

Scuola: luogo di istruzione o di business?

Arrivano gli sponsor nelle aule, specialmente in quegli istituti dove la situazione dei bilanci non è positiva, in altre parole in cambio di una targhetta apposta sugli arredi scolastici, le scuole usufruiranno di insperate nuove entrate finanziarie. Questa nuova idea, fatta su misura della più spregiudicata politica creativa, nasce per combattere le conseguenze, non molto ponderate, dei tagli alla scuola.

La scuola dovrebbe essere il tempio dell'istruzione intesa come l'opera svolta per formare i giovani studenti attraverso l'insegnamento conseguendo il risultato di tale attività, in altre parole dell'istruzione considerata come l'apprendimento di una serie di nozioni relative sia a una materia o a un'arte, sia all'esercizio di una particolare attività.

L'inserimento di targhe pubblicitarie sul piano dei banchi fa ricordare il termine inglese "business" che identifica in generale un'attività economica, e che può essere tradotto con il termine italiano "affari".

Quando l'istruzione è apprendimento critico, consapevole, mutuabile tra pari, ha poco o nulla da condividere con sponsorizzazioni, più o meno etiche, più o meno subliminari, che finiranno inevitabilmente per condizionare in modo irreversibile le scelte e le opinioni di milioni di studenti.

Qualche settimana fa scrivevo per Education 2.0 [un articolo sulla correlazione tra sicurezza nei luoghi di lavoro e arredi scolastici](#), questo contributo veniva ripreso nella home page di una nota azienda costruttrice di arredi scolastici, la Mobilferro s.r.l. di Trecenta (RO), e inserito, con mia grande sorpresa, accanto a un altro contributo inneggiante la sponsorizzazione di banchi nelle scuole.

Di fatto tutto ha inizio dal via libera, con sentenza del 28 dicembre 2010 n. 4312, del Tar di Bari all'idea di uno "sponsor" per finanziare l'acquisto degli arredi scolastici sfruttando norme contenute sia nella Finanziaria del 1998 sia negli articoli di legge sulle autonomie locali del 2000.

Nasce in questo modo una contrapposizione normativa, da una parte la Finanziaria del 1998 (articolo 4 della legge 449/97), le norme sulle autonomie locali (articolo 119 del decreto legislativo n. 267 del 2000), il codice dei beni culturali (Dlgs 42/04, articoli 111 e seguenti) che si interessa del sistema di provvista, escludendo in alcuni casi anche procedure di gara qualora si intervenga direttamente su beni con restauri o ripristini qualificati, la norma di contabilità delle scuole (decreto interministeriale 44/2001) che prevede le sponsorizzazioni sia con soggetti pubblici che privati, e dall'altra le norme UNI con particolare riguardo alla UNI EN 1729.

Infatti, se le leggi finanziarie permettono tali sponsorizzazioni, le norme UNI mettono precisi paletti sulle specifiche tecniche riguardanti le

superfici dei banchi, che devono essere lisce, creando non pochi problemi all'ipotetico inserimento di qualsiasi targa pubblicitaria.

Si rischia così di allargare le incongruenze normative, aggiungendo ai nuovi parametri numerici di formazione delle classi, in palese contrasto con i limiti massimi di affollamento previsti dalle normative edilizie vigenti, potenziali arredi scolastici provvisti di targhe sponsorizzanti che ne determinano, con la loro presenza, la inidoneità normativa per mancanza di condizioni tecniche riferite alle superfici.

Quindi il tutto va ponderato con la dovuta calma, in modo da non mettere a rischio la salute dei lavoratori, come lo sono, negli istituti professionali, ai fini della sicurezza, gli stessi studenti.

Anche la coerenza della sponsorizzazione è stata un punto tra i più delicati esaminati dai giudici amministrativi, in quanto la legge del 1997 esclude solo la pubblicità di tabacco, alcolici, materiale pornografico, oltre i messaggi su fanatismo e razzismo; ma queste esclusioni per le associazioni ricorrenti, non sono sufficienti per eliminare le possibili interferenze tra il processo formativo di uno studente e le targhe previste per gli arredi sponsorizzati.

Per capire meglio il problema di coerenza della sponsorizzazione immaginiamo una scuola che inserisce nel POF un progetto di educazione alimentare, avendo i banchi sponsorizzati da immagini di prodotti Mc Donald's.

L'unica cosa importante è che l'Ente Unificatore ha elencato alcuni consigli utili per i genitori che vogliono per i propri figli arredi scolastici a norma. Le sedie e i banchi dovranno riportare in modo visibile e chiaro la "taglia" o misura del banco (a ogni misura corrisponderà un codice di diversi colori), il nome o logo del fabbricante, del distributore, dell'importatore o del venditore e la data di fabbricazione che specifichi almeno l'anno e il mese di produzione.

Tutto il resto è business, affare, speculazione che dista anni luce da una coerente, corretta e soprattutto sicura educazione scolastica.

Aldo Domenico Ficara