

L'OPINIONE

Cultura digitale una sfida strategica per le Università

DI MICHELE BUGLIESI*

Ci troviamo all'inizio di una rivoluzione possibile, di fronte a una opportunità straordinaria di crescita della conoscenza attraverso la quale rinnovare drasticamente i processi produttivi e di governance pubblica. Lo ha ricordato anche il Governatore della Banca d'Italia Ignazio Visco. La sua analisi non è certo isolata: tutte le indagini sul futuro delle realtà produttive concordano su previsioni di crescita costante e importante del numero di computer / data scientists ed esperti di tecnologie digitali. Stante queste previsioni, le scienze digitali potranno vincere la loro sfida solo quando troverà piena maturazione la diffusione della cultura digitale e di quello che oggi definiamo il "pensiero computazionale", con un termine che richiama a un atteggiamento mentale più che ad una competenza squisitamente tecnica. Solo quando il pensiero computazionale si trasformerà da competenza specializzata a competenza trasversale riusciremo a sfruttare le leve di una innovazione che potrà essere, che sarà, il più grande motore di benessere e di sviluppo dalla rivoluzione industriale. Nell'ambito scientifico, l'interazione tra le tecniche digitali e le scienze sta aprendo a modalità nuove di fare ricerca.

Negli studi umanistici questa interazione ha dato vita alle digital humanities, una nuova scienza, interdisciplinare per definizione, che compenetra in modo organico competenze computazionali e sensibilità nei metodi e nelle tecnologie con le conoscenze letterarie, storiche, artistiche, nei vari campi. Analoghe prospettive si aprono nelle altre scienze. L'avvio delle azioni di digitalizzazione sta modificando anche i processi nei sistemi di pubblica amministrazione mettendo a disposizione strumenti finalmente moderni per la progettazione e la gestione dei servizi. Allo stesso modo, le tecniche dell'analytics costituiscono oggi un elemento fondamentale per le imprese, sia per analizzare e comprendere le dinamiche aziendali, sia per sviluppare strategie di business fondate sulle analisi dei trend, sia per condurre azioni di marketing basate sui risultati del profiling dei consumatori e dei (potenziali) clienti. Sono questi ambiti nei quali i processi di innovazione presuppongono l'acquisizione di un insieme di abilità che possiamo far confluire in quello che lo stesso Visco ha definito "il nuovo pacchetto di competenze del XXI secolo" che include certamente l'esercizio del pensiero critico, la creatività e la capacità di comunicare in modo efficace, l'apertura alla collaborazione e al lavoro di gruppo ma anche un'adeguata cultura digitale e predisposizione al pensiero computazionale. Alla luce di ciò è necessario rivedere la formazione a tutti i livelli, ma anche il dialogo e la collaborazione del mondo accademico con imprese e istituzioni. Il contributo dell'Università in questa direzione diventa pertanto strategico. Un passo importante per allinearsi con i processi moderni di creazione di una cultura digitale che è parte dell'agenda dei governi e fattore di crescita e sviluppo della produttività.

*rettore Università Ca' Foscari Venezia

