

# Teorie e pratiche della personalizzazione nel mondo

Roma, Centro Studi per la Scuola Cattolica, 13 ottobre 2018

# La personalizzazione, una moda?

- Proteggersi dal rischio che la personalizzazione sia soltanto una moda passeggera
- Così è accaduto, almeno in parte
  - per la ricerca educativa
  - per la programmazione didattica
  - per il curriculum

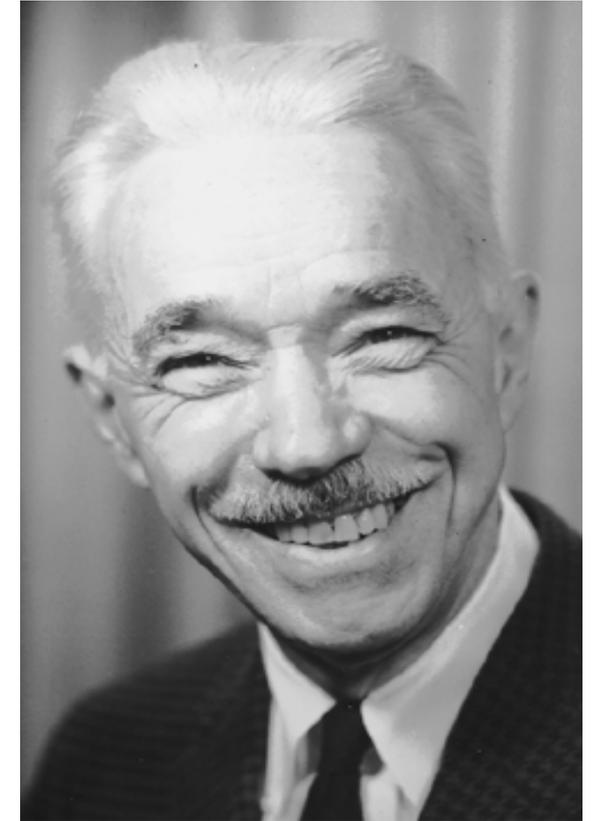
**Se tutto passa,  
*salutatemelo.***



# Tre protagonisti della personalizzazione.1

## Fred S. Keller (1899-1996)

Al lavoro personale scandito da moduli di apprendimento sono affiancate attività in gruppo basate sul supporto fra pari con la supervisione di un facilitatore a disposizione degli studenti. Lo studioso rielabora e riaggiorna pratiche didattiche ispirate a Dewey ben note agli studiosi dell'attivismo pedagogico con qualche influenza rogersiana.



# Tre protagonisti della personalizzazione.2

## Victor García Hoz (1911-1998)

La personalizzazione opera ad ampio raggio e non solo nell'ambito dell'apprendimento, valorizzando le potenzialità non solo cognitive della persona, ma anche le dimensioni affettiva, etica e religiosa.

L'esito complessivo cui tendere è individuato nel raggiungimento "della capacità di formulare e realizzare il proprio progetto di vita".

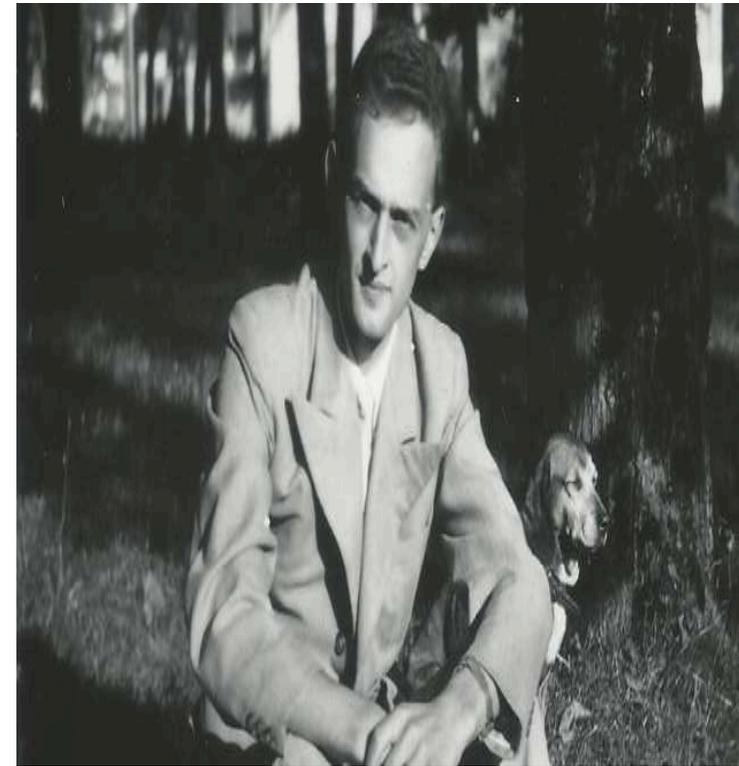


# Tre protagonisti della personalizzazione.3

## Louis Legrand (1921-2015)

Nel volume *La différenciation pédagogique* (1986) sottolinea l'esigenza di tenere conto della diversità degli allievi e della necessità di garantire la piena valorizzazione del potenziale cognitivo di ciascun studente.

Evidenti i debiti con l'individualizzazione dell'attivismo ginevrino (Claparède, Piaget, Dottrens) e istanze di equità sociale.



# La cultura psicopedagogica anglosassone e la personalizzazione



Una forte spinta verso la personalizzazione giunge tuttavia dagli anni Novanta dalla cultura psicopedagogica anglosassone in stretta associazione con il modello della *School Effectiveness* (scuole rigidamente monitorate e periodicamente valutate, da qui le rilevazioni PISA)

# La spinta tecnologica



Questa lettura della personalizzazione si è poi collegata alle prospettive aperte nel campo dell'apprendimento, con riferimento alle nuove tecnologie e alla possibilità di predisporre ambienti di apprendimento in modo così vario da soddisfare stili cognitivi diversi. Questa possibilità si è ora molto perfezionata con soluzioni anche a basso costo.

# La personalizzazione e il clima scolastico

La ricerca di efficienza ed efficacia viene temperata da alcuni studiosi statunitensi dall'importanza attribuita alle relazioni interpersonali e al clima della scuola.

La novità sta nel fatto che in questi casi si individua nel clima scolastico inteso come l'esito dell'intreccio tra ambiente, docenti studenti e famiglie un fattore personalizzante.



# Un tema meno attraente

La mente è come un  
paracadute, non serve  
se non si apre...



Il tema della personalizzazione da noi finora ha incontrato un'attenzione secondaria inferiore rispetto a quella, per esempio, riservata alle competenze. La letteratura sulla personalizzazione in lingua italiana è alquanto modesta (almeno sul piano quantitativo), senz'altro inferiore agli interventi e agli approfondimenti in materia di competenze.

# Personalizzazione e competenze

Gli sfondi teorici e pedagogici nei quali attingono questi due approcci all'esperienza del sapere sono alquanto diversi.

Il primo – e cioè la **personalizzazione** – è attenta soprattutto ai processi mediante i quali la persona conquista la conoscenza.

Il secondo – la prospettiva della **competenza** – è invece molto più attenta alla utilizzazione del sapere. Non basta il “sapere sapiente”, occorre il “sapere saputo”.

# Personalizzazione debole e personalizzazione forte

Charles Leadbeater ha individuato due tipologie di personalizzazione: una «debole» non molto diversa dalle collaudate prassi Individualizzanti e cioè una pratica didattica di natura efficientistica.

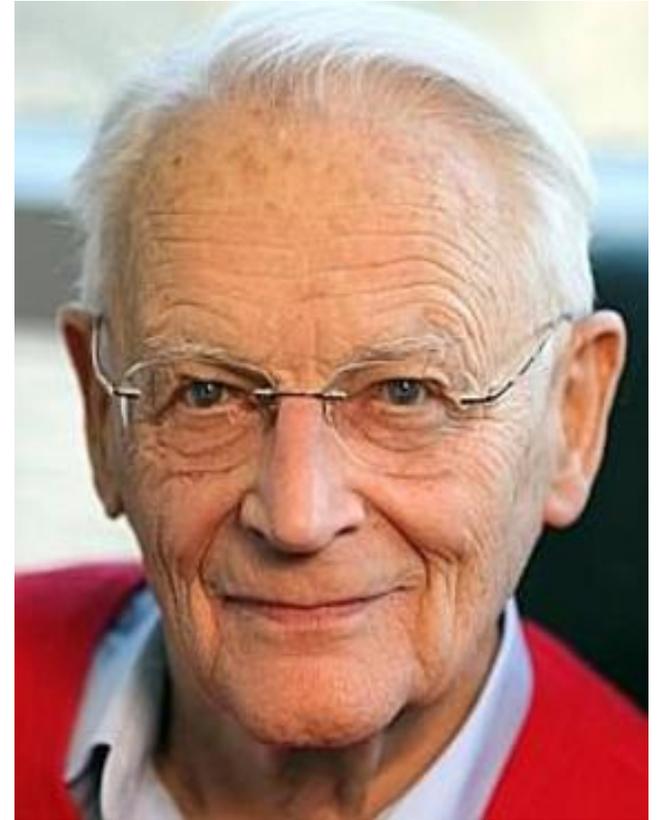
Il modello della “personalizzazione forte” è invece da identificare in un’esperienza che “non deve soddisfare le esigenze di un *test* prestabilito da qualcun altro”, ma si configura come un “apprendimento motivato, acquisito ed espresso nella prospettiva della conquista personale”.

Mi sarebbe piaciuto essere  
perfetta come voi poi  
però ho pensato che  
eravate già in tanti...

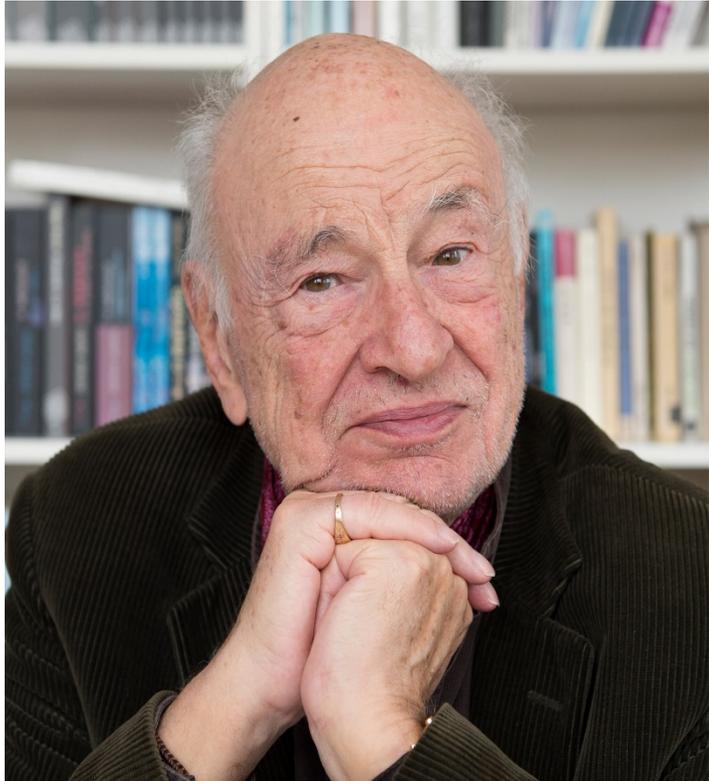


# Due autorevoli conferme. Alain Touraine...

Secondo Alain Touraine (1925), uno dei maggiori sociologi francesi, occorre invertire i termini della scuola per passare dalla “scuola per la società” (centrata sui valori correnti e sulle tecniche da padroneggiare per essere competitivi sul mercato) ad una “scuola per il soggetto”, da una “istruzione dell’offerta” a “un’istruzione della domanda”.



## ...ed Edgar Morin



Edgar Morin (1921) ha avanzato l'ipotesi che la "riforma del pensiero" centrata sui principi della inter/transdisciplinarietà e del "pensiero che interconnette" in grado di "rimpiazzare la causalità lineare e unidirezionale con una causalità circolare e multireferenziale" possa compiersi soltanto se il soggetto saprà esercitare la sua autonomia.

# L'adulto mediatore di Feuerstein

L'idea della personalizzazione si sposa bene con due principi della pedagogia feuersteiniana: a) **la valorizzazione della differente potenzialità cognitiva**; b) **la capacità dell'adulto mediatore di individuare i percorsi più efficaci** per migliorare non solo l'apprendimento ma anche per rispondere alle aspettative socio emozionali.

Non ci può infatti essere personalizzazione se non c'è qualcuno si prende cura dell'allievo



# La relazione generativa

Nulla è sostituibile alla forza che un'esperienza ha di comunicarsi e di attivare altri perché questi sia messo in grado di vivere a sua volta la propria vita (*La sfida educativa*, p. 11)

