

Istruzione pubblica e cooperazione con il settore privato

*Dall'osservatorio EENET
un esempio di scheda transnazionale
sul rapporto tra pubblico e privato in Europa*

■ **Harald Gapski**, European Centre For Media Competence
e-mail: gapski@ecmc.de

Da sempre il settore pubblico acquista dal settore privato (editori, aziende) i materiali per l'insegnamento e l'apprendimento, come libri e lavagne; anche l'introduzione di strumenti tecnologici nell'insegnamento è regolata da norme pubbliche, autorizzazioni e raccomandazioni. Nel panorama educativo, quindi, i confini tra sfera pubblica e privata si sono via via delineati, in maniera più o meno precisa, all'interno di un sistema di rapporti commerciali "tradizionali".

Recentemente, in seguito alla progressiva integrazione delle ICT nei sistemi educativi, si stanno rapidamente sviluppando nuovi rapporti tra i due settori. In quasi tutti i piani d'azione promossi dalla Comunità Europea, relativi all'utilizzo delle ICT nell'educazione, e negli organismi istituiti recentemente (come ad es. European Education Partnership - E.E.P.) il partenariato tra pubblico e privato (PPP) è ormai ritenuto un elemento chiave. Campagne pubblicitarie, sponsorizzazioni ed iniziative pubbliche-private (IPP) testimoniano l'impegno sempre maggiore delle imprese private nel settore educativo.

In generale, le cause principali che favoriscono la cooperazione tra i due settori possono essere distinte in due categorie.

La prima è legata all'evoluzione della società, e in particolare riguarda i seguenti aspetti:

- **la trasformazione da "società industriale" a "società dell'informazione e della conoscenza"**, che implica in qualche modo una convergenza tra l'ambito economico e quello dell'educazione. Co-

noscenze e competenze sono diventati elementi chiave della società attuale e il loro sviluppo dipende dalla facilità di accesso e di utilizzo delle ICT;

- **la globalizzazione e la diffusione delle società informatiche**, che operano a livello mondiale e esercitano una forte influenza nel settore economico. Il settore privato incrementa il mercato educativo non solo per quanto riguarda la vendita dei prodotti, ma anche con investimenti a lungo termine nei settori dell'educazione e della formazione, allo scopo di garantire in futuro la disponibilità di risorse umane;
- **la trasformazione del sistema educativo, che risponde ai cambiamenti della società**, promovendo l'autonomia scolastica, considerando le scuole come "agenzie formative" e aprendo l'istruzione scolastica a partner esterni. Questo pone le basi per intensificare i contatti con il settore privato.

Il secondo insieme di cause riguarda direttamente le Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione:

- **le ICT sono costose**. Contrariamente ai materiali didattici a basso costo, quali libri e lavagne, le ICT comportano costi elevati e richiedono spesso integrazioni di bilancio. Sono necessari non solo investimenti iniziali, ma anche spese di manutenzione e quindi i costi complessivi oltrepassano spesso i limiti del bilancio pubblico;
- **le ICT richiedono un continuo supporto**. Nella maggior parte dei casi le

scuole pubbliche non dispongono di uno staff specializzato e di risorse per gestire infrastrutture tecnologiche professionali (viene spesso sottolineato il fatto che gli insegnanti non dovrebbero essere responsabili della tecnologia ma degli aspetti pedagogici). Al contrario le società informatiche hanno un'esperienza decennale nella gestione delle ICT;

- **per integrare le ICT nella didattica occorrono contenuti pedagogici.** Sviluppare e realizzare contenuti di qualità è estremamente complesso e implica costi elevati. La collaborazione con realtà che sviluppano contenuti a livello professionale può fornire al sistema educativo ulteriori contenuti didattici; il settore privato contribuisce in questo modo a sviluppare il mercato dei contenuti educativi;
- **per utilizzare le ICT sono necessarie formazione e competenze specifiche.** Dal momento che la tecnologia da sola non è sufficiente, il settore privato sponsorizza spesso anche corsi di formazione per insegnanti. Questo pone la questione di come tracciare un confine tra competenze tecniche (trasmesse dalle aziende private) e competenze pedagogiche (fornite da enti pubblici di formazione docenti);
- **le potenzialità delle ICT non sono sempre evidenti.** Gli elevati investimenti nel settore e l'inevitabile riorganizzazione dei sistemi educativi suscitano interrogativi sull'importanza e sui benefici dell'utilizzo delle ICT nella didattica. Le campagne di informazione e le iniziative come "Netdays" dimostrano l'efficacia delle ICT nell'educazione e forniscono un punto di partenza per la cooperazione pubblico e privato.

Il settore della pubblica istruzione è chiamato a ripensare il proprio rapporto con il settore privato:

"... Il sistema educativo non è l'unico detentore e produttore del sapere... Come si può istituire e strutturare una cooperazione tra tutti coloro che producono conoscenza?...". (tratto dal rapporto danese).

Le complesse trasformazioni della società dell'informazione richiedono nuove strategie per regolare i rapporti tra il settore pubblico e quello privato. Tali strategie non si limitano più a sponsorizzazioni una tantum, ma si realizzano in forme diverse e con varie modalità. Il contesto in cui si inserisce la cooperazione tra pubblico e privato risen-

te di vincoli di carattere economico, pedagogico, politico e culturale.

Analizzando le motivazioni che spingono il settore pubblico a cooperare con quello privato, emerge che:

- il rapporto con il settore privato permette alle scuole, nel caso in cui i finanziamenti pubblici non siano sufficienti, di migliorare le infrastrutture tecnologiche e di provvedere al loro mantenimento, grazie a sponsorizzazioni e sconti
- il sistema scolastico può adottare le strategie di gestione delle ICT già sperimentate e documentate nel settore privato. Alcune tecniche, quali la "riorganizzazione gestionale", la "gestione delle tecnologie dell'informazione" e le "strategie di pianificazione" vengono da tempo utilizzate nel settore privato. Sebbene vi siano grosse differenze tra scuola e azienda, i problemi relativi alla gestione delle ICT spesso sono simili.
- attraverso la cooperazione con le aziende private, le scuole arricchiscono la loro offerta formativa e migliorano la loro immagine sul territorio. La cooperazione infatti può facilitare la transizione degli studenti dal mondo della scuola a quello del lavoro, offrendo la possibilità di fare stage e di osservare dall'interno il mondo del lavoro.

Viceversa le motivazioni che spingono le aziende private a cooperare con il settore pubblico sono:

- la crescita del mercato nel settore educativo. L'uso delle ICT e dei prodotti multimediali a scuola e a casa (in tedesco "Nachmittagsmarkt" - il "mercato pomeridiano") rappresenta un potenziale mercato per le aziende che producono hardware e software. Le caratteristiche proprie di ogni mercato nazionale (lingua, popolazione, sistema scolastico) delineano il contesto entro il quale avviare partenariati tra pubblico e privato e incrementare il mercato con fondi pubblici;
- il bisogno, da parte delle aziende private, di informazioni dettagliate sulle condizioni di questo mercato. Infatti numerosi parametri ne influenzano lo sviluppo (uso ai fini didattici, specificità linguistiche, età degli utenti, limitazioni tecniche date dalla presenza di computer obsoleti nelle scuole, stima delle possibilità di vendita, licenze, etc.)
- la sponsorizzazione di attività e il coinvolgimento in eventi che prevedano l'uso delle ICT nella scuola, che testimoniano un investimento in capitale umano per il

futuro e allo stesso tempo possono essere utilizzati dalle aziende con scopi di marketing.

È bene tuttavia sottolineare che non ci sono solo reciproci benefici nel rapporto tra i due settori.

Il settore pubblico mira al raggiungimento di obiettivi pedagogici che vanno al di là dello sviluppo di abilità e competenze richieste nel mondo del lavoro: la pedagogia infatti si basa su un preciso sistema di valori (quali la capacità di decidere autonomamente, di essere critici, creativi, responsabili), che sono necessari per una preparazione alla vita futura nella società (tratto dal rapporto danese) e che non si limitano alla sfera lavorativa.

Inoltre "... l'ambivalenza e lo scetticismo dell'opinione pubblica riguardo alle iniziative di cooperazione tra pubblico e privato" (dal rapporto greco) e la paura che gli interessi privati possano interferire con l'interesse pubblico, caratterizzano a volte la difficile relazione tra i due settori.

L'*attrito* tra i due settori è un effetto dei loro diversi modi di operare:

- il settore pubblico spesso è poco efficiente nell'attuazione delle politiche, nell'applicazione di meccanismi di controllo della qualità e nella gestione delle competenze manageriali. Talvolta gli approcci creativi e le soluzioni innovative vengono "soffocati dall'inerzia e dalla burocrazia che caratterizzano il settore" (dal rapporto greco)
- il settore privato si basa su principi economici e per questo risulta più dinamico ed efficace, ma non sempre è in grado di fornire soluzioni adeguate per il raggiungimento di obiettivi educativi.

Il dialogo tra settore pubblico e privato è necessario per sviluppare piani di azione e programmi comuni e condivisi. Ciò nonostante non si può negare che ognuna delle due parti operi con differenti finalità, educative in un caso, economiche nell'altro.

RIASSUMENDO

In tutti gli stati membri di Eenet la cooperazione tra pubblico e privato sta diventando un fenomeno sempre più importante, sebbene nell'ambito dell'istruzione pubblica sia ancora un fatto relativamente nuovo. Ci sono diverse forme di cooperazione tra i due settori, che possono essere analizzate in base al loro contesto di applicazione (campagne di informazione, produzione dei contenuti, consulenze), al tipo di cooperazione (donazioni a tantum, progetti, partenariati istituzionalizzati, etc.), alla tipologia dei partner coinvolti (ministeri, multinazionali o piccole aziende e scuole, etc.), e alla loro dimensione territoriale (locale, regionale, nazionale, internazionale).

La tabella seguente sintetizza le possibili forme di collaborazione tra settore pubblico e privato.

Tipo	Sponsorizzazioni e donazioni	Progetti	Azioni di sensibilizzazione	Partenariati istituzionalizzati
Forma	<ul style="list-style-type: none"> Donazioni di infrastrutture telematiche sconti donazioni di computer di seconda mano 	Finanziamenti a favore di enti pubblici o privati che si occupano di: <ul style="list-style-type: none"> sviluppo dei contenuti formazione ricerca consulenza modelli di buone pratiche 	<ul style="list-style-type: none"> Campagne di informazione tavole rotonde, momenti di confronto presentazioni campagne pubblicitarie 	Creazione di organismi istituzionalizzati "misti" (associazioni, aziende) per mezzo di contratti formali. Spesso questi organismi hanno la funzione di "interfaccia" istituzionale a metà tra interesse pubblico e privato
Motivazioni principali	Motivazione centrata sui prodotti	Motivazione centrata sugli obiettivi del progetto e sui contenuti	Motivazioni politiche, in base alle trasformazioni della società e alla competizione internazionale	Motivazioni politiche, per ottenere benefici reciproci e sviluppare prospettive future
Durata	Azioni una tantum o limitate a un periodo circoscritto	Azioni a medio termine, a seconda della durata del progetto	Azioni una tantum o con una serie di interventi	Azioni permanenti
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> Migliorare la qualità delle infrastrutture (a volte anche comprensivo di formazione delle competenze) 	<ul style="list-style-type: none"> Stimolare lo sviluppo di contenuti definire modelli di buone pratiche 	<ul style="list-style-type: none"> Accrescere la consapevolezza a livello di opinione pubblica identificare linee guida e raccomandazioni elaborare piani di azione 	<ul style="list-style-type: none"> Condividere risorse e sinergie condurre progetti contribuire allo sviluppo
Interesse pubblico	Rafforzamento delle infrastrutture telematiche e loro mantenimento, allo scopo di poter garantire una "didattica innovativa"	Continuità e stabilità del processo di integrazione delle ICT; disponibilità di risorse didattiche innovative ed efficaci	Riforma del sistema scolastico; sviluppo di nuovi valori e obiettivi pedagogici	Accesso degli enti privati a settori chiusi agli organismi pubblici; accesso a risorse competenze del settore privato
Interesse privato	Public relation e marketing; sviluppo di un mercato stabile; acquisizione di nuovi utenti	Accesso a mercati nuovi, ricerca, abbassamento degli investimenti nel settore di "ricerca e sviluppo"	Accrescimento del mercato (aumentando la consapevolezza dei singoli); promozione delle ICT e della formazione di competenze specifiche nella società dell'informazione; competizione	Sviluppo di progetti definiti e duraturi; marketing; apertura di nuovi mercati
Sfide e problemi	Reperire risorse e creare infrastrutture di supporto affidabili per il mantenimento delle donazioni al termine della sponsorizzazione	Definizione delle strategie di mercato; difficoltà nell'accordo tra pubblico e privato; problematiche relative al trasferimento di know-how	Problematiche relative alla conversione dei risultati ottenuti, in azioni o progetti praticabili e finanziabili	Difficoltà nell'elaborazione dei contratti, mediazione degli interessi opposti e superamento dei rispettivi vincoli
Esempi	<ul style="list-style-type: none"> Installazione di piattaforme satellitari nelle scuole da parte della RAI (Italia) Iniziativa della Apple: "La scuola non può attendere", un Mac gratis ogni due acquistati (Italia) La Deutsche Telekom sponsorizza le connessioni ISDN per tutte le scuole (Germania) 	<ul style="list-style-type: none"> Programstøttestøtning supporta lo sviluppo di strumenti didattici (Danimarca) InterActief!: Partenariato pubblico/privato sui programmi didattici (Paesi Bassi) TRENDS: progetto di un partenariato europeo per la formazione di insegnanti in servizio ETÄKAMU: progetto di ricerca sull'apprendimento a distanza basato su materiali multimediali (Finlandia) 	<ul style="list-style-type: none"> Tavola rotonda CTU (Danimarca); Netdays Europe, ThinkQuest. 	<ul style="list-style-type: none"> Iniziativa D21, SAN e.V.: associazioni tra membri del settore pubblico e privato (Germania) ECMC: società con azionisti pubblici e privati (Germania) Orfeus (Danimarca)