

## L'evoluzione dei libri di testo verso la scuola digitale

Il libro di testo è sempre stato lo strumento di apprendimento per eccellenza, compagno fedele degli studenti nel loro percorso di studio e guida sicura per gli insegnanti nella trasmissione del sapere. Nel corso del tempo il suo volto rassicurante non è mai davvero cambiato, né il suo ruolo è stato messo seriamente in discussione. Almeno finora. Negli ultimi anni si sono iniziati a percepire i primi segnali di un cambiamento importante, veicolato dalla crescente diffusione delle nuove tecnologie in ogni aspetto della vita quotidiana, compresa la scuola, e dalla progressiva introduzione di strumenti digitali nella didattica. In ambito scolastico, la “rivoluzione digitale” ha ricevuto un forte impulso dalla legge n. 133, datata 6 agosto 2008, il cui articolo 15 stabilisce il passaggio, entro l'anno scolastico 2011-2012, dai classici volumi cartacei per la scuola a libri di testo «nelle versioni a stampa, online scaricabile da internet, e mista»<sup>1</sup>.

Il mercato dei libri per la scuola, rimasto pressoché immutato per decenni, è stato scosso profondamente dalle novità introdotte da questa legge, che coinvolgono in prima persona tutti i soggetti che si confrontano con il libro di testo, dagli studenti alle loro famiglie, dagli insegnanti agli editori. Questi ultimi, in particolare, si trovano in prima linea nell'attuare una riforma che impone un ripensamento radicale del libro di testo e del suo intero ciclo di vita, dalla progettazione alla produzione, dalla promozione alla vendita.

### *La parola agli editori, protagonisti dell'innovazione*

Per capire in che modo gli editori stiano affrontando questo momento di transizione, ci siamo rivolti ai diretti interessati. In particolare a quelle case editrici – intese come gruppi, senza distinguere tra singoli marchi – che attualmente si spartiscono la maggior parte (oltre il 65%) del mercato scolastico italiano<sup>2</sup>: Zanichelli, Pearson Italia, Rcs, Mondadori Education e De Agostini. Per

Articolo tratto dalla tesi di laurea *L'evoluzione dei libri di testo verso la scuola digitale*, Università degli studi di Milano, corso di laurea magistrale in Cultura e storia del sistema editoriale, relatore prof.ssa Paola Dubini, correlatore prof. Carlo Minoia, a.a. 2009/2010. Si ringrazia il centro ASK dell'Università Bocconi per il supporto alla ricerca.

<sup>1</sup> Decreto-legge 25 giugno 2008, n.112, convertito con modificazioni nella legge 6 agosto 2008, n. 133, reperibile su <http://www.camera.it/parlam/leggi/081331.htm>.

<sup>2</sup> Fonte: Classifica Esaie 2010 (classifica degli editori di scolastica stilata ogni anno da Aie – Associazione italiana editori – con la collaborazione del Ministero dell'istruzione).

## FdL

ognuna di queste case editrici sono state intervistate una o più persone<sup>3</sup>, che ricoprono ruoli diversi ma pur sempre strategici all'interno dell'azienda e che hanno offerto un punto di vista originale – e finora inedito – sui cambiamenti in atto nel mondo editoriale. Pur senza sottovalutare l'attività e le iniziative degli editori minori, siamo convinti che in questa fase la partita si giochi soprattutto tra i “giganti” dell'editoria, che per la loro stessa natura possono contare su solide basi – dal punto di vista finanziario, ma anche di *know how* tecnologico e di lunga tradizione nel settore scolastico – che permetteranno loro di cavalcare l'onda del cambiamento sperimentando nuove soluzioni editoriali.

Le reazioni alla legge 133/2008 si possono suddividere, in base alle nostre interviste, in due atteggiamenti opposti e in parte coesistenti. La normativa è stata vista da alcuni, almeno in un primo momento, come «un'operazione d'immagine» (Michele Lessona), facilmente aggirabile attraverso l'introduzione di contenuti digitali accessori, che non modifichino di fatto l'impostazione base del libro di testo. Si è parlato inoltre di «intervento demagogico» (Maria Vittoria Alfieri) del Ministero, che si è limitato a imporre un obbligo agli editori senza fornire alcuna direttiva specifica su come affrontare il cambiamento. Il presupposto della legge 133 – la riduzione del costo dei libri di testo per le famiglie – si è rivelato «semplicistico» (Mario Mariani), in quanto il legislatore non si è posto una serie di problemi collaterali, (i cosiddetti “costi di *compliance*”, per esempio la tutela del diritto d'autore), che per gli editori sono di importanza cruciale e che rischiano di generare costi aggiuntivi.

Accanto a queste reazioni che potremmo definire “scettiche”, si è però fatta strada nel mondo editoriale la consapevolezza dell'enorme portata delle innovazioni imposte dalla legge, che ha avuto il merito innegabile di «accelerare un processo – la digitalizzazione della scuola e della scolastica – comunque ineluttabile» (Mario Mariani). Impossibile ormai fare un passo indietro: «a prescindere da qualsiasi imposizione, la tecnologia si diffonde autonomamente» (Maria Vittoria Alfieri).

### *L'evoluzione del sistema d'offerta*

Quest'idea ha dato nuovo impulso al lavoro editoriale, scatenando una corsa alla ricerca di soluzioni innovative per lo studio e l'insegnamento. Ma quali

<sup>3</sup> Per il gruppo De Agostini: Michele Lessona, presidente di De Agostini Scuola; l'intervista si è svolta nella sede della casa editrice in via Montefeltro 6/B, Milano, il 22 marzo 2010.

Per il gruppo Rcs: Maria Vittoria Alfieri, responsabile E-content education sviluppo e progetti; il colloquio si è svolto negli uffici di via Mecenate 91, Milano, il 14 aprile 2010.

Per il gruppo Pearson Italia: Mario Mariani, direttore commerciale Pearson Italia; Massimo Esposti, direttore editoriale area scientifica Pearson Italia nella scuola superiore e nell'Università; Franco Bernazzoli, direttore multimedia di Pearson Italia; gli incontri si sono svolti l'11 (Mariani ed Esposti) e il 19 maggio (Bernazzoli) 2010, negli uffici di via Archimede, Milano.

Per il gruppo Mondadori: Aaron Buttarelli, direttore editoriale Mondadori Education; l'intervista si è svolta negli uffici della casa editrice in via Durazzo 4, Milano, il 23 settembre 2010.

Per il gruppo Zanichelli: Federico Enriques, amministratore delegato di Zanichelli; Giuseppe Ferrari, direttore editoriale Zanichelli; dopo due brevi colloqui telefonici, gli incontri si sono svolti a Bologna, nella sede della casa editrice di via Imerio 23, al principio di ottobre 2010.

sono i nuovi prodotti destinati ad accompagnare l'affermazione della scuola digitale in Italia e, forse, a sostituire il classico libro di testo? La legge, pur elencando alcune «caratteristiche tecnologiche per i libri di testo nella versione online e mista»<sup>4</sup>, non specifica in modo chiaro e univoco come le imprese editoriali debbano affrontare la riforma. Ogni casa editrice segue pertanto criteri diversi per l'innovazione dei propri prodotti: in una situazione di mercato ancora piuttosto incerta, di cui è difficile prevedere tendenze e sviluppi, alle aziende non resta che muoversi per tentativi, inventandosi di giorno in giorno strumenti originali che veicolino un nuovo modello di didattica.

Naturalmente, nessuno è stato sfiorato dal pensiero di abbandonare le edizioni cartacee – che per secoli hanno rappresentato il *core business* del mercato editoriale – dall'oggi al domani. Le aziende ritengono «importante mantenere la carta, perché essa è ancora strumento di trasmissione culturale e non esistono, al momento, i presupposti perché venga abbandonata in favore di altri supporti» (Aaron Buttarelli).

In questa prima fase gli sforzi degli editori si sono concentrati soprattutto sulle cosiddette edizioni miste – in circolazione, seppur in modo limitato, fin dall'anno scolastico 2009/2010 – che prevedono volumi cartacei generalmente più snelli, corredati da espansioni digitali online e offline: si tratta soprattutto di testi di approfondimento in formato pdf, file audio e video, animazioni interattive, esercizi auto correttivi e altri *learning objects* (letteralmente: “oggetti per l'apprendimento”) accessibili, a seconda dei casi, liberamente o previa registrazione ai siti internet, con una *password* contenuta all'interno del libro di testo o fornita dal docente. Ogni editore sceglie autonomamente in che modo differenziare la propria offerta di libri misti, dando vita a iniziative specifiche. «La parola d'ordine, quasi sempre, è “semplicità”: si cerca di creare pacchetti digitali speculari al libro, in modo che l'incrocio cartaceo-digitale risulti rassicurante per i docenti» (Maria Vittoria Alfieri).

Oltre ai libri misti – che in alcuni casi, per ammissione degli stessi editori, hanno rappresentato «più un'operazione di marketing che un cambiamento sostanziale» (Michele Lessona) – la legge 133/2008 prevede anche libri per la scuola in «versione online scaricabile da internet». In questo senso le case editrici stanno muovendo i primi passi, anche se, per alcuni, «quello dei libri scaricabili non sembra un *business* destinato a decollare nel breve tempo: il radicamento dell'uso dei libri di testo nella prassi didattica è ancora profondissimo» (Federico Enriques).

Ad oggi, l'unica piattaforma online in Italia per la vendita di e-book scolastici è Scuolabook ([www.scuolabook.com](http://www.scuolabook.com)), un progetto realizzato dalla società Hoplo<sup>5</sup> all'indomani dell'uscita della legge 6 agosto 2010, n. 133<sup>6</sup>: il portale Scuolabook distribuisce 24 marchi editoriali appartenenti a quasi tutti i princi-

<sup>4</sup> Cfr. allegato 1 alla legge 133/2008 su <http://www.camera.it/parlam/leggi/081331.htm>.

<sup>5</sup> Hoplo è una società di servizi informatici che fornisce supporto tecnologico innovativo alle case editrici.

<sup>6</sup> Ci ha parlato del progetto Roberto Murgia, direttore generale di Hoplo, nel corso di un'intervista telefonica avvenuta il 1° ottobre 2010.

## FdL

pali editori di scolastica, da Zanichelli a Pearson Italia, da De Agostini a Rcs (la partecipazione di Mondadori Education è al momento in corso di trattativa), per un totale di oltre 2.000 titoli per la scuola secondaria di primo e secondo grado, un numero in continua crescita. I libri elettronici sono in tutto equivalenti alle loro versioni su carta e possono essere scaricati sul computer e su altri supporti digitali come Ipad, con un risparmio per gli acquirenti del 35-40% rispetto alla versione cartacea. Per il momento le vendite non hanno raggiunto grandi numeri – 20, 30 acquisti al giorno – ma è facile prevederne l'aumento in concomitanza con la diffusione degli *e-reader* e con la pubblicizzazione del sito presso gli insegnanti.

Il mondo dei contenuti digitali è ancora in gran parte inesplorato e gli editori, in questa fase, stanno sperimentando le più svariate soluzioni. Il loro compito è infatti «innovare al di là delle richieste del qui e ora, anticipare i bisogni dei clienti e proporre idee che vadano incontro anche alle esigenze inesprese degli insegnanti» (Giuseppe Ferrari). Il panorama delle nuove proposte per la didattica si allarga a comprendere siti internet dedicati all'insegnamento, riviste online, applicazioni per telefoni cellulari e vere e proprie piattaforme virtuali<sup>7</sup>, in cui insegnanti e alunni possono interagire. Inoltre, la diffusione delle Lavagne Interattive Multimediali (LIM)<sup>8</sup> in molte classi italiane, grazie alle sperimentazioni promosse in questi anni dal ministero dell'Istruzione, rappresenta un'opportunità per gli editori di ampliare la propria offerta, proponendo ai docenti contenuti preconfezionati per l'utilizzo di questi nuovi strumenti didattici. Alcune sperimentazioni sono poi orientate alla creazione «delle cosiddette “forme liquide”, contenuti che perdono completamente la classica impaginazione del libro per adattarsi a supporti digitali diversi. In questo campo, però, restano ancora da risolvere numerose problematiche» (Aaron Buttarelli).

Un altro tema “caldo”, che fa prevedere notevoli sviluppi nel medio periodo, è quello dei *Learning Management System*: si tratta di piattaforme che permettono l'erogazione di corsi online, ma si occupano anche del monitoraggio delle attività svolte dagli utenti, di analisi statistica dei dati e di gestione dei contenuti. È l'editore Pearson a parlarci in modo più diffuso di questa tecnologia: «nel mondo questo sistema è già utilizzato da 17 milioni di studenti con notevoli vantaggi sulla didattica. È infatti attestato che le piattaforme di *e-learning* aiutano gli studenti a migliorare le proprie *performance*, favoriscono il recupero degli alunni più svantaggiati e supportano gli insegnanti nella gestione della classe, con grandi benefici in termini di tempo ed efficienza» (Massimo Esposti).

<sup>7</sup> Per esempio la piattaforma Apprendiscienza ([www.apprendiscienza.it](http://www.apprendiscienza.it)), un portale realizzato da Mondadori che contiene migliaia di risorse multimediali e interattive per l'insegnamento e lo studio delle materie scientifiche, o Matutor, un servizio di allenamento online alla prova di matematica del liceo scientifico proposto da Zanichelli.

<sup>8</sup> La Lavagna Interattiva Multimediale è un dispositivo elettronico – collegato a un computer e a un proiettore – che ha le dimensioni di una tradizionale lavagna d'ardesia e sulla cui superficie è possibile scrivere, gestire immagini, riprodurre file video, consultare risorse web attraverso la tecnologica *touch*.

*Un nuovo mercato editoriale?*

La ventata di novità portata dalla legge 133/2008 non ha coinvolto soltanto il sistema di offerta dei prodotti editoriali ma anche l'organizzazione interna delle case editrici, che hanno dovuto adeguare velocemente le proprie redazioni alle mutate richieste del mercato, infondendo nuovo impulso al settore multimediale e ricercando partner esterni che possano apportare in azienda nuove competenze, legate soprattutto alla tecnologia. Bisogni inediti emergono all'interno delle imprese editoriali, che hanno sempre più bisogno di figure professionali che coniughino le competenze sui contenuti con quelle tecnologiche: la formazione diventa così uno strumento indispensabile in ogni ambito del lavoro editoriale.

I costi di questa innovazione ricadono interamente sulle aziende che, in questa fase, «lavorano a livello sperimentale piuttosto che in una logica di mercato» in quanto «il digitale non conviene» (Michele Lessona). Le imprese editoriali devono «puntare sui vantaggi competitivi» (Aaron Buttarelli), cercando di conquistare ampie fette di mercato in previsione della futura redditività dei nuovi prodotti.

Accanto alle difficoltà “interne” alle case editrici per la digitalizzazione della scolastica, bisogna poi considerare gli ostacoli “esterni”, che rallentano la diffusione dei prodotti basati sulla tecnologia. Esiste, in primo luogo, un problema di infrastrutture: molte scuole italiane non sono ancora sufficientemente attrezzate con computer e connessione a internet; inoltre, la banda larga è ancora relativamente poco diffusa sull'intero territorio nazionale e il *digital divide* è una realtà da non sottovalutare: questo impedisce un utilizzo proficuo delle tecnologie da parte degli studenti, non solo a scuola ma anche a casa. La soluzione di queste problematiche passa in primo luogo attraverso un maggiore e più oculato investimento di risorse da parte dello Stato: Come rivela l'indagine OCSE sulla scuola *Education at a glance 2010*<sup>9</sup>, l'Italia risulta ancora molto indietro per quanto riguarda la spesa per l'istruzione.

In secondo luogo, la conversione dei libri di testo dal tradizionale supporto cartaceo a quello digitale si è rivelata un'operazione tutt'altro che semplice, che solleva numerose questioni di carattere tecnico, a cominciare dalla scelta del formato, che influisce sulla grafica rendendo in molti casi difficoltosa la fruizione di contenuti su supporti diversi dal pc. Un'altra questione molto sentita dagli editori è legata al diritto d'autore, che dovrà essere interamente ripensato in funzione dei testi digitali. I sistemi di licenze esistenti (i cosiddetti DRM, *Digital Right Management*), pur offrendo un certo grado di protezione dei contenuti sulla rete, risultano facilmente aggirabili. Inoltre pongono dei limiti spesso eccessivi alla libertà degli utenti, rischiando di ostacolare la fruizione di testi in formato digitale.

Infine, la diffusione dei contenuti digitali apre nuovi scenari nel campo della concorrenza. In un prossimo futuro gli editori non dovranno più confrontarsi soltanto tra di loro, ma saranno costretti a guardarsi le spalle da altri *competitor*

<sup>9</sup> Cfr. *Education at a glance 2010*, reperibile su [www.oecd.org/](http://www.oecd.org/).

## FdL

provenienti da mondi diversi dall'editoria. Da una parte, grandi aziende come Google, Apple e altri produttori di *hardware* potrebbero trovare nella scuola un interessante ambito di investimento. D'altro canto, anche i piccoli editori indipendenti potrebbero guadagnare spazio grazie alla diffusione della didattica digitale: la possibilità di creare e diffondere contenuti con facilità e a prezzi ridotti, attraverso la rete, abbassa notevolmente la soglia d'ingresso del mercato della scolastica, spalancando le porte – almeno in teoria – a tutti quei soggetti che prima non potevano in alcun modo competere con i grandi editori. Non bisogna sottovalutare, infine, il ruolo dei privati, come gli autori dei libri di testo o gli stessi insegnanti, che potrebbero grazie all'utilizzo della rete creare e distribuire contenuti autonomamente, “bypassando” la mediazione delle case editrici.

È dunque possibile che assisteremo ad un «riposizionamento globale dei ruoli, sotto certi aspetti radicale. Riusciranno gli editori a trovare una loro collocazione?»<sup>10</sup>. Senza dubbio, per mantenere il proprio dominio sulla scolastica, le case editrici dovranno far valere il proprio valore aggiunto in termini di esperienza e reputazione, dando ai propri clienti forti garanzie di qualità, affidabilità e accessibilità dei nuovi contenuti per la scuola.

### *Verso la scuola digitale*

Se la rivoluzione digitale della scolastica, incoraggiata dalla legge 133/2008, sta avendo effetti significativi sul mondo dell'editoria, nella scuola per il momento ne è giunta soltanto l'eco. Molti istituti hanno raccolto la sfida dell'innovazione con entusiasmo, inaugurando una serie di importanti sperimentazioni sull'utilizzo delle tecnologie in ambito didattico. Si tratta di un fenomeno in espansione che tuttavia coinvolge, almeno per il momento, un numero molto esiguo di istituti: in gran parte delle scuole italiane si continua a fare lezione “alla vecchia maniera”, con lavagne di ardesia e libri di carta.

Nel contempo, però, il dibattito sull'innovazione si va sviluppando tra professori e addetti al settore ed è facile percepire il fermento che coinvolge il mondo della scuola. È possibile immaginare che il processo di «mediamorfosi»<sup>11</sup> del libro di testo che abbiamo analizzato porterà, in un prossimo futuro, ad una riconfigurazione globale dell'offerta da parte degli editori, nella direzione di libri “aperti” e in stretto contatto con gli altri strumenti della conoscenza. Il volume cartaceo sarà ridotto all'essenziale e finalizzato alla trattazione degli argomenti base, mentre la maggior parte dei materiali aggiuntivi – esercizi, approfondimenti, foto, video, guide, ecc. – sarà disponibile esclusivamente online, all'interno di piattaforme che consentiranno, oltre alla condivisione dei contenuti, anche una gestione completa della didattica e della valutazione attraverso

<sup>10</sup> M. ROTTA, M. BINI, P. ZAMPERLIN, *Insegnare e apprendere con gli e-book. Dall'evoluzione della tecnologia del libro ai nuovi scenari educativi*, Roma, Garamond, 2010, pp. 75-76, consultato in formato e-book reperibile su [www.garamond.it](http://www.garamond.it).

<sup>11</sup> P. FERRI, *La scuola digitale. Come le nuove tecnologie cambiano la formazione*, Milano, Bruno Mondadori, 2008, p. 97.

le aule virtuali. La fruizione dei contenuti non sarà limitata all'utilizzo del computer, ma potrà coinvolgere molti altri strumenti, a cominciare dai telefoni cellulari – un *device* che quasi certamente è a disposizione di ogni ragazzo – e dagli *e-reader*.

Non è possibile stabilire a priori se queste novità gioveranno alla preparazione degli studenti, né se i nuovi materiali didattici determineranno un reale miglioramento nelle loro competenze e nel metodo di studio. È certo però che la scuola dovrà avvicinarsi ai «nativi digitali»<sup>12</sup> utilizzando gli strumenti della loro quotidianità: il rischio, altrimenti, è che si generi un *gap* incolmabile tra il tempo dedicato allo studio, sempre più noioso perché trasmesso da strumenti obsoleti e privi di attrattive, e il tempo libero in cui i giovani saranno circondati da oggetti interattivi, multimediali e ricchi di stimoli, che manterranno una funzione puramente ludica senza sviluppare alcun potenziale formativo.

Le prospettive fin qui delineate mostrano solo alcuni degli scenari che potranno derivare dall'introduzione delle nuove tecnologie nel mondo della scuola. Il momento è delicato e non è escluso, anzi è molto probabile, che la situazione si evolverà portando nuovi, inaspettati cambiamenti. Certamente stiamo già assistendo a una rapida espansione del mercato dei contenuti didattici e all'affermarsi di nuovi strumenti di accesso alla conoscenza, sempre più personalizzabili e quindi potenzialmente più efficaci. Questi elementi, a prescindere dagli sviluppi futuri, ci permettono di intravedere fin d'ora le enormi potenzialità della scuola digitale.

GAIA PASSI  
Università degli studi di Milano  
gaiapassi@hotmail.com

<sup>12</sup> Con l'espressione «nativi digitali» si indica la generazione nata intorno alla metà degli anni '90 e cresciuta all'interno dell'ecosistema mediale caratterizzato «dall'informazione e dalla formazione digitali e globalizzate», *ivi*, p. 60.