

Oggi la conoscenza vale più della moneta



E' da questo concetto che occorre ripartire per valorizzare i giovani talenti che sono la prima risorsa nazionale e che vanno aiutati a inquadrarsi al meglio nel panorama delle imprese.

Il dibattito sull'istruzione, che ha tenuto banco negli ultimi tempi, va impostato con una prospettiva nuova e più ampia, cercando di evitare quanto già copiosamente suggerito dalle fonti più disparate nel corso degli ultimi anni. Non si vuole criticare in questa sede la doverosa preoccupazione di organizzare e garantire l'effettività di un primario diritto sociale cui deve accedere la totalità della popolazione. **Ciò che si mette in discussione è la percezione esclusiva dell'educazione scolastica quale apparato da gestire, al quale solo in seconda battuta viene ricollegata la realtà del mondo professionale, ancor più quello altamente specializzato.** Come? Cambiando l'approccio di analisi ai problemi dell'istruzione in Italia e modificando il concetto di mercato del lavoro così come lo abbiamo concepito fino ad ora.

Limitaremo in questa sede il nostro intervento all'istruzione universitaria o post universitaria per tre motivi:

è proprio qui che nascono le più cocenti delusioni dopo che si sono investiti anni di sacrifici per migliorare la propria posizione sociale e lavorativa e per trovare una occupazione in un paese con tassi di disoccupazione, specialmente giovanile, molto preoccupanti;

la globalità dell'economia richiede ormai una preparazione accademica per rendere competitive le risorse di un Paese;

è al momento della laurea che lo studente possiede il suo valore economico più alto sul mercato del lavoro, in quanto più di così non può prepararsi.

Economia della Formazione come:

economia della conoscenza, marketing e placement degli studenti, centri di ricerca, reclutamento degli insegnanti, sostituzione del mercato del lavoro con il mercato della formazione.

Il PIL delle nazioni aumenta grazie all'economia della conoscenza



È bene anzitutto scartare la vecchia equazione: “più lavoro = più guadagno”. Oggi vale l'identità: “più conoscenza = più guadagno”. È il “capitale intellettuale” la variabile che differenzia in positivo l'economia di un Paese: è così per l'India, nella regione del Bangalore, è così per gli Stati Uniti, dove un quinto del Pil nazionale è prodotto da questo tipo di economia, ed è così per la Cina, nell'area di Shangai, dove le aziende sono alla disperata ricerca di giovani con un grado di istruzione molto elevato. **È l'economia della conoscenza ad aumentare il Pil delle nazioni. Per contro è la finanza, in particolare quella speculativa, insieme alla crisi dell'industria manifatturiera tradizionale, ad alimentare la forte crisi economica e lo spettro dell'inflazione.** Un'inflazione misurata in termini di potere di acquisto da parte dei redditi monetari e non come risultante dell'incremento dei prezzi medi dei panieri di alcuni beni di consumo.

Tutto ciò per dire che la struttura economica di un Paese è fondamentale per la sua crescita, oramai fortemente legata all'alta formazione delle proprie risorse umane. Laddove c'è economia della conoscenza, laddove i governi sanno rendere remunerativa la formazione, lì le nazioni o alcune loro regioni o province crescono. Perché? In queste aree del mondo si stanno affermando sempre di più imprese ad alto valore cognitivo o ad alto valore aggiunto come prodotto del loro sistema formativo. Sono imprese che creano l'innovazione in tanti settori merceologici e che

impiegano persone ad altissima scolarità. Questo è l'obiettivo che si dovrebbero porre anche il nostro sistema-Paese e la nostra alta formazione: favorire la nascita di questo tipo di ambiente sin dagli anni dell'università, insegnando come fare gli imprenditori o i manager di aziende di questo tipo. Per tale motivo la titolarità di questa politica, che consiste nello sviluppare l'economia della conoscenza, deve far capo al ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca.

L'importanza dei centri di ricerca

Come si realizza l'economia della conoscenza? Il punto di partenza sono i centri di ricerca. Ci si ostina a considerarli esclusivamente all'interno delle università. Gli atenei italiani purtroppo non hanno i manager e le risorse umane competenti per gestire in modo efficace ed efficiente la ricerca, se non con rare eccezioni. Essa va portata prevalentemente fuori dall'università. Occorre pertanto che si creino centri di ricerca privati - imprese o fondazioni -, completamente autonomi dalle università, per realizzare l'economia della conoscenza. **Occorre trasformare tanti progetti di ricerca in altrettante attività imprenditoriali.**

Devono essere i nostri giovani ricercatori e laureati a gestirle e a farle crescere e prosperare. Bisogna costruire centri di ricerca privati anche con capitali pubblici, all'inizio, emulando i modelli a noi vicini, come quello di Barcellona. In tal modo da una parte si eviterà la fuga di molti cervelli all'estero, d'altra parte si troverà una collocazione realmente appropriata per i giovani specialisti: ai giovani alla ricerca di occupazione è ormai chiaro che le aziende legate alla produzione di grande serie, non necessitano di masse di laureati; è altrove che essi possono trovare realizzazione!

In sostanza possediamo le risorse umane, ma mancano le iniziative per sviluppare un'economia adeguata al maggior acculturamento del nostro Paese. I modelli devono essere i distretti tecnologici come Silicon Valley, le imprese come Google o la Pixar, le strutture in cui il capitale intellettuale è la risorsa principale insieme all'alta tecnologia.

Il mercato della formazione come un vero settore economico per il nostro Paese.

Occorre capire quanto esso incide sul PIL e porsi degli obiettivi per migliorare nel breve periodo questo indice. L'incidenza dei diversi mercati sul PIL riguarda di solito settori quali il turismo o la moda. Eppure ben maggiore sarebbe l'apporto dell'industria della formazione alla crescita del PIL e dell'export. **Pertanto è fondamentale comprendere come trasformare la scuola, soprattutto le università, in un centro di ricavo per il Paese anziché lasciare che pesino come un**

costo permanente sulle casse dello Stato. In tal modo il ministero, come gestore di questo processo, avrebbe moltissime risorse finanziarie da poter riversare nei gradi inferiori dell'istruzione, creando un circolo virtuoso capace di alimentare il frutteto della formazione in ogni sua parte.

Il prodotto-studente

Cerchiamo ora di chiarire chi sia lo studente italiano, in particolare lo studente universitario. Questi non può essere considerato un semplice soggetto beneficiario di un diritto sociale, precisamente il diritto allo studio. Nei regimi costituzionali novecenteschi l'istruzione ha avuto principalmente la funzione di sollevare le masse da una condizione di disparità sociale, che veniva alimentata in primo luogo dalla difficoltà per molti cittadini di accedere a una pari condizione di partenza. Per usare un'espressione cara a Thomas Marshall, sociologo del secondo dopoguerra, il compito dello Stato era quello di creare un gentleman, fornendogli gli strumenti di base per portarlo a godere pienamente delle sue potenzialità di cittadino. Oggi la logica non è cambiata, ma occorre pensare che nel frattempo la scolarità è aumentata e così le potenzialità delle nuove generazioni di cittadini. Lo studente universitario non è quindi un semplice fruitore di un diritto, ma è il frutto più maturo del processo di sviluppo sociale che può contribuire a migliorare il suo Paese, al contempo realizzando se stesso, patrimonialmente e umanamente. È insomma una sorta di "imprenditore-cittadino" che realizzando il suo surplus di potenziale garantisce anche alla collettività frutti altrimenti insperati.

Questo soggetto sui generis, che non è orientato meramente al lucro materiale ma a un'integrazione e ad uno sviluppo della società in cui vive, naturalmente investe su se stesso - prodotto e imprenditore allo stesso tempo -, trovando un finanziatore che creda in lui, in primo luogo le famiglie. È inoltre una risorsa patrimoniale fondamentale per il Paese, sulla quale il sistema-scuola ha investito: la collettività infatti si è accollata una parte dei costi della sua formazione, soprattutto nei lunghi anni di scuola inferiore.



Il marketing dell'istruzione

Ragionare con l'ottica del marketing, applicandola al prodotto-studente in tutta la sua meravigliosa complessità, per quanto possa sembrare apparentemente azzardato permette in realtà di riconoscere meglio il valore dei nostri giovani. Significa in primo luogo spingere gli afferenti al circuito formativo a conoscere realmente la peculiarità di ciascuno, dato che il talento costituisce elemento di guadagno effettivo, immateriale e materiale allo stesso tempo, secondo meccanismi nei quali tuttavia il sistema formativo del nostro Paese non si è ancora immedesimato. Questo primato della conoscenza, anche sul piano umano, è però il metodo più efficace per investire senza sprechi sui migliori e per aiutare coloro che rimangono più indietro a trovare meccanismi di promozione adatti. Per chi pratica l'economia è difficile negare che i giovani siano l'investimento migliore che si possa fare, perché reale e non fittizio (come può invece essere la finanza speculativa). Folle sarebbe abbandonarli alla mercé di un sistema produttivo non in grado di razionalizzare e valorizzare queste risorse acculturate. In questo senso occorre un completo cambiamento di paradigma anche rispetto al ruolo di chi si occupa degli studenti. La scuola e l'università non hanno il compito di preparare numero indefinito di professionalità, ma devono solo selezionare i più bravi, cercando di valutarli nel modo più giusto possibile, e indicare quelli più preparati, sapendo collocare adeguatamente le risorse per evitare darwinismi formativi e allocativi. È il mondo delle imprese che deve assumersi la responsabilità di impartire la formazione professionale di cui ha bisogno. Questo non rientra tra le competenze del ministero dell'Istruzione.

Quando si afferma che gli studenti italiani laureatisi nelle nostre università non sono preparati per il mercato del lavoro si stanno nascondendo delle distorsioni nel rapporto tra università e mondo del lavoro; infatti sono principalmente le imprese a non essere adeguate alle capacità dei nostri talenti, anche a causa dello scarso investimento nell'economia della conoscenza, frustrato dallo stesso sistema di formazione. Se si osservano i nostri studenti in giro per il mondo si può constatare come siano spesso tra i più ambiti e tra i più capaci di aggregare alte professionalità, proprio perché dotati di una preparazione di base molto competitiva.

Le nostre inefficienze non riguardano pertanto la qualità formativa a cui i migliori possono accedere, bensì la capacità di orientare le energie verso un migliore rendimento complessivo attraverso meccanismi di ancoraggio tra le specializzazioni, la ricerca e il mondo professionale.

Dato il bassissimo numero di laureati che il nostro Paese registrava ancora all'ingresso nel nuovo millennio, si è cercato di porre rimedio attraverso riforme dei cicli che hanno sì migliorato lievemente la situazione da un punto di vista quantita-

tivo, ma non hanno affatto contribuito ad orientare l'Italia verso un'economia della conoscenza. Ancora si discute sulla qualità impoverita delle lauree triennali, e al contempo gli abbandoni sono sempre numerosi, anche a fronte di un difetto di motivazione dei nostri studenti, cui si addebitano titoli poco gradevoli (chi non ricorda i "bamboccioni" di Padoa-Schioppa?), mentre è acclarata l'incapacità del sistema politico di incentivare i meccanismi di valorizzazione e autenticazione dei veri talenti. Sembra che l'unico intervento gradito dall'esterno sia quello limitato a bloccare, anziché incentivare l'accesso al lavoro specializzato. Si pensi al paradosso delle funzioni selettive concesse in toto agli ordini professionali (come quello degli avvocati), in grado di bloccare per anni in un "limbo" professionisti laureati e rodati in anni di pratica, senza alcuna garanzia patrimoniale.

Il marketing dell'istruzione deve servire invece a valorizzare gli elementi migliori nel mercato del lavoro. Se prevale questa visione dello studente, cambia tutta la prospettiva di analisi e di azione della scuola. Adottando questa visione si può comprendere anche che il piazzamento delle nostre risorse diventa l'aspetto più importante da considerare per il ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca. Lo studente-imprenditore deve essere sostenuto in quanto se aumenta la sua percezione sul mercato, aumenta il suo valore e quindi anche il valore del Pil del Paese.

Asimmetrie informative come carenza di potere contrattuale dei neo-laureati

Nel momento in cui lo studente nostrano si affaccia al mercato del lavoro è inesperto, non conosce le aziende con cui inizia ad interloquire. Entra nel mercato del lavoro con evidenti asimmetrie informative che gli danno un potere contrattuale veramente minimo; non ha un reale potere di mercato nella trattativa. In più i metodi selettivi aziendali spesso non permettono di conoscere bene i candidati. Andrebbero attivati maggiori contatti, per esempio, fra il docente relatore della tesi di laurea e l'impresa. Anche a questo deve servire il lavoro di un efficiente ministero dell'Istruzione.

Qualcuno potrebbe replicare a questo argomento ricordando che esistono gli uffici placement delle università. Tuttavia, a parte qualche eccezione pur importante, queste strutture non consentono di eliminare l'asimmetria informativa fra datore di lavoro e laureato, **lasciando lo studente sprovvisto delle conoscenze di base necessarie per una contrattazione efficace del proprio posto di lavoro.** Lo studente non deve essere abbandonato a se stesso subito dopo il conseguimento della laurea, quando entra nel mercato del lavoro.

Agenzia nazionale del placement



Come ridurre questo svantaggio iniziale del nostro studente-imprenditore?

Sarebbe una soluzione ideale creare un organo alle dirette dipendenze del ministro dell'Istruzione che accompagni per un po' di anni lo studente nel mercato del lavoro, con un supporto consulenziale, un head hunter di fatto, in modo tale da dare un sostegno su come affrontare, in modo professionale, una ricerca di lavoro, conferendo al giovane un potere di mercato che dovrebbe avere quando contratta il proprio ingresso nel mercato del lavoro e che nessuno è in grado di fornirgli. Asimmetria, ovvio, che va a tutto vantaggio dell'imprenditore.

In più il ministero dell'Istruzione, piazzando al meglio i giovani acculturati, tutelerebbe e farebbe rendere al meglio il proprio investimento, dato che la gran parte del costo della formazione dei giovani è a carico della collettività.

Il ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca dovrebbe curare in particolar modo gli interessi delle sue risorse e dei suoi investimenti. Un po' come accade nel calcio, dove i giocatori hanno procuratori che curano i loro interessi, ottenendo corrispettivi in base a quelli che sono i prezzi reali di mercato del calciatore.

Si dovrebbero inoltre potenziare le opportunità di collocamento in Italia e all'estero dei nostri laureati, creando un database e un portale nazionale del placement del ministero in collaborazione con tutte le università italiane e le società di selezione e ricerca del personale, per sostenere meglio il piazzamento dei nostri laureati. Un simile portale dovrebbe fornire anche le informazioni di orientamento, analisi e previsioni di mercato relative a quelle che saranno le professionalità più richieste nei successivi 4-5 anni, per orientare in modo proficuo le scelte degli studenti-imprenditori che si apprestano a entrare nel mondo universitario.

Tale soggetto potrebbe chiamarsi "Agenzia del Placement". Un ministero dell'I-

struzione, dell'Università e della Ricerca al passo coi tempi non dovrebbe mancare di questo requisito strutturale.

Valorizzazione dei precari come consulenti della formazione

Partiamo dal dato che i precari del mondo della scuola sono giovani e laureati. Cioè risorse potenziali molto importanti per un Paese. La loro riallocazione potrebbe rappresentare un centro di ricavo significativo per il ministero dell'Istruzione. Sono un importante capitale da utilizzare nel modo migliore: potenziali manager o consulenti della formazione che potrebbero fornire un servizio di riqualificazione professionale a strutture sia pubbliche che private. Spesso le nostre aziende non hanno risorse all'altezza della competizione globale.

La proposta consiste nel rispondere al problema del precariato nelle scuole aggregando inizialmente gli insegnanti precari più bravi e preparati, opportunamente selezionati, in programmi per la riqualificazione professionale dei dirigenti della pubblica amministrazione e delle aziende pubbliche in cui i docenti, precari, vengono impiegati per svolgere un'attività di formazione extrascolastica consulenziale. Un obiettivo coerente sarebbe far partire dieci programmi pilota entro l'anno. Con questo tipo di iniziativa si ricollocano, nel medio periodo, molti insegnanti precari e si dà maggiore efficienza alla pubblica amministrazione: dirigenti sempre aggiornati e preparati e quindi in grado di dare migliori risultati. Con questa funzione il ministero dell'Istruzione ancora una volta perderebbe la sua connotazione di centro di costo per le casse dello Stato, e potrebbe diventare anche centro di ricavo perché in grado di migliorare, tramite servizi di formazione, i servizi amministrativi, consentendo l'erogazione di prestazioni di più alta qualità. In più produrrebbe entrate economiche derivanti dal valore del servizio consulenziale fornito. Tale prestazione può essere erogata anche ad aziende private.

Alla disponibilità ad accettare questa particolare forma di flessibilità andrebbe ovviamente abbinata una politica di mobilità di tipo intergenerazionale fra insegnanti, che consenta a quelli più giovani - spesso precari - di fare esperienza di insegnamento.

Sostituzione del mercato del lavoro con il mercato della formazione

Questo permette di definire un mercato, altrimenti secondario, in un mercato primario come quello dei beni e dei servizi. Un mercato che produce valore e ricavo per il sistema economico e non come il mercato del lavoro che produce prima il costo per il sistema e poi il ricavo. **In tal caso ciò che acquista valore è il patrimonio culturale umano di un'economia che restituendo la centralità al valore della persona nel sistema economico farebbe sì che un tipico fattore**

immateriale come l'acculturamento di ognuno di noi si possa materializzare per contribuire davvero alla ripresa e alla crescita economica (prodotto interno lordo) di un sistema. A livello di intervento macroeconomico l'approccio finora adottato che parte dalla microeconomia è un esempio, come se potrebbero fare tanti altri nel settore della Pubblica Amministrazione e nel Privato, di come questo metodo si riflette in un significativo cambiamento nelle teorie economiche in quanto va a sostituire il concetto classico di *mercato del lavoro*, così come lo conosciamo, con il *mercato della formazione*. Come tutti sappiamo il mercato del lavoro è un mercato derivato o secondario rispetto al mercato principale dei beni e dei servizi. Che cosa vuol dire? Vuol dire che se non aumenta la domanda di beni e servizi nel mercato principale (consumi), e quindi la crescita economica di un sistema, il mercato del lavoro non può produrre occupazione anche se dovessimo fare la più efficace ed efficiente riforma del lavoro. Questo vuol dire che se introducessimo la perfetta flessibilità sia in entrata che in uscita, il tasso di disoccupazione non verrebbe aggredito nel medio e nel lungo periodo, ma neanche nel breve, così come sarebbe auspicabile che succedesse, pur ipotizzando la completa assenza di asimmetrie informative nel mercato del lavoro, un requisito che di fatto non si realizza mai nella realtà economica in quanto questo vorrebbe dire che, a un tasso predefinito di disoccupazione, la forza lavoro e la domanda di lavoro sarebbero in grado di incontrarsi ed equilibrarsi ogni giorno, sapendo entrambi costantemente le rispettive necessità.