

I grossi atenei, onusti di gloria, finiscono per dispensare solo i saperi del passato

Grandi università spegni tutto

L'innovazione deriva dall'incamminarsi su nuovi percorsi

DI **GIORGIO PONZIANO**

Piero Formica, economista, ha incominciato lavorando all'Ocse, a Parigi, poi è stato docente in varie università. Ora insegna alla National University of Ireland, Dublino. È anche professore di economia della conoscenza presso le università di Tartu in Estonia e di Tehran in Iran. *ItaliaOggi* gli ha chiesto come vede il barometro dell'economia e qual è la sua opinione sulle faccende italiane.

Domanda. Si intravedono davvero spiragli di uscita dal tunnel della crisi economica?

Risposta. I segnali sono molto deboli, perché un'uscita dalla crisi che sia efficace e sostenibile è possibile a una sola condizione: che si crei un nuovo sentiero di crescita. Non basta la volontà di riformare. Il Paese dovrebbe ridefinire la sua missione e i compiti a essa legati. Proprio dove siamo forti, nella manifattura, la rivoluzione digitale ha portato in campo cambiamenti tecnologici e organizzativi tali da ridefinire i modi di produrre per servire i mercati. Ma occorre sapere cogliere questi cambiamenti in tutta la loro portata.

D. In realtà sembra che siamo ancora fermi al palo di partenza e le tensioni sociali aumentano...

R. Da una situazione di questo tipo se ne può uscire in due modi: o le tensioni sociali aumentano a tal punto da imporre il cambiamento, ma questa è una strada dolorosa e incerta, l'altra invece è legata ad una minoranza di giovani, quelli che a me piace definire i nomadi della conoscenza, i globetrotter dell'imprenditoriali-

tà, dalla Cina all'India passando per la Silicon Valley. Bene se alcuni di essi riescono a sfondare, potrebbero risollevare le sorti del Paese che oggi non dà voce a queste brillanti risorse.

D. Di chi è la colpa se siamo arrivati a questa situazione?

R. Di tutti. Il fatto è che soffriamo di un tremendo deficit d'innovazione. Ma l'innovazione è un atto di ribellione. Disubbidisce chi pratica l'ignoranza coraggiosa (così la definiva Tucidide) e intenzionale, quella che viene dopo la conoscenza anziché precederla. La conoscenza ci costringe a stare entro la linea dell'orizzonte visibile. È l'ignoranza attiva che spinge lo sguardo verso l'orizzonte reale. Da questa prospettiva, la responsabilità è di massa.

D. C'è un modo per uscire dall'enorme deficit debito pubblico che strangola il Paese?

R. Bisognerebbe innescare una reazione a catena. La formula è del tipo $E=MC^3$. Ciò vuol dire produrre una quantità di energia imprenditoriale (E) ben superiore all'odierna. Quindi, accelerare il moto delle startup innovative premiando motivazioni (M) all'imprenditorialità e creatività nella tecnologia, nei processi produttivi e nel marketing (la C^3 nella nostra formula). Più imprese lungo i tanti sentieri dell'innovazione e accelerato metabolismo imprenditoriale dischiuderebbero inedite opportunità di lavoro e di crescita. Ciò che serve per assorbire il debito pubblico. Il governo irlandese ha con grande determinazione e impegno di risorse umane e finanziarie avviato la reazione a catena. Non lo stesso si può dire di startup Italia. Troppo timide e contraddittorie le azioni dei go-

verni Monti e Letta.

D. Un sistema dell'istruzione di buon livello è essenziale per supportare l'economia: perché nessuna università italiana compare nella prima parte della classifica sulla qualità degli atenei del mondo?

R. L'eredità del passato pesa sull'avvenire. Il timore reverenziale verso le nostre università di alto lignaggio è tuttora barriera insuperabile per l'ingresso di competitori internazionali nell'istruzione superiore e avanzata. Per esempio a Bologna, l'Alma Mater è una prima donna tanto incombente che le gloriose scuole tecniche Aldini Valeriani, fucina dell'imprenditorialità bolognese nella meccanica, non hanno potuto compiere il salto che, invece, è riuscito al Massachusetts Institute of Technology (MIT) di Boston. Là, l'alto lignaggio di Harvard, fondata nel 1636, non ha fatto da velo alla scalata di una scuola professionale ai vertici dell'istruzione avanzata. La co-opetizione (una miscela esplosiva di concorrenza e cooperazione tra i due atenei) è l'ascensore che ha portato Harvard e MIT ai piani più alti delle classifiche internazionali. Non così in Italia. E quando alle glorie passate si è affiancato il localismo, con la nascita di tante università sparse nel territorio, il 'globale' che contraddistingue l'accademia è scaduto in un 'locale' che ha spinto il nostro ascensore verso i piani bassi.

D. L'Italia però è anche un Paese povero di materie prime...

R. La materia prima di oggi? Le idee che fermentano nei laboratori di ricerca, negli atelier d'arte e di design, nelle reti intrecciate da giovani talenti lungo

le arterie del mondo digitale. E quanto mai urgente offrire alle nuove leve scolastiche un'educazione creativa. Instillare nei giovani il desiderio della creatività e fornire risorse per la scoperta dei talenti: queste sono le azioni da avviare e sostenere con il supporto delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Non innovare culturalmente vuol dire per l'Italia mancare l'ingresso nel club dei Paesi che stanno costruendo il loro futuro sui pilastri della creatività. Media, software, architettura, design, moda, turismo, benessere culturale: l'Italia non manca di buone carte da giocare sul tavolo della concorrenza internazionale, ma deve cambiare rotta.

D. In politica adesso il potere sembra passato ai quarantenni.

R. Beh io vedo una società gerarchica e gerontocratica, i quarantenni sono un aspetto positivo, appena arrivati, li attendo alla prova. La società gerarchica non è in grado di reggere alla nuova era globale. Il nuovo modello è l'organizzazione-stella, non più la tradizionale leadership gerarchica, bensì i tanti gruppi imprenditoriali decentralizzati che si formano spontaneamente. Un caso per tutti, Google. Se una stella marina perde una 'gamba', un'altra ne spunta, la quale, crescendo, può dar vita a una nuova stella. Allo stesso modo si comportano le organizzazioni piatte, non gerarchiche, che così operando formano quegli ecosistemi imprenditoriali che fanno crescere l'economia tenendo a freno i prezzi. Per di più, sono proprio le organizzazioni a stella di mare a sviluppare le tecnologie di informazione e comunicazione che danno potere ai consumatori.

@gponziano

— © Riproduzione riservata —