

Open Days, siore e siori...

Un tempo ci si iscriveva in una scuola piuttosto che in un'altra sulla base delle proprie attitudini e predisposizione personale a preferire le materie umanistiche alle scientifiche o piuttosto tecnico-professionali.

Fondamentale poi il condizionamento delle scelte degli altri compagni di classe per restare con gli amici attraverso una sorta di scelta di continuità.

Oggi invece ci sono gli open days.

Non c'è scuola che non ne abbia almeno un paio tra dicembre e gennaio, il tempo per le nuove iscrizioni.

Dalle primarie alle medie, dai licei agli istituti tecnici e professionali. Tutti indossano il vestito più bello, il vestito della festa e aprono le loro aule a ragazzi e genitori.

Se per le scuole superiori si tratta di illustrare la peculiarità dell'offerta formativa dei singoli indirizzi di studio, per primarie e medie l'offerta "dovrebbe" essere comune per "tutte le scuole del regno", ma non è così.

Le giornate dell'orientamento diventano vere azioni di marketing per "un pugno" di studenti in più, merce diventata rara per la preoccupante denatalità.

E allora gli open days diventano una fiera, un mercatino per cercare pubblico consenso.

Sugli scaffali si espongono progetti, attività didattiche e laboratoriali, proposte di PON per l'anno che verrà, promesse future di tornei di calcetto, pallavolo, piscina, danza, laboratori teatrali, musicali, sensoriali e tante altre attività tra le più singolari e creative.

Ai ragazzi e ai loro genitori non serve conoscere quante LIM, quanti pc e robotini siano presenti all'interno della scuola, ma serve capire se i docenti sono metodologicamente formati sul loro utilizzo e capire come i ragazzi sapranno utilizzarli nell'ordinaria attività didattica.

Ma il problema attuale della scuola non è l'esatta definizione delle più opportune

strategie di marketing orientate ad accrescere il numero degli iscritti, ma l'adozione delle migliori strategie per accrescere la qualità dell'istruzione.

C'è da chiedersi a cosa siano serviti ben tredici anni di scuola

se i dati INVALSI 2022 rilevano che gli studenti che hanno raggiunto un livello adeguato in italiano sono solo il 56%, in matematica il 49%, inglese reading il 49% e inglese listening il 37%.

E allora il problema più grande che deve affrontare la scuola non è "pescare" uno studente in più, ma come poter concretamente investire in ideali, modelli e archetipi che potrebbero essere in grado di risollevare le sorti attuali di una scuola che non riesce più ad avere degli standard minimi di tollerabilità.

Gli open days durano qualche giorno, poi si chiuderà la fiera

e si tornerà a vestire l'abito da lavoro, torneranno le tediose spiegazioni e interrogazioni, tornerà la didattica frontale uguale per tutti i ragazzi e la personalizzazione resterà solo scritta nei PTOF.

La quotidianità farà dimenticare lo splendore del giorno di festa, riportando alla luce gli abitudinari problemi della scuola.

Pio Mirra

Ds IISS Pavoncelli - Cerignola (FG)