

PROFESSIONALITÀ

Bimestrale di studi e orientamenti per l'integrazione tra scuola e lavoro e per l'apprendistato formativo

n.2_Novembre-Dicembre 2018

Istruzione e formazione terziaria
per un mondo del lavoro che cambia

4.0

PROFESSIONALITÀ STUDI

riviste.gruppostudium.it

ADAPT
UNIVERSITY PRESS

Studium
edizioni

EDITRICE
LA SCUOLA

PROBLEMI E PROPOSTE

C'È POSTO PER TUTTI. GLI STUDI UMANISTICI DI FRONTE ALLE SFIDE DEL MONDO DEL LAVORO

di Chiara Manfreda e Uberto Minghi

In un mondo dove il tasso di obsolescenza e sostituzione dei saperi tecnologici sarà sempre più alto, le imprese possono trovare nei laureati umanistici collaboratori davvero preziosi. Occorre però un avvicinamento precoce fra corsi di laurea e mondo del lavoro che favorisca l'orientamento degli studenti e aiuti le università a rimodulare la propria offerta formativa guardando alle nuove professioni.

Un binomio possibile. Anzi necessario

Cultura umanistica e industria 4.0: un binomio possibile. Anzi, necessario.

Il sistema produttivo non può fare a meno della cultura umanistica e del contributo che i laureati in queste discipline possono fornire, in termini di conoscenze, attitudini e di logiche di pensiero.

E ciò è vero anche – e soprattutto – a fronte dello sviluppo tecnologico sempre più rapido, dell'avvento dell'economia digitale e dell'automazione industriale.

L'Industria 4.0, infatti, con i suoi nuovi paradigmi produttivi e organizzativi, ridefinisce le modalità con cui le persone agiscono in azienda e il loro rapporto con le tecnologie stesse. Conoscere le tecnologie abilitanti è – e sarà sempre di più in futuro – un passaggio obbligato per tutti, anche per coloro che posseggono una formazione di tipo non tecnologico.

Tuttavia, proprio per questa pervasività dell'elemento tecnologico, anche l'impresa 4.0 non potrà ignorare l'importanza e l'utilità delle competenze umanistiche.

Al centro dell'innovazione tecnologica, infatti, c'è sempre l'uomo. Per questo, insieme ai tecnici, servono e serviranno anche persone capaci di osservare le ripercussioni dell'innovazione sull'agire sociale delle imprese con "occhio umanistico", spirito critico e visione prospettica. In questo senso sono molteplici i temi complessi rispetto quali la forma mentis umanistica può fornire indispensabili contributi di tipo etico, antropologico, di "ingegneria sociale".

Si pensi, ad esempio, alle questioni connesse all'integrazione uomo-macchina, all'organizzazione del lavoro,

alla modifica dei paradigmi produttivi, ai mutamenti negli stili di consumo, ai cambiamenti collettivi generati dalla diffusione crescente del cosiddetto "internet delle cose" che ridefinisce il perimetro dell'autonomia individuale e della privacy.

C'è di più. Lo scenario evolutivo delle professioni – sia quelle nuove, sia quelle tradizionali profondamente rinnovate nei contenuti – richiederà sempre di più approcci multidisciplinari all'attività lavorativa. Approcci per i quali la parte meramente tecnica della competenza, per quanto importante, potrà non essere più sufficiente, nemmeno su "aree di mestiere" più legate all'automazione industriale e alla gestione dei business analytics.

In questo senso, si va verso una progressiva attenuazione del discrimine tra cultura umanistica e cultura scientifica. La strada è quella di un "nuovo umanesimo 4.0" in grado di superare una volta per tutte la dicotomia tra "umanisti" e "tecnologi" che è – e sarà sempre più in futuro – inapplicabile ai nuovi paradigmi del lavoro.

Il placement degli "umanisti"

Almeno due elementi depongono a favore di una visione positiva del placement degli umanisti.

Da una parte, va detto che nei processi aziendali di assessment dei giovani con alti potenziali si assiste a una sempre maggiore centralità della dimensione soggettiva dei profili. In questi processi, gli esiti della formazione formale sono solo una – e non sempre la più rilevante – tra le variabili in gioco. Sempre più

spesso si cerca di testare, attraverso l'analisi del bagaglio esperienziale e di vita, il corredo attitudinale della persona, il possesso di alcune capacità trasversali come la curiosità intellettuale, la capacità di cogliere i macro-fenomeni della società, ma soprattutto la disponibilità a imparare cose nuove e mettersi in gioco senza preconcetti, anche rispetto a ruoli professionali per così dire "eterodossi" rispetto a quelli canonici previsti nei piani di studio ufficiali delle università.

Questo fenomeno, comune a tutte le imprese, ha assunto una accelerazione con l'avvento e lo sviluppo del mondo "digital" che genera "aree di mestiere" sempre nuove e aprendo a una molteplicità di strade e traiettorie professionali.

In questo quadro così magmatico e in costante divenire, le nuove imprese richiedono ruoli maggiormente legati alla persona e alla sua velocità di pensiero. È qui che le lauree umanistiche possono fare la differenza.

Dall'altro lato, le correnti più aggiornate dell'Hr Management mettono in luce come la presenza degli umanisti nei team di lavoro, anche in quelli di tipo più tecnico, si riverberi positivamente sull'efficacia e il successo delle attività assegnate: l'umanista è visto e concepito come facilitatore del gruppo di lavoro, capace di creare relazioni positive e trasversali, di fare crescere culturalmente la sua squadra.

Alla base di questa constatazione vi è la consapevolezza che la diversity (intesa, in questo senso, come diversità di retroterra culturale e forma mentis) e la pluralità di punti di vista e apporti rispetto a problemi complessi, costituiscono per le imprese più evolute un fattore di ricchezza immateriale e, al contempo, una leva di efficacia e di produttività.

Tuttavia, anche a fronte delle più incoraggianti indicazioni di tendenza, non si può certo nascondere il fatto che le performance occupazionali degli umanisti non siano sempre lusinghiere, in termini di quantità e qualità degli impieghi post-laurea.

Se è vero, da un lato, che è possibile fare carriera partendo da una base umanistica, è vero anche che l'ingresso nel mondo del lavoro è molto più difficoltoso per questo tipo di formazione e le opportunità sono anche quantitativamente ridotte rispetto a quelle per altri profili ritenuti, a torto o a ragione, più spendibili.

Inoltre, solo i grandi gruppi possono permettersi di investire su talenti diversi da quelli strettamente tecnici o manageriali, come quelli umanistici.

Profili che, pur riconosciuti portatori di alto potenziale, richiedono più di altri di essere "coltivati" e formati (il pensiero corre alle accademie aziendali di "olivettiana" memoria) prima di essere inseriti in pienezza in un percorso vero e proprio di carriera professionale e sviluppo personale.

Il ruolo dell'università

Se, da un lato, non vi è alcun dubbio che i profili umanistici rivestano interesse per le imprese e il mondo produttivo, è innegabile che quello tra laureati umanistici e mondo del lavoro sia un rapporto complesso che si presta a diversi livelli di analisi.

Un'analisi che non può non chiamare in causa le agenzie educative dalle quali la gran parte dei profili umanistici provengono, quelle accademiche in primis.

Il tema dell'avviamento al lavoro dei giovani laureati umanistici non può oggi essere eluso né dall'università, né dalla società in toto. Questo va detto anche alla luce della dimensione del fenomeno, posto che studenti e laureati del comparto "Humanities" globalmente inteso costituiscono una quota considerevole, se non maggioritaria, del totale dei giovani universitari.

Il tema, come si intuisce, è complesso.

Va chiarito, prima di tutto, che la laurea umanistica non deve "insegnare un lavoro", ma un metodo di pensiero, un approccio per affrontare problemi, oltre che per porsi e porre domande.

In questo senso, l'obiettivo di una professionalizzazione spinta dei corsi di studio – ammesso (e non concesso) che debba avvenire nell'istruzione universitaria – non è realisticamente perseguibile nel settore umanistico. Né, presumibilmente, è quello che cerca il mondo del lavoro nei laureati in questo tipo di discipline. Laureati nei quali, semmai, si apprezzano doti come il possesso di un solido bagaglio culturale di base, l'apertura mentale, la capacità di ragionare con spirito critico e curiosità intellettuale oltre che, magari, la capacità di affrontare problemi complessi con soluzioni creative.

Ed è da qui che occorre sviluppare il nostro ragionamento.

Il fattore orientamento

Il primo fattore in gioco è quello dell'orientamento: un tema che, in un mondo a crescente complessità come quello di oggi e tanto più di domani, diventa strategico per tutti gli universitari e, in particolare, per gli studenti e i laureati in discipline umanistiche.

C'è un tema, prima di tutto, di orientamento "in entrata": chi sta per iscriversi a percorsi di tipo umanistico, dovrebbe ricevere chiari "alert" sulla sostenibilità degli sbocchi occupazionali e la raccomandazione di abbinare all'impegno per lo studio anche uno "sforzo" aggiuntivo per consolidare – attraverso la formazione informale e l'esperienza di vita – la propria employability, intesa come capacità di essere competitivi in un mercato del lavoro sempre più dinamico e sfidante.



Un orientamento di questo tipo servirebbe, inoltre, per scoraggiare l'iscrizione dei giovani meno motivati: coloro, ad esempio, che scelgono i percorsi umanistici per senso di inadeguatezza – reale o percepita – verso altri tipi di studio; oppure quelli che, grazie all'accesso libero, optano per un corso di studi purchessia in attesa di altre opportunità.

C'è, poi, un tema di orientamento "in itinere" rispetto al quale è cruciale il passaggio dalla laurea triennale ai percorsi successivi. È opportuno orientare i giovani laureati triennali umanistici verso Lauree Magistrali anche "divergenti" rispetto alla filiera formativa di naturale afferenza, privilegiando la compatibilità attitudinale e l'interesse per certi ambiti di studio con i relativi sbocchi lavorativi. Tenendo conto anche che, su determinate posizioni di lavoro, i percorsi accademici multidisciplinari di tipo "orizzontale", che il nostro sistema "3+2" consente, sono preferibili rispetto a carriere di studio "verticali" a filiera.

Al contempo, occorre puntare anche sui Master universitari, percorsi formativi che – se progettati e gestiti correttamente – possono dare ottimi risultati in termini di spendibilità nel mercato del lavoro anche dei titoli di studio umanistici. A condizione che tali percorsi siano capaci di "intercettare" un fabbisogno concreto di professionalità e che, conseguentemente, siano attivati in stretta collaborazione con imprese del settore, tanto nella didattica quanto nei project-work.

Infine, c'è il tema dell'orientamento in uscita, rispetto al quale è opportuno rafforzare la collaborazione con le strutture di ateneo deputate al supporto della

transizione studio-lavoro – Career Service, Uffici Stage e Placement... – per tutto quanto attiene all'affinamento delle capacità dei giovani laureati di porsi in modo consapevole e informato verso il mondo del lavoro, anche in termini di personal-branding.

Il partenariato didattico. Un gioco "win-win"

Grazie anche all'impegno di tante università nei progetti di collegamento con l'universo delle professioni, sta crescendo negli ultimi anni anche nei giovani laureati la consapevolezza di quali possano essere le loro possibilità di impiego, anche in ambito aziendale, e le possibilità concrete di sfruttarle. Un processo che nel caso degli studi umanistici può e deve migliorare.

Il tema è, appunto, quello della conoscenza e della consapevolezza: le lauree in ambito letterario, linguistico, storico, filosofico possono essere il trampolino per carriere magari svincolate dagli studi di partenza, ma capaci ugualmente di valorizzare attitudini e aspettative individuali.

Il problema non sta tanto nelle competenze teoriche acquisite bensì nel collegamento fra gli studi seguiti e il mondo del lavoro.

Come sciogliere questo nodo? Una prima strategia da perseguire è di "irrobustire" le basi umanistiche con una formazione esperienziale e attiva, integrativa a quella frontale classica. Si tratterebbe, in sostanza, di offrire – durante i percorsi di studi e con livelli crescenti di intensità a seconda del segmento formativo – delle occasioni di apprendimento pratico, da attuare

anche in collaborazione con rappresentanti del mondo aziendale e professionale in genere.

Occasioni che non si esauriscono certo nell'esperienza dei tirocini curriculari i quali, pure, costituiscono la forma più diffusa e conosciuta di interazioni didattiche di questo tipo.

Parliamo, più ampiamente, di modalità di "esposizione" al mondo del lavoro e delle professioni che possono andare da forme più semplici – come le testimonianze di manager e professionisti nell'ambito dei cicli di lezione o le visite aziendali – a forme via via più complesse e ingaggianti come i laboratori didattici, gli studi di caso, le simulazioni, i project-work, le tesi in azienda.

Soprattutto negli studi di ambito umanistico, questo tipo di esperienze hanno il merito di familiarizzare i giovani alla dimensione applicativa della conoscenza e di aiutarli nel difficile compito di elaborare un obiettivo professionale da perseguire avendo fiducia nelle proprie capacità, sgombrando il campo da sentimenti di inadeguatezza o di inferiorità rispetto ai colleghi di corsi di laurea considerati più "forti" dei loro.

Le ricerche effettuate da Assolombarda sulle pratiche di partenariato didattico università-impresa già molto diffuse nel sistema universitario del nostro territorio, dimostrano che esse possono attivare un circolo virtuoso tra università, giovani e mondo del lavoro.

Infatti:

1. Gli studenti che, attraverso queste modalità di apprendimento, hanno la possibilità di:

- testare l'applicabilità operativa delle discipline teoriche apprese in aula;
- cimentare le proprie abilità e verificare le attitudini personali rispetto a specifiche aree professionali;
- conoscere nuovi sbocchi di lavoro che ignoravano o ai quali, pur conoscendoli, pensavano di non poter aspirare;
- di sviluppare o affinare quelle competenze trasversali che sono sempre più richieste dal mercato.

2. Le imprese, dal canto loro, possono avere piacevoli "sorprese" dal collaborare con i corsi di studio umanistici. Imparano a conoscere le caratteristiche e le potenzialità di certe figure di laureato di cui, magari, non avevano mai pensato di potersi avvalere, rispetto alle lauree più "tradizionali" di tipo aziendale o tecnologico. Scoprendo, in molti casi, che proprio nei laureati umanistici è più frequente trovare quelle caratteristiche soggettive e trasversali che sempre più spesso vengono ricercate nei giovani aspiranti collaboratori: capacità di analisi e lettura del contesto, spirito critico, attitudine al problem-solving e alla mediazione, capacità di giudizio e buon senso, capacità creative e sociali.

Il risultato, nella migliore delle ipotesi, sarebbe quello di rendere più fluidi i processi di placement attraverso il contatto diretto tra studenti e rappresentanti aziendali in un ambiente didattico.

3. Infine, i corsi di studio coinvolti in questo tipo di attività possono ricavare input preziosi sull'evoluzione delle figure professionali e dei fabbisogni di competenze espresse dal mondo del lavoro in relazione alle figure formate. Informazioni e stimoli che possono rivelarsi molto utili nei processi di revisione dei curricula e di aggiornamento dell'offerta formativa cui tutti i corsi di studio sono periodicamente chiamati.

Una prima strada da perseguire è incrementare e diversificare, in una logica progressiva lungo i percorsi di studio, le occasioni di "contatto" con il mondo esterno, dal tirocinio curriculare alla didattica laboratoriale, passando per altre forme di partenariato.

Dipartimenti e Facoltà più aperti al mondo

Come procedere, allora, in questa direzione? Anche i dipartimenti umanistici, come quelli economico-aziendali o ingegneristici, possono definire delle strategie di apertura al mondo del lavoro e delle professioni, attraverso un lavoro di reciproca conoscenza e di "avvicinamento".

Questo processo di apertura, da svilupparsi lungo terreni di collaborazione concreta, deve puntare a due obiettivi strategici:

- da un lato, lo si è già ricordato, offrire agli studenti, fin dai primi anni di studio, occasioni di contatto e di confronto con la dimensione professionale;
- dall'altro lato, far sì che un numero sempre crescente di imprese entri in contatto con i corsi di studio umanistici nei loro rinnovati contenuti e nelle loro potenzialità di impiego.

Anche per le Facoltà di Lettere diventa fondamentale individuare nuove modalità di apprendimento che:

- da un lato, favoriscano una visione sistemica e multidisciplinare dei saperi universitari, in una logica di raccordo e di interazione con altri Dipartimenti, anche di tipo tecnico-scientifico;
- dall'altro lato, promuovano il coinvolgimento attivo delle realtà professionali, affinché anche gli studenti di area umanistica guardino alle imprese non solo come ambienti di lavoro "terminali" della loro esperienza educativa, ma anche come luoghi di apprendimento nei quali integrare la cultura teorica con la dimensione pratica del "fare". In tal senso, le molteplici conoscenze degli studenti di area umanistica – la loro cultura storica, linguistico-letteraria, estetica, iconografica – possono trovare interessanti occasioni di "messa a terra". Occasioni che, in modi e forme differenti, consentono

ai giovani di cimentarsi e mettersi in gioco attraverso attività laboratoriali e progetti pratici che hanno più meriti: vengono incontro al bisogno crescente di didattica attiva determinata dai mutati stili di apprendimento della generazione "Millennial"; fanno capire ai giovani come i loro saperi possono trovare connessioni con la realtà e ambiti di applicazione; "ispirano" progetti di sviluppo personale e professionale verso i quali indirizzare il proprio futuro.

L'idea – non dimentichiamolo – è sempre quella di offrire ai giovani delle occasioni per riflettere sulle proprie attitudini rispetto a una gamma di ruoli professionali e avviare, in tal modo, un percorso individuale di "attivazione" e di auto-orientamento verso possibili obiettivi lavorativi.

Quali "universi" professionali per gli studi umanistici?

Ora, proviamo a spostare la nostra riflessione dai processi di apprendimento ai mutamenti del mondo del lavoro e all'evoluzione dei profili professionali, anche in termini di tendenze prospettiche per capire quali potrebbero essere dei possibili sbocchi di interesse anche per i laureati del gruppo Humanities.

Di seguito si è provato a tratteggiare alcune "piste" di saperi professionali di interesse – attuale o tendenziale – per le imprese. Si tratta, in sostanza, di macro-ambiti di attività nei quali i laureati umanistici potrebbero trovare spazi interessanti per "far valere" le proprie competenze rispetto ad altri tipi di laureati, a condizione che alcuni aspetti della loro formazione vengano adeguatamente "contestualizzati".

L'ambito linguistico

Il primo campo è quello della padronanza professionale della lingua (sia italiana, sia straniera) e dei processi di scrittura, oggi più che mai dotati di grande vitalità. Le imprese sono organismi sociali che sempre più "parlano" e "scrivono", nei quali servono e serviranno persone capaci di fare un uso professionale del nostro idioma, a seconda dei canali utilizzati, degli obiettivi di business preposti e dei pubblici di riferimento. In questo senso, persone dotate di competenze applicative nell'ambito della linguistica, della pragmatica del testo, della retorica e della stilistica potrebbero rivelarsi preziose in moltissimi contesti professionali.

L'ambito della comunicazione

Un secondo ambito è quello legato ai mestieri della comunicazione e, in particolare, ai processi di pro-

duzione e di trattamento dei contenuti dove anche i laureati umanistici possono trovare spazi interessanti in quel coacervo di professioni mestieri – in costante divenire – genericamente ascritti sotto la definizione di "professioni digitali" e dei "big data". Ci sarà sempre più bisogno di esperti con solide competenze culturali capaci, da un lato, di produrre contenuti affidabili e di elevata qualità per il mondo digitale; dall'altro lato, in grado di rendere intellegibile e socializzabile a larghe fasce di pubblico la messe di dati e informazioni quantitative che l'economia e la società dei big-data sempre più tenderanno a produrre e a gestire. Su questo tipo di professionalità, il laureato umanistico può teoricamente "giocare d'attacco" rispetto ad altri tipi di laureato, a condizione che il suo bagaglio di abilità e conoscenze sia integrato con applicazioni e cognizioni informatiche e digitali.

L'internazionalizzazione delle imprese

Un terzo ambito di attività è quello delle competenze linguistiche e di mediazione culturale a supporto dei processi di internazionalizzazione delle nostre imprese, in relazione ai flussi commerciali da e verso i mercati extra-nazionali. Anche in questo ambito, chi è in possesso di solide competenze linguistiche e interculturali può trovare interessanti opportunità, purché le abilità linguistiche siano integrate da conoscenze di base di tecnica commerciale, organizzazione aziendale e mediazione applicata al business.

L'avvicinamento dei due mondi

Su questi aspetti non siamo certo all'anno zero, e molti dipartimenti umanistici hanno già intrapreso esperienze di aggiornamento dei loro curricula, creando occasioni di confronto con il mondo del lavoro e delle professioni, sviluppando attenzione ai temi dell'employability dei laureati e del loro placement.

Affinché questi processi di "contaminazione positiva" possano consolidarsi a un livello più generale e sistemico, tutte le università devono lavorare sui modelli di revisione e di aggiornamento dell'offerta formativa. Un'offerta che deve intercettare:

- il divenire della società contemporanea;
- le caratteristiche cognitive dei nostri giovani;
- gli scenari evolutivi delle professioni indotti dai nuovi modi di produrre e fare impresa. Le imprese, dal canto loro, possono e devono fare la loro parte. E anche qui non mancano i punti di attenzione. È un dato ineliminabile la domanda preponderante di laureati tecnico-scientifici ed economico-aziendali necessari per i processi produttivi e organizzativi delle imprese.

Tuttavia, anche a fronte di questo dato strutturale, le imprese moderne, dotate di visioni avanzate della loro identità di mercato non hanno pregiudizi aprioristici nei confronti di altri laureati, quelli umanistici in primis. Esse sanno cogliere il valore aggiunto che può recare la diversità di estrazione culturale del capitale umano.

Il tema è, semmai, quello della reciproca conoscenza e dell'avvicinamento tra due mondi – quello delle aziende e quello dei corsi di studio e dei dipartimenti umanistici – su cui c'è ancora da fare.

In questo senso, la logica anticipatoria è premiante. In altre parole, quanto più precocemente le imprese saranno coinvolte in un percorso graduato e costante di dialogo lungo la filiera degli studi, tanto più facilmente potranno nascere nuove opportunità di placement dei laureati umanistici, anche in una logica "sostitutiva" rispetto a profili più tradizionali.

Al contrario, rivolgersi al mondo del lavoro e alle sue rappresentanze solo nelle fasi terminali del percorso formativo o, peggio ancora, alla sua conclusione – come mero procacciamento di "posti-stage" – può oggi rivelarsi una strategia inefficace.

Si tratta, anche per le discipline umanistiche, di non attendere la laurea per andare alla scoperta del mondo del lavoro. Al contrario, occorre creare, fin dagli inizi del percorso accademico, delle occasioni, anche gradualmente, di "contatto" con la dimensione delle professioni, in una logica di cosiddetto "early engagement": un ingaggio precoce attraverso il quale i giovani universitari – a prescindere dall'area di studio – possano gradualmente costruire un progetto professionale e attrezzarsi così alla complessità degli scenari lavorativi e di vita che attende loro.

La contaminazione come strategia

In un mondo "liquido" e in divenire costante il tasso di obsolescenza e sostituzione dei saperi tecnologici sarà sempre più alto. In questo quadro, i laureati umanistici possono incontrare l'interesse delle imprese perché più adattabili, in linea di principio, a diversi ambiti e situazioni.

La formazione umanistica, se abbinata a qualità e attitudini personali in grado di esaltarla, genera una flessibilità culturale e mentale che la rende duttile e polivalente. Su un laureato con queste caratteristiche è anche possibile trasferire competenze tecniche specifiche, pur conservando quelle capacità di ragionamento e di pensiero critico che lo contraddistinguono.

Del resto, le imprese manifatturiere e dei servizi che meglio di altre hanno dimostrato la capacità di resistere al difficile contesto economico rispondendo con in-

novazione ed efficienza nella competizione globale, lo hanno fatto investendo nel capitale umano, in termini di qualità dei profili, ma anche nella diversità della loro formazione culturale di base.

Anche l'università dovrebbe incoraggiare il valore della formazione multidisciplinare, della "ibridazione" dei saperi, della mescolanza dei linguaggi, della contaminazione tra i diversi approcci alla conoscenza.

In questo senso siamo convinti che la logica delle collaborazioni tra sistema universitario e imprese debba indirizzarsi tanto verso la formazione di tipo tecnico-scientifica, quanto verso quella umanistica.

Il mercato del lavoro e la società sono in perpetua mutazione e le imprese hanno bisogno di entrambi questi apporti culturali per affrontare adeguatamente le sfide della modernità. ▲

Chiara Manfreda e Uberto Minghi

Area Sistema Formativo e Capitale Umano Assolombarda