento corretto dei gruppi.

Oltre che educare alla socializzazione, Facebook può essere un valido strumento per documentarsi a scuola su temi e contenuti culturali, da elaborare e sviluppare in modo originale. Dedichiamo un po' d'attenzione, ad esempio, al profilo Facebook di un grande uomo di spettacolo, Toni Servillo. Non si tratta di un profilo ufficiale, ma si affianca al sito web dell'artista, coordinato da un giovane attore napoletano del Teatro stabile di Genova, e lo integra dal punto di vista autonomo di un fan molto preparato.

Questi parte dai gusti propri, ma si rivolge alle persone giuste, quelle che compongono il popolo dei fan di Toni Servillo. Questo confronto, a cura del docente di lettere o del collega che guida e organizza il gruppo teatrale della scuola, sarà finalizzato a individuare le competenze comunicative essenziali a diversi livelli, a mutuarle e a farle proprie per gradi, per promuovere su Facebook il gruppo teatrale della scuola o altre attività che la scuola promuove, con rilevanza esterna.

In cosa differiscono le due fonti? Il sito web è analitico, con ampie notizie sulla biografia di Toni Servillo, la filmografia, il teatro, i premi, le news. Il profilo Facebook non ufficiale valorizza aspetti più immediati, istantanei, fruibili a livello epidermico ma non solo, come lo sconfinamento di Toni nel campo più congeniale al fratello Peppe e agli Avion Travel, con un'interpretazione disincantata, leggera e sorridente di *Anema e Core*, dove dizione e canto dialogano con la chitarra di Fausto Mesolella. Questo filmato di due minuti circa, per tornare a Valentina Gentili, è "il messaggio giusto, alle persone giuste, nel momento



Toni Servillo

giusto". La buona scuola, non solo quella di oggi, la buona scuola di sempre, ci ha insegnato e deve insegnarci a comunicare in modo efficace, in ogni occasione. Con le parole adeguate, rivolte alle persone che ci stanno più a cuore ma soprattutto alle altre che sono la maggioranza e sotto sotto sono le più giuste.

Se ci sappiamo fare, ogni momento può essere "il momento giusto" per far passare il messaggio personale e sociale che ci interessa, da condividere in quanto condivisibile. Si può fare, volendo, ma bisogna studiare come si fa. Nella vita privata, in quella pubblica, nella quotidianità di un mestiere o di una professione, nell'esercizio onesto di un mandato politico. ■

**Esperto di sistemi formativi*