

La digitalizzazione rilancia la cultura del fare

Intervista a Salvatore Carrubba

Presidente

Fondazione Collegio delle Università Milanesi

L'industria è un mondo in trasformazione che richiede un sistema formativo in costante adattamento e in dialogo continuo con il mondo produttivo. Per questo scuola e università devono formare al pensiero critico offrendo le competenze per leggere le trasformazioni di un mondo sempre più complesso. Una buona formazione di base - spiega Salvatore Carrubba, Presidente della Fondazione Collegio delle Università Milanesi - permette di comprendere e sfruttare al meglio le opportunità della digitalizzazione, con l'obiettivo di rilanciare quella cultura del fare che da sempre è elemento distintivo del made in Italy.

Quale ruolo ha il sistema formativo nella transizione dell'industria italiana verso la quarta rivoluzione industriale?

Il sistema formativo ha un ruolo centrale e quello italiano va sicuramente adeguato alle sfide che attendono l'economia e l'industria. Per cogliere le opportunità della quarta rivoluzione industriale dobbiamo entrare nell'ordine di idee che non esistono modelli definitivi e perfetti: la pervasività e la velocità dell'innovazione tecnologica richiedono, infatti, un sistema formativo capace di adeguare costantemente le competenze della popolazione attiva.

Per questo il titolo di studio non può più essere considerato un punto di arrivo, ma un punto di partenza. Inoltre sarebbe utile che imprese, università e altre istituzioni formative parlassero di più e meglio fra loro. Questo non per subordinare le attività formative ai desideri delle aziende, ma per far comprendere in fase di formazione ciò che il mercato del lavoro chiede. Del resto la formazione, soprattutto quella universitaria, non può essere solo mera acquisizione di competenze tecniche, ma deve mantenere un carattere critico: leggere le trasformazioni in corso e comprendere la complessità del mondo odierno sono ormai abilità imprescindibili in molti ambiti lavorativi.

Qual è, invece, il ruolo delle aziende nella formazione del capitale umano?

Se guardiamo alla storia dello sviluppo dell'Italia, il Paese ha vissuto una fase in cui l'economia aveva come protagoniste grandi imprese che vantavano centri di formazione interna di eccellenza. La scomparsa di molti di questi attori e la presenza di un vasto tessuto di piccole e medie imprese ha cambiato la situazione. Oggi ci sono sicuramente limiti dimensionali, ma anche ostacoli culturali. Credo che la soluzione passi per una risposta del sistema associativo, delle camere di commercio e dei distretti. A questo proposito esistono casi di successo: si pensi alla Motor Valley emiliana dove è presente un'alleanza forte tra sistema formativo e aziende.

Nella scuola superiore italiana le materie umanistiche hanno un forte peso. A suo avviso questo è un freno o un'opportunità in un mondo in cui la tecnologia è protagonista?

Non dobbiamo mitizzare il sistema dei nostri licei, ma dobbiamo notare che arrivare agli studi universitari con una vasta cultura di base rappresenta sicuramente un vantaggio

competitivo. Lo dimostra, del resto, il successo dei cervelli italiani all'estero. Il punto critico semmai è capire come migliorare l'offerta degli studenti che non entrano nel sistema liceale, capendo se la formazione tecnica è adeguata o se gli istituti, anziché diventare palestre di futuro professionale si trasformano in parcheggi. Il modello di riferimento in questo campo è senza dubbio quello tedesco e l'Italia dal punto di vista della formazione professionale ha ancora molto da imparare.

Esiste nelle nuove generazioni uno stigma del lavoro in ambito industriale?

Dobbiamo dire che di semplice lavoro manuale ce n'è poco e che bisogna accantonare l'idea che si va in fabbrica a stringere bulloni: le aziende industriali sono sempre più laboratori di innovazione dove l'operaio ha mansioni che qualche decennio fa erano appannaggio dei tecnici specializzati. Probabilmente resiste ancora uno stigma relativo ad alcuni settori, soprattutto di ambito artigianale. Eppure anche in questi campi, che poi spesso sono quelli di eccellenza del made in Italy, la digitalizzazione sta già portando una vera e propria rivoluzione. Per sintetizzare tutto con un'immagine, il mondo sta passando dal tradizionale tornio alle stampanti 3D. Gli strumenti tecnologici rendono possibile il recupero della cultura del fare. Questo richiede però una grande opera di educazione, non solo nelle aziende e nelle istituzioni formative, ma anche nelle famiglie e nella società nel suo complesso.

La forza comunicativa del made in Italy tradizionale può mettere in ombra i settori industriali più tecnologici/innovativi?

Non credo. E del resto la corsa degli investitori internazionali ad acquisire aziende italiane dimostra che la competitività e l'innovatività del nostro sistema industriale sono ben conosciute all'estero. La debolezza comunicativa del nostro Paese è piuttosto un corollario della debolezza del sistema istituzionale e non di quello aziendale. Chi vuole investire in Italia, insomma, può essere preoccupato dal debito o dalla spesa pubblica, ma davanti alle eccellenze industriali non può che togliersi il cappello.