

Agency e autorialità

M. Beatrice Ligorio

Mariabeatrice.ligorio@uniba.it

Montegrotto, 21 Luglio 2025

DI COSA PARLIAMO

- **Presupposti**
- **Definizioni di agency**
- **Le componenti chiave**
- **Promuovere l'agency a scuola**
- **Agency e IA**
- **Definizione di autorialità**
- **Alcuni esempi**
- **Una breve conclusione**

Presupposti

- Fa riferimento alla qualità dei processi di apprendimento
- Non tanto come valutazione di quanto appreso ma:
 - Impatto sui processi cognitivi
 - Impatto sulle traiettorie di sviluppo
 - Definizione e raggiungimento di obiettivi di apprendimento personale (Arnold & Clarke, 2014)



L'effetto della valutazione

*Mi è piaciuta molto perché è una cosa nuova, provata in compagnia, con persone che **non giudicavano** e sgridavano se il lavoro non era perfetto (Ambra, classe 3a - Sec. I Grado "De Conti")*

*Ho provato anche paura perché avevo paura di sbagliare ma le artenate mi hanno rassicurato e mi hanno detto di non preoccuparmi perché **anche se avessi sbagliavo non c'era problema** e sarebbero riuscite a rimediare (Roberto, classe 5a – Primaria Don Milani)*

Definizioni

- L'agency è la capacità degli individui di agire intenzionalmente e di **influenzare il proprio apprendimento e ambiente**
- Significa **essere protagonisti attivi** e non semplici destinatari di istruzioni (Matusov et al., 2016)

Sinonimi: autonomia, protagonismo, empowerment



Modificare il proprio ambiente

*Mi è piaciuto molto pitture insieme ai miei amici e **vedere la scuola così colorata*** (Fernando, classe 5a - Primaria “Don Milani”)

*Dipingere dei muri è stato bellissimo soprattutto perché abbiamo reso un **luogo** dove dovremmo passarci 3 anni **più accogliente e colorato*** (Elena, classe 1a - Sec. I Grado “De Conti”)

*Mi è piaciuto quando lo abbiamo pitturato e perché così il prossimo anno verranno molti **nuovi bambini colpiti dalla bellezza di questa meravigliosa scuola*** (Fabio, classe 4 - Primaria “Don Milani”)

Effetti sull'ambiente

*Il wall painting mi è piaciuto, anche per il motivo che ho saltato lezione, ma soprattutto che ho fatto **"un pezzo di scuola"**; è come aver messo **un contributo nella scuola, che nessuno potrà toglierlo**, perché anche se qualcuno ci dipingerà sopra, ci sarà sempre uno strato sotto. (Mario, classe 3a - Sec. I Grado "De Conti")*

Componenti Chiave dell'Agency

1. **Intenzionalità:** avere obiettivi e aspirazioni
2. **Consapevolezza:** comprendere le proprie azioni e il contesto
3. **Capacità di scelta:** prendere decisioni informate
4. **Responsabilità:** assumersi le conseguenze delle proprie azioni
5. **Emozioni** positive di crescita, sviluppo e confronto



Emozioni positive

*L'emozione che ho provato è quella dell'armonia perché è **bello stare insieme agli altri** (Aurora, classe 4a - Primaria "Don Milani")*

Responsabilità

*Ognuno di noi sarà un pezzo di quel Murales e insieme siamo una bellezza unica; ogni persona ha fatto **il segno** sul muro del proprio talento, personalità e felicità. (Amelia, classe 3a - Sec. I Grado "De Conti")*

QUALITA' DELL'APPRENDIMENTO

- **Attivo, partecipativo e trasformativo**
 - Gli studenti con agency:
 - Decidono cosa vogliono apprendere
 - Esplorano
 - Formulano domande
 - Trovano soluzioni
 - Riflettono sul proprio percorso



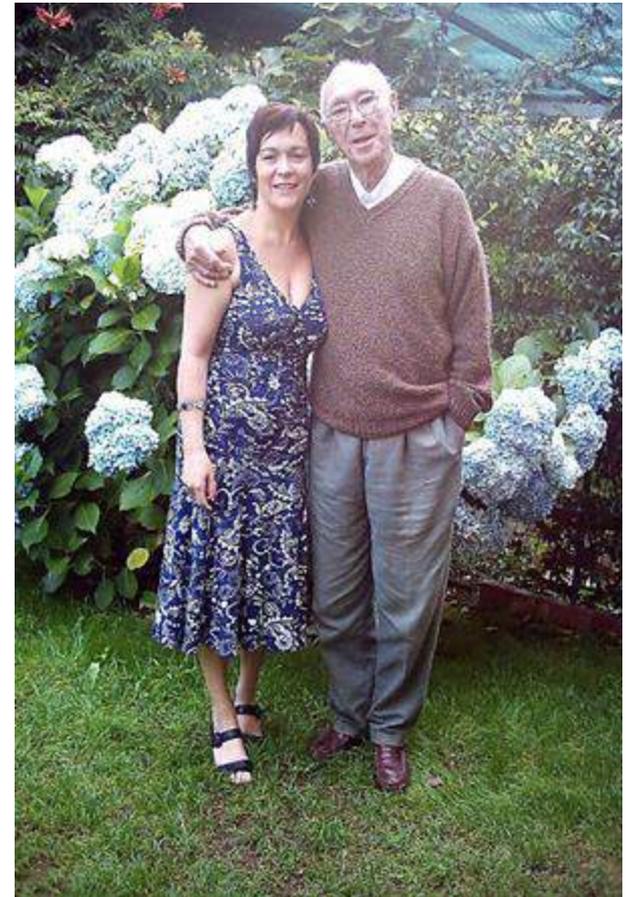
Perché l'Agency è Importante?

- Favorisce:
 - **Motivazione intrinseca**
(a discapito della motivazione estrinseca)
 - **Pensiero critico**
 - **Autonomia**
 - **Competenze per la vita**
- Contribuisce al successo scolastico, personale e lavorativo (Schoon & Heckhausen, 2019)



Antecedente dello sviluppo identitario (Bruner, 2002)

- Non solo abilità intellettuale ma **prospettica**: saper immaginare chi si vuole diventare
- Senso di **responsabilità**
- Importanza del **successo** e del **fallimento**, base per l'autostima
- Memoria autobiografica
- Significazione degli eventi
- Fa emergere **sé possibili** radicati nella storia e dotati di diverse prospettive future



Prospettiva futura

*Dipingere sui muri è un'esperienza indimenticabile perchè anche con il passare del tempo **rimarrà** il mio segno ed il mio contributo. Ma anche **quando sarò più grande** ed **avrò** dei figli gli o le **dirò**: " guarda amore questo lo ha fatto io quando avevo 11 anni". (Anna, classe 5a - Primaria "Don Milani")*

Diversi tipi di agency

- Individuale: “io” più determinato
- Interpersonale: io e l’altro
- Trasformativa: percezione di cambiamento del sè
- Collettiva: dall’io al noi
- Epistemica: accesso a categorie cognitive più sofisticate

Agency individuale

*Ho provato gioia anche perché
mi sentivo **importante***

*(Alberta, classe 5a- Primaria
"Don Milani")*

*Mentre dipingevo mi sentivo
fiero di me stesso (Tancredi,
classe 4a - Primaria "Merlin")*

Agency Interpersonale

*Farei colorare **anche i docenti** per far provar loro cosa si prova a tornare bambini per una mattinata.*
(Ambra, classe 3a - Sec. I Grado “De Conti”)

Agency Trasformativa

*E' stata un'esperienza molto interessante anche perchè **ho scoperto un talento che non sapevo di avere** (Annachiara, classe 5a – Primaria Don Milani)*

*Dipingere i muri ti fa sentire **libera e felice** ma ti fa anche **vedere le cose in un modo diverso** da quello di tutti i giorni. Ti fa **diventare qualcuno che non avresti mai creduto di diventare**, ti fa sognare e volare (Daniela, classe 1a - Sec. I Grado “De Conti”)*

Agency Collettiva

*La cosa che mi è piaciuta di più è stata di fare un lavoro di gruppo, perchè **insieme le cose vengono meglio**, e tu potresti avere idee diverse da quelle di un'altra persona. Ma le cose più difficili quando si è insieme diventano facili e in più siamo meglio è (Germana, classe 5a -Primaria "Don Milani")*

Agency epistemica

*Io **cambierei** le pareti delle aule, esempio: matematica, geometria, scienze mettere operazioni per matematica, per geometria gli angoli ecc.. Invece per scienze, piante animali. Invece per arte le pareti di vario colore, per italiano **mettere** delle scritte che si basasse sull'epica, antologia. Per le lingue **farei** delle bandiere e lo sfondo rosa e continuerei a pitturare dentro. (Carla, classe 1a – Sec. I grado)*

*Sarebbe molto bello **portare qualcosa anche nella nostre classi** oppure provare a fare anche dei **disegni** non solo sul mare o sulle piante, ma anche su altri argomenti, come qualcosa che riporti gli **elementi del nostro centro storico** (Viviana, classe 2 - Sec. I grado)*

Agency epistemica

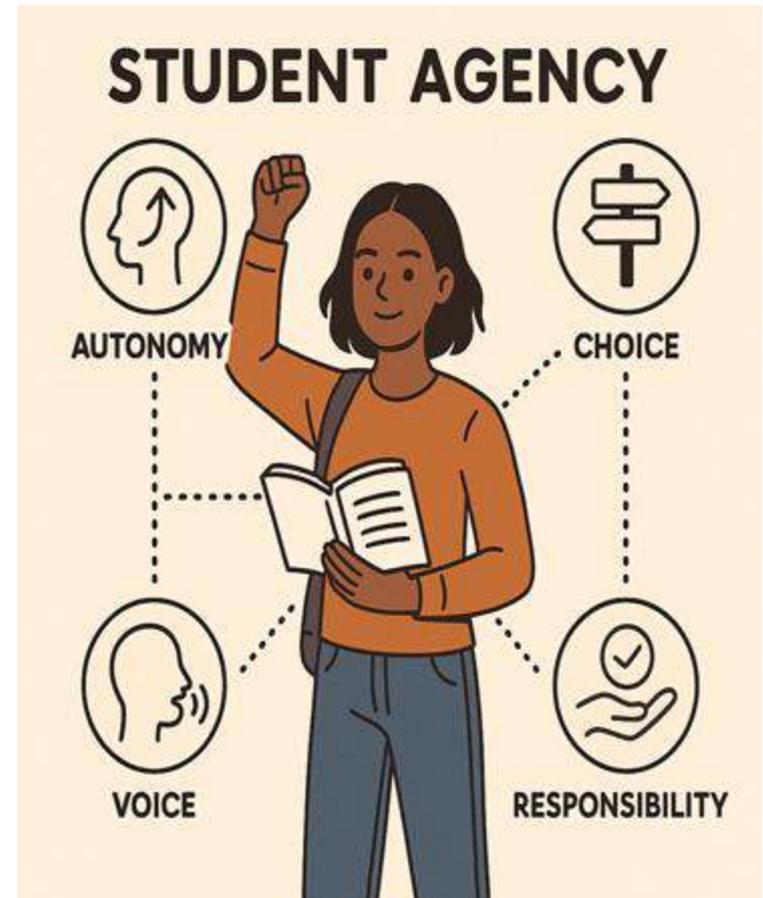
*Dopo aver vissuto la nostra esperienza nella scuola Don Milani e nei corridoi della nostra scuola, penso che questo progetto dovrebbe continuare. Credo, innanzitutto, che, per continuare il video iniziale della scuola Don Milani, **bisognerebbe creare un video** che mostri i murales della nostra scuola e dire il perché sono stati scelti determinati colori: cioè, come hanno spiegato gli esperti, il verde e azzurro per ricordare la laguna; e i colori giallo, rosso e arancione, per ricordare le casa multicolore della nostra città. Infine, penso che si **potrebbero anche creare** dei piccoli murales all'esterno della struttura della nostra scuola, rompendo l'effetto monocoloro del rosso o arancione. (Tancredi, classe terza - Sec. I grado)*

*Un **progetto che si potrebbe realizzare** è qualche giostra ,vorrei il campo da calcio dove del prato verde, due altalene vicino all'albero abbattuto e delle panchine sul marciapiede se è possibile grazie! (Federico, classe 4a – primaria Don Milani)*

Come promuovere l'Agency a scuola?

- ✓ Progettazione di attività **coinvolgenti e significative**
- ✓ Coinvolgimento degli studenti anche in fase di **progettazione e valutazione**
- ✓ Spazio per la **voce degli studenti**: inclusività
- ✓ **Scelte e decisioni autentiche** che hanno effetti nella vita reale
- ✓ Ambiente di **fiducia e supporto**

(Mameli et al., 2020)



Inclusività

*Dipingere i muri per me è bello e si deve fare senza pensieri brutti, è una bella esperienza che **tutti** la possono fare con altri bambini anche di età o lingue diverse per conoscere nuovi bambini, ragazzi o adulti. Per ciò stare bene insieme in*

armonia. (Gabriella, classe 4a -Primaria “Don Milani”)

Prospettiva futura

*Ho provato molta gioia a fare questo wall panting, e soprattutto quando passerò con delle amiche o **da grande** con i mie figli li potrò dire che quel piccolo pezzettino l'ho fatto io (Gloria, classe 5a- Primaria "Don Milani")*

AI e Digital Agency

Combinazione di:

- Competenza digitale - competence
 - Confidenza digitale - confidence
 - Responsabilità digitale - accountability
- (Passey, 2018)



AI e Digital Agency

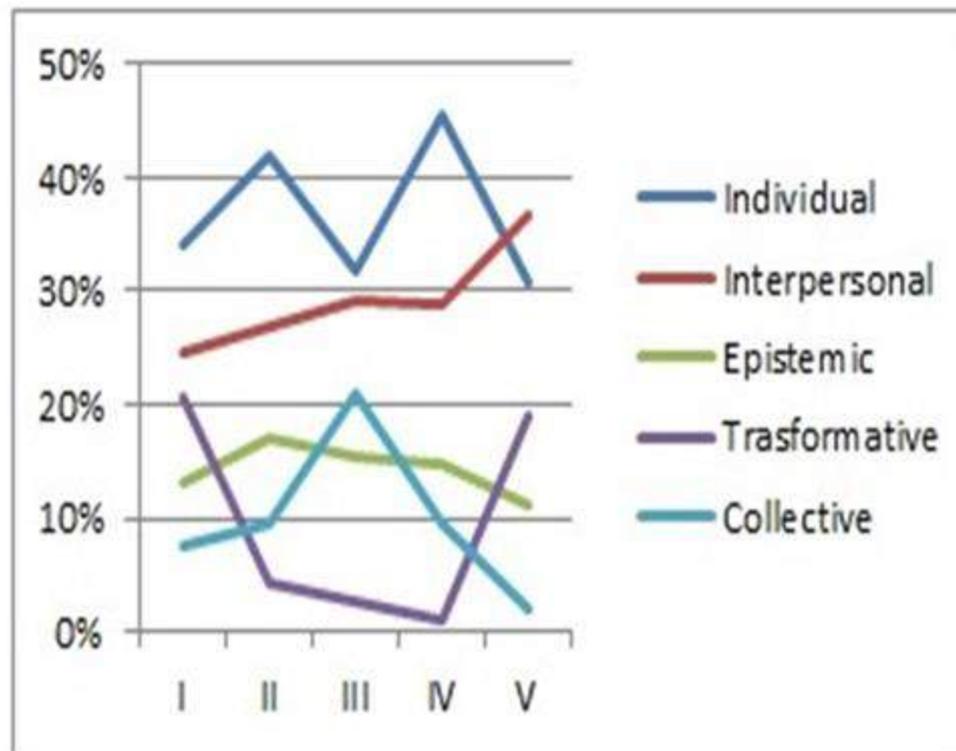
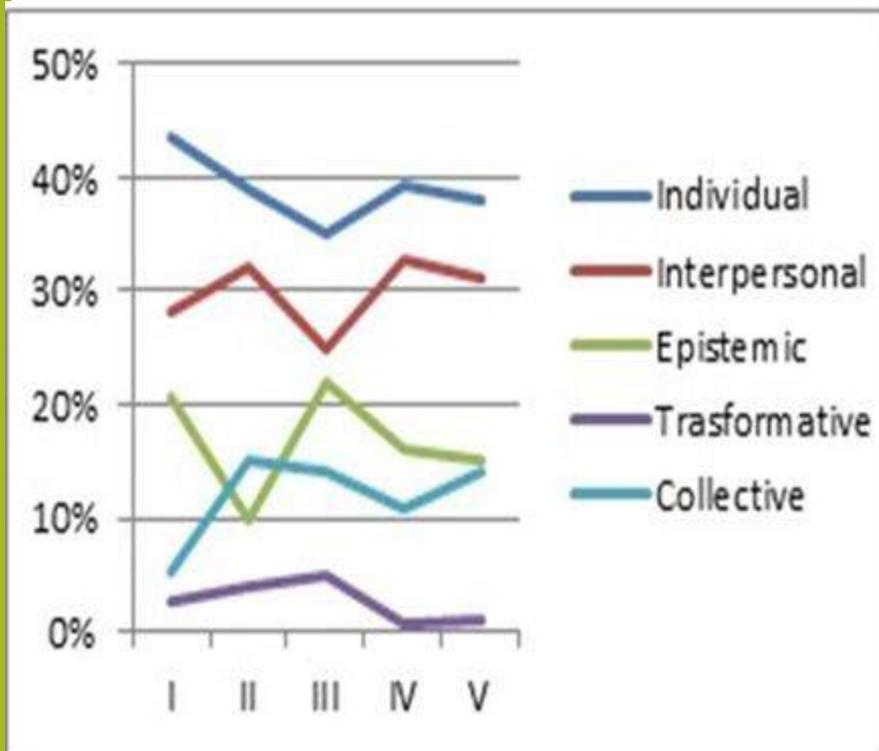
L'agency degli studenti che usano le tecnologie a scuola è influenzata da:

- **predisposizione personale**
- **livello di digital literacy**
- **ambiente classe**
- **modalità di restituzione**

Essenziale per prepararli al mondo del lavoro: il digitale caratterizza diversi aspetti del loro lavoro (Gorris-Hunter, 2022)



Evoluzione dell'Agency in gruppi on-line



Ligorio, M. B., Impedovo, M. A., & Arcidiacono, F. (2017). Agency online: Trends in a university learning course. *Technology, Pedagogy and Education*, 26(5), 529-543.

AI e Agency

AI è nuova forma di Agency senza intelligenza (Floridi, 2025).

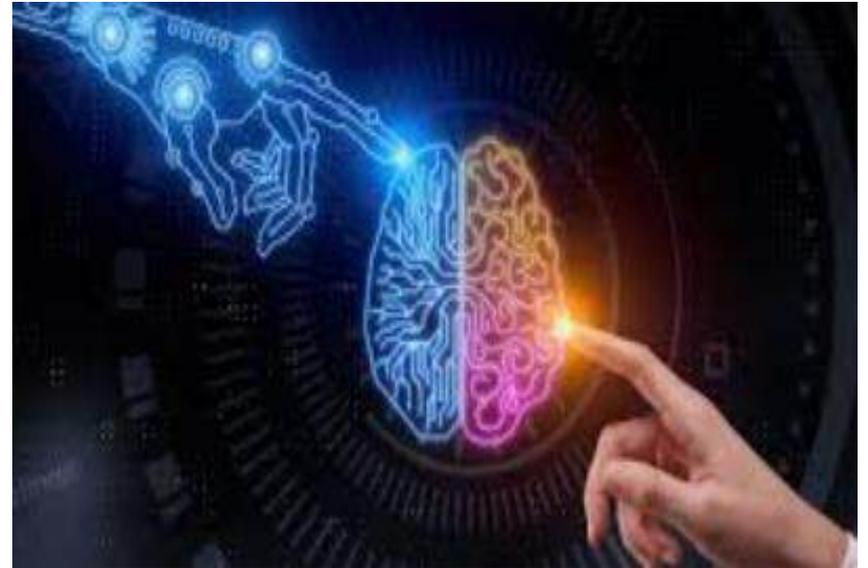
Il dibattito attuale si fonda su due presupposti:

1. Il concetto di **intelligenza** si **espande** sino a includere tipologie artificiali: Realizzabilità artificiale dell'Intelligenza (Artificial Realisability of Intelligence - ARI)
1. Il concetto di **agency** si espande per includere forme artificiali che mancano di cognizione, intelligenza, intenzione o stati mentali: Realizzabilità multipla dell'Agency (Multiple Realisability of Agency - MRA)



AI e Agency

“L'agire umano, in particolare, si distingue per la sua **illimitata capacità di modificare e creare nuovi ambienti fisici e simbolici**. Questa capacità di plasmare le condizioni ambientali introduce una **dinamica unica** che influenza il funzionamento di altre forme di azione. In effetti, l'agire umano è l'unico che plasma tutte le altre.”
(Floridi, 2025)



AI e Agency

- Gli agenti artificiali:
 - modificano il loro comportamento in modo mirato
 - si adattano alle specifiche di un determinato dominio
 - elaborano informazioni in modo coordinato
 - hanno capacità di apprendimento avanzate
 - superano specifiche capacità umane

MA

- sono privi di autentica intenzionalità e sviluppo evolutivo
- mancano di coscienza e stati mentali

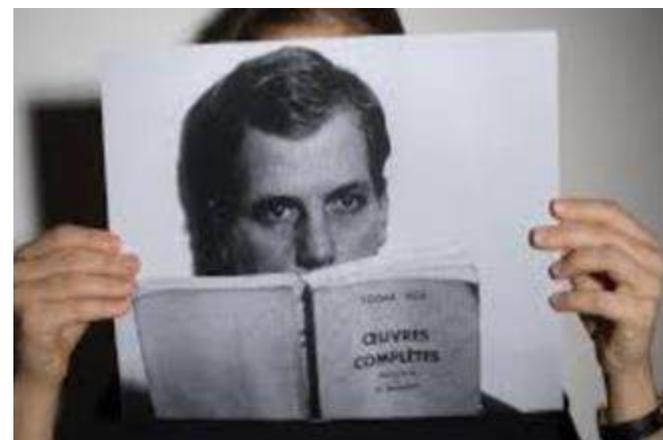


Autorialità

Autorialità è la capacità di dare forma alla propria esperienza

“L’atorialità è la capacità degli studenti di **interpretare, trasformare e narrare** la propria esperienza educativa.” (Ajello & Belardi, 2007)

“Gli studenti diventano autori quando si assumono **responsabilità** del proprio apprendimento, **riflettono** criticamente e **partecipano** attivamente alla co-costruzione del sapere.” (Biesta, 2015)



Autorialità

La differenza tra autori e «consumatori» di contenuti si assottiglia con le nuove tecnologie

Prosumer: Fusione di *producer* (produttore) e *consumer* (consumatore) (Toffler, 1980).

Autorialità multipla e collettiva:
aumento della creatività →
Intelligenza collettiva (Levy, 1996)



Conclusione

**Agency sembra un concetto «astruso»
ma in realtà lo pratichiamo più di quello
che immaginiamo**

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Ajello, A. M., & Belardi, C. (2007). *Valutare le competenze informali. Il portfolio digitale*. Carocci.

Arnold, J., & Clarke, D. J. (2014). What is 'agency'? Perspectives in science education research. *International Journal of Science Education*, 36(5), 735-754.

Biesta, G. (2015). Learner, Student, Speaker: Why It Matters How We Call Those We Teach 1. In *Beyond the Philosophy of the Subject* (pp. 146-159). Routledge.

Bruner, J. S. (2002). *La cultura dell'educazione. Nuovi orizzonti per la scuola*. Feltrinelli editore.

Floridi L., AI as Agency without Intelligence: On Artificial Intelligence as a New Form of Artificial Agency and the Multiple Realisability of Agency Thesis (2025) *Philosophy & Technology* 38:30.

Goriss-Hunter, A., Sellings, P., & Echter, A. (2022). Information communication technology in schools: Students exercise 'digital agency to engage with learning. *Technology, knowledge and learning*, 27(3), 785-800.

Lee, M., Yi, T. R. J., Der-Thang, C., Song, H. J., & David, H. W. L. (2024). Exploring interactions between learners and ChatGPT from a learner agency perspective: A multiple case study on historical Inquiry. *Education and Information Technologies*, 1-23.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Levy P. (1996), *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*. Milano: Feltrinelli.

Ligorio, M. B., Impedovo, M. A., & Arcidiacono, F. (2017). Agency online: Trends in a university learning course. *Technology, Pedagogy and Education*, 26(5), 529-543.

Mameli, C., Grazia, V., & Molinari, L. (2020). Agency, responsibility and equity in teacher versus student-centred school activities: A comparison between teachers' and learners' perceptions. *Journal of Educational Change*, 21(2), 345-361.

Matusov, E., von Duyke, K., & Kayumova, S. (2016). Mapping concepts of agency in educational contexts. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 50(3), 420-446.

Passey, D., Shonfeld, M., Appleby, L., Judge, M., Toshinori, S., & Smits, A. (2018). Digital agency: Empowering equity in and through education. *Technology, Knowledge and Learning*, 23, 425–439. <https://doi.org/10.1007/s10758-018-9384-x>.

Schoon, I., & Heckhausen, J. (2019). Conceptualizing individual agency in the transition from school to work: A social-ecological developmental perspective. *Adolescent Research Review*, 4(2), 135-148.

Toffler, A. (2022). *The third wave: The classic study of tomorrow*. Bantam.