

LA SCUOLA ITALIANA NON È UN SUPERMARKET

di Francesco Scrima *

Puntualmente in campagna elettorale ci si imbatte negli interventi speculativi da parte delle formazioni politiche. Questo rischio non salva la scuola, soprattutto per chi, sulla funzione sociale e gli aspetti di gestione, lascia l'ultima parola alla bontà dei buoni scuola e al mercato. Una visione pericolosa, che premia un'istruzione basata sul censo e che attenda i principi di una scuola democratica, solidale e multiculturale

Siamo abituati da tempo alle dissertazioni più varie sulla scuola e sappiamo bene che il campo delle valutazioni possibili - dalla funzione sociale agli aspetti di gestione - è oggettivamente tanto ampio quanto appetibile agli interventi speculativi. Non ci stupisce che, in campagna elettorale, l'argomento assuma ulteriore rilievo e diventi terreno privilegiato di propaganda, di proposte e impegni programmatici più o meno credibili e concreti. Ciò premesso ci ha molto colpito la "originalità" con cui, in un recente articolo di *Italia Oggi*, si riferiscono le considerazioni elaborate da una delle tante sigle politiche a proposito di qualità e caratteristiche dell'offerta formativa. "Cavallo di troia" è il "bonus scuola" che viene usato per assimilare la scuola - meglio, il servizio scolastico - a un prodotto da supermercato! Addirittura uno di quelli offerti in promozione del tipo "prendi tre e paghi due". Fuori da questa ipotesi non si comprende come si possa lasciare altrimenti invariato l'ammontare complessivo del "bonus" fino a triplicare la percentuale di alunni beneficiari. Prospettazione edulcorata e parzialità di numeri a parte il calcolo che non convince affatto è dato dal "taglio finto minimalista" con cui si tratta - o meglio si elude - la centralità del tema legato alla natura del servizio scolastico: statale o privato.

Che un consorzio di sigle private sostenga un coordinamento per la liberalizzazione della istruzione, e di conseguenza faccia propaganda politica in tal senso, ci sembra fatto non esaltante ma di ordinario significato; la cosa che preoccupa riguarda la confusione indotta (e voluta) tra pluralità di scelta e pluralismo educativo. Per natura e cultura di organizzazione professionale una concezione alta del confronto di idee e sincero rispetto per le posizioni che ognuno liberamente assume; ciò detto dissennò da quelle visioni neo e ultraliberiste che si sintetizzano in affermazioni tipo: "l'offerta

educativa è un'opportunità di mercato e come tale va considerata". E' una prospettiva che considera l'educazione come un "capitale individuale", di esclusiva pertinenza della sfera privata, da comprare e giocare in una pura logica di mercato. Per noi è dirimente, e di fondamentale importanza, precisare il concetto di "plurale" in campo scolastico. Un conto è svolgerlo nella direzione della "pluralità di scelte" atteso che la selezione avviene a priori con la scelta di campo. Altro conto è affermarlo secondo la direzione del "pluralismo regolato", garantendo il manteni-

mento di una forte cornice istituzionale perché il "mercato", lasciato a se stesso, non assicura la "pluralità formativa" e apre al rischio della "frattura formativa" con la conseguenza che chi più paga più è curato nelle sue formazioni. Per quanto ci riguarda, noi coltiviamo un'idea di scuola: - democratica (contro ogni forma di discriminazione, aperta, pluralista al suo interno, vocata a sviluppare capacità critica e spirito di libertà e non a sottolineare e/o esaltare appartenenze di censo); - solidale (che garantisce accesso e pari condizioni di trattamento a tutti a prescindere dal-

la provenienza socio-culturale, che sia capace di mutuare e corrispondere situazioni di differenze e di svantaggi individuali, di gruppi, di intere aree sociali e geografiche); - multiculturale (ispirata alla tolleranza e all'integrazione, con un respiro culturale alto che sia capace di porre l'accento su libertà e ragione distinguendosi dai "monoculturalismi plurimi" che portano a una rigida cementazione delle differenze e delle divisioni). Tornando infine alla logica del supermercato ci chiediamo: quanti supermercati, e soprattutto quale società commerciale è disposta a farlo, si possono aprire nei quasi 4 mila comuni italiani con meno di 5 mila abitanti?

* Segretario generale Cisl Scuola



L'istruzione nel Guinness? Ad aprile la più grande lezione del mondo

La scuola nel Guinness dei primati? Docenti e alunni di tutto il mondo, dal 21 al 27 aprile, proveranno a entrare nella classifica dei record con la "più grande lezione del mondo". Una no-stop che unirà milioni di scuole dei cinque continenti durante la settimana di mobilitazione promossa dalla Cme, la Campagna mondiale per l'educazione che intende ricordare ai governanti le promesse annunciate per mettere fine all'analfabetismo e alle

difficoltà di accesso all'istruzione per milioni di bambini. Cinque le richieste: istruzione di buona qualità, diritto universale, lotta all'analfabetismo, misure urgenti da parte della politica, un piano di lezione che coinvolga gli alunni di tutte le parti del Pianeta. La lezione avrà la durata di trenta minuti e sarà suddivisa in cinque momenti di pochi minuti ciascuno che puntano a informare, coinvolgere e fare pressione sulla politica per raggiungere gli obiettivi dell'educazione mondiale.

Gli insegnanti spiegheranno in classe, a ciclo continuo, il senso dell'iniziativa (quella di iscriversi tra i record mondiali); spiegheranno la differenza tra una buona e una cattiva istruzione; informeranno sul numero di bambine (in particolare), bambini e adulti esclusi dall'istruzione. Anche l'Italia aderisce. Il 23 aprile, gli occhi di insegnanti e alunni saranno puntati su politici, rappresentanti delle istituzioni locali e della pubblica amministrazione. Nel 2000, a Dakar (Senegal), i governanti di 180 paesi si erano riuniti e avevano fissato sei obiettivi strategici. Ma, a otto anni da quel Summit mondiale, i passi avanti realizzati sono stati pochi. Sul sito della Cisl Scuola (www.cislscuola.it) le informazioni, i materiali e la documentazione per organizzare l'iniziativa nelle scuole e partecipare al tentativo di stabilire il record della lezione più grande del mondo da iscriverne nel Guinness dei primati.

gal), i governanti di 180 paesi si erano riuniti e avevano fissato sei obiettivi strategici. Ma, a otto anni da quel Summit mondiale, i passi avanti realizzati sono stati pochi. Sul sito della Cisl Scuola (www.cislscuola.it) le informazioni, i materiali e la documentazione per organizzare l'iniziativa nelle scuole e partecipare al tentativo di stabilire il record della lezione più grande del mondo da iscriverne nel Guinness dei primati.

An. Ben.

Verso le elezioni

Vertenza Alitalia, la vera sfida della campagna elettorale

Ci mancava solo l'Alitalia a complicare una campagna elettorale scialba, contrassegnata più da iniziative emotive, ad effetto, che non da percorsi limpidi in cui i cittadini-elettori potessero veramente ritrovarsi. Sembra che i leader delle maggiori aggregazioni politiche italiane, Veltroni e Berlusconi, siano più propensi ai colpi di teatro, che creano emotività nell'opinione pubblica, che non in proposte meditate di medio lungo periodo. Il ragionare tenendo sempre presenti i sondaggi elettorali è l'ovvia conseguenza degli atteggiamenti poi assunti dai leader, tesi appunto a conquistare "fette di mercato" secondo i suggerimenti che vengono dai sondaggi elettorali. E questa rincorsa porta ad un'omologazione pericolosa del Pd al Pdl e viceversa, con accuse reciproche di "copia ed incolla" dei programmi elettorali. E' vero che bisogna provare a tutti i costi a tirar sulla propria barca gli indecisi, numero ragguardevole, ma è altrettanto vero che si rischia di scontentare quelli che decisi lo sono e vorrebbero però più chiarezza dalla politica e tempi di realizzo ragionevoli e realistici sulle tematiche che possono far svoltare l'Italia. Il problema, a mio avviso, non è solo vincere le elezioni, ma come vincerle. Prendiamo ad esempio il caso Alitalia. L'annuncio da parte di Berlusconi di una cordata italiana per il rilevamento della nostra compagnia di bandiera e l'ipotesi di messa all'angolo dei cugini francesi rei di aver presentato una proposta - anche a detta di alcuni esponenti dell'attuale maggioranza - "irricevibile", è qualcosa di sicuramente rilevante, sia per la campagna elettorale, ma soprattutto per il Paese. Il capo del Popolo della Libertà sta bluffando? Potrebbe anche darsi, il personaggio in questione è uomo che ben sa usare i media e le sensibilità di cui questi sono portatori. Il tema però è ad elevato quoziente di pericolosità. Ovvero, non si può scherzare perché il boomerang che ne deriverebbe, in caso di mera promessa elettorale, potrebbe essere esiziale per chi ha avanzato la proposta. Gli italiani sono di memoria corta tranne in certi casi. E questo potrebbe essere appunto il caso. Che dovrà fare allora il Cavaliere? Dovrà prima di tutto determinare un tempo limite, ovviamente prima dell'apertura delle urne, per la presentazione della cordata, come si suole dire oggi, senza se e senza ma. Eppoi, vicino ai nomi, aggiungere programmi credibili, ovviamente concorrenziali a quelli presentati dall'Air France-Klm. Se non farà tutto ciò l'effetto che ha creato la sua esternazione si rivolterà contro di lui e consentirà ai suoi avversari di gridare al solito venditore di parole ed al ministro Di Pietro di continuare a sostenere che certi annunci erano solo finalizzati a far aumentare il prezzo delle azioni Alitalia per speculazioni di basso profilo, per giunta proibite dalla legge. Anche Veltroni deve stare molto attento in questa fase delicata e decisiva della campagna elettorale. Alitalia divide il suo schieramento e la sortita di Berlusconi ha accentuato la diaspora interna tra quelli che sono per la vendita alla Francia e quelli che non hanno mai visto troppo di buon occhio il progetto di Padoa Schioppa e di Prodi a favore della compagnia aerea franco-olandese. Non potrà, Veltroni, realisticamente bocciare a priori la cordata italiana, né battersi per chiudere la trattativa con i francesi come vorrebbe il presidente del Consiglio, spinto anche in tal senso dalla proposta dell'amministratore delegato di Aer France-Klm, Jean-Cyril Spinetta, per una trattativa ad oltranza. La campagna elettorale, purtroppo, con tutte le tematiche di spessore che ci sono in campo, si risolverà - nel senso che sarà pesantemente orientata - sull'onda delle trattative per l'Alitalia. Berlusconi e Veltroni sono accomunati nella stessa sorte: non possono ignorare che l'Alitalia è sull'orlo del fallimento e che, comunque sia, a tutti i costi bisogna evitare che i libri finiscano in tribunale. Qui il mercato non c'entra, il buon senso sì. Un fallimento di Alitalia significa oggettivamente il fallimento bipartisan della politica italiana e l'inequivocabile segno del declino di un Paese pieno di contraddizioni, ma altrettanto pieno di talenti e di potenzialità.

Elia Fiorillo