BRICKS | TEMA

Consigli pratici per scegliere un video didattico efficace

a cura di: Claudio Dutto Un video didattico è molto diverso da un video di intrattenimento. Il motivo può sembrare scontato, ma spesso ce lo dimentichiamo: ha un obiettivo completamente diverso. Deve informare, spiegare, trasmettere il contenuto giusto per il pubblico e per il momento in cui è stato pensato. Se un video didattico perde questa prospettiva e prova a imitare un video di intrattenimento che ha avuto successo, non funziona perché non è chiaro il momento in cui va guardato: quando mi rilasso o quando studio?

Senza dubbio, però, un video didattico può prendere ispirazione da un video di intrattenimento per rendere appassionante la spiegazione. Perché *didattico* non è per forza sinonimo di *noioso*.

Questa lezione è diventata ancora più evidente negli ultimi due anni di esperienza scolastica. Nei periodi di didattica a distanza del 2020 e 2021 è diventato indispensabile integrare la lezione frontale tradizionale con tanti contenuti digitali. Tra questi, i più immediati e contemporanei sono i video. Già nel 1985 Italo Calvino diceva: «Viviamo sotto una pioggia ininterrotta di immagini; i più potenti media non fanno che trasformare il mondo in immagini e moltiplicarlo attraverso una fantasmagoria di giochi di specchi» (tratto dal capitolo Esattezza della raccolta Lezioni americane).

Attraverso i video, gli e le insegnanti sono riusciti a interrompere il flusso della lezione e a tenere viva l'attenzione degli studenti e delle studentesse davanti allo schermo di casa propria. Conclusa l'esperienza della DAD, alcuni sono tornati alle vecchie abitudini, ma tanti altri hanno continuato ad arricchire le proprie spiegazioni con i video o a usarli per assegnare esercizi più sfidanti e innovativi. Una nicchia di insegnanti ha anche provato a realizzare dei contenuti originali, che sostituivano o integravano la spiegazione in classe: in molti casi questi video erano riservati ai propri studenti, altri erano (e sono) liberamente disponibili su Youtube.

Tutta questa esperienza ha fatto emergere alcuni tratti comuni ai video più indicati per la didattica, anche se non mancano le eccezioni: fare video è un lavoro creativo, e in quanto tale, si può essere efficaci anche trasgredendo le regole. Prima di vedere questi caratteri generali, partiamo dalle piattaforme su cui sono caricati.

Le piattaforme di video

Se un utente vuole guardare un video gratuito in Rete, dove lo cerca? Probabilmente su Youtube. I dati sono inequivocabili: ogni giorno vengono viste 1 miliardo di ore di video sulla piattaforma e ogni minuto vengono caricate 500 ore di nuovi video. Gli utenti mensili sono 2,3 miliardi di persone, cioè un terzo degli utenti di Internet nel mondo, per cui Youtube è il secondo sito più visitato al mondo (dopo Google). E ancora, ci sono video in più di 100 lingue diverse e solo il 33% di questi è in inglese. In Italia 43 milioni di persone usano questa piattaforma e, di queste, il 42% ha un'età compresa tra i 19 e i 44 anni. Quindi, per tornare alla domanda iniziale, se un utente cerca un video gratuito è probabile che la prima fonte sia Youtube.

Ma esistono molte altre piattaforme che presentano dei propri player: TikTok, Facebook, Instagram e Twitch, solo per citare i più conosciuti. E non vanno dimenticati i siti di emittenti televisive, quotidiani, riviste e case editrici, che danno i loro contenuti a tutti o soltanto a chi ha fatto il login sulla piattaforma.

BRICKS n.4 - 2022

Nell'editoria scolastica, Mondadori Education è la più grande delle case editrici che rende disponibili tutti i propri video sul proprio canale Youtube (HUB Scuola). Se guardiamo altre case editrici molto presenti nella scuola secondaria di primo e secondo grado, vediamo che Zanichelli, DeAgostini e Pearson offrono i loro video soltanto negli ebook, sui siti dei libri o in piattaforme riservate agli insegnanti. Nel loro canale Youtube propongono contenuti diversi: booktrailer, presentazioni, webinar, tutorial delle proprie piattaforme, assaggi dei nuovi video e poco altro.

Che cosa cercano insegnanti e studenti

L'insegnante sfrutta tutti questi canali per trovare il video più adatto alle sue necessità. A guidare la scelta è il contenuto, non la sua forma grafica o la fonte che lo ha prodotto. Una volta trovato un video che risponde alle caratteristiche richieste, l'insegnante tende a usarlo per anni, senza cercarne uno diverso.

Eppure, quando deve scegliere il manuale scolastico da usare con la sua classe, si interessa al corredo di video che lo accompagna: il libro deve esserne ricco e i video devono essere efficaci. «Dopo l'esperienza della DAD, è cambiata la richiesta che l'insegnante fa alle case editrici: dobbiamo contestualizzare questi oggetti, inserirli in attività strutturate e legarli a un obiettivo, aggiungendo un contesto d'uso» spiega Matteo Garlaschi, redattore digitale di Garzanti Scuola. Il contesto può essere l'introduzione a un argomento o un esercizio che metta insieme conoscenze e competenze più complesse.

Se per l'insegnante i video sono strumenti per arricchire la lezione, per gli studenti e le studentesse sono utili per ripassare o per capire meglio un argomento da studiare. Parlando con molti di loro, emerge che i video didattici vengono guardati solo se l'insegnante ne assegna la visione oppure in casi di estrema necessità, come risolvere un problema di fisica, bilanciare un'equazione chimica o semplificare un'espressione matematica. In questo caso, Youtube è la prima fonte e, tra le caratteristiche tecniche più apprezzate, ci sono: durata massima 3 minuti, stile asciutto ed essenziale, presenza di una persona in scena solo se necessario, grafica di accompagnamento a quanto detto a voce. Per quanto riguarda la lingua, ovviamente i video più apprezzati sono quelli in italiano, ma non spaventano neppure quelli in inglese, francese o spagnolo, a patto che ci siano i sottotitoli.

Dal momento che l'offerta in Rete è così ampia, ci si potrebbe chiedere: che cosa spinge una casa editrice di scolastica a realizzare dei video? Risponde Simone Petralia, redattore digitale di Petrini: «Una casa editrice non può competere con l'offerta che si trova su Youtube, per cui deve produrre dei contenuti davvero di qualità, che facciano fare il salto in avanti per la comprensione di un argomento da studiare».

La domanda di base è sempre la stessa

Quindi non vanno usati in classe i documentari di BBC Earth o i video dei relatori di TED talk? La registrazione delle conferenze di Alessandro Barbero o i servizi di Superquark? O, ancora, i video

irriverenti dello youtuber Barbascura X e quelli più composti di tanti altri divulgatori e divulgatrici scientifici italiani e non? Dipende.

Come sottolinea Fabio Ferri, responsabile delle attività multimediali di Mondadori Education e Rizzoli Education, «qualunque oggetto digitale (e soprattutto i video) deve rispondere alla domanda 'a che cosa serve?'. Una volta trovata la risposta si può pensare al formato che permette di raggiungere meglio quell'obiettivo».

Quindi se un video irriverente può essere lo stimolo per parlare di un tema serio, è legittimo è doveroso proporlo in classe. O se un documentario mette insieme elementi di ecologia, sistematica, biochimica e scienze della Terra, può essere molto interessante assegnarne la visione a casa. Le accortezze da tenere a mente sono due: i tempi della lezione e gli elementi distraenti.

I tempi della lezione sono sempre compressi, per cui è impossibile proporre un video di 30 minuti in classe e poterne poi discutere in modo efficace entro la fine dell'ora. Inoltre la soglia di attenzione è molto ridotta, come dimostra la richiesta degli studenti di video lunghi al massimo 3 minuti. A questo si collega il problema degli elementi distraenti, che possono far perdere il filo del discorso a chi guarda: un montaggio tecnicamente imperfetto, un audio disturbato, una persona con i capelli in disordine o che si muove in modo strano, che dice le parolacce o che parla in modo sgrammaticato e così via.

In modo consapevole o meno, una studentessa che naviga in Rete in cerca di aiuto, un insegnante che ha bisogno di illustrare un fenomeno e un gruppo di videomaker che decida di realizzare e pubblicare uno o più video rispondono sempre alla domanda 'a che cosa serve il video che sto guardando o realizzando?'.

L'uso deve essere ragionato, per evitare il pericolo segnalato da Calvino, sempre nelle *Lezioni americane*: «immagini che in gran parte sono prive della necessità interna che dovrebbe caratterizzare ogni immagine, come forma e come significato».

Un riepilogo per punti

Quindi i consigli pratici per scegliere un video didattico efficace sono:

- Partire dallo scopo: a cosa serve questo video?
- 2. In classe, preferire video brevi e usarli come base di discussione.
- 3. A casa, assegnare video più lunghi, collegandoli a delle attività da svolgere.
- 4. Preferire video asciutti, senza troppi elementi distraenti.
- 5. Controllare che ci siano i sottotitoli.

