

ADAPT - Scuola di alta formazione sulle relazioni industriali e di lavoro
Per iscriverti al Bollettino ADAPT [clicca qui](#)
*Per entrare nella **Scuola di ADAPT** e nel progetto **Fabbrica dei talenti***
scrivi a: selezione@adapt.it

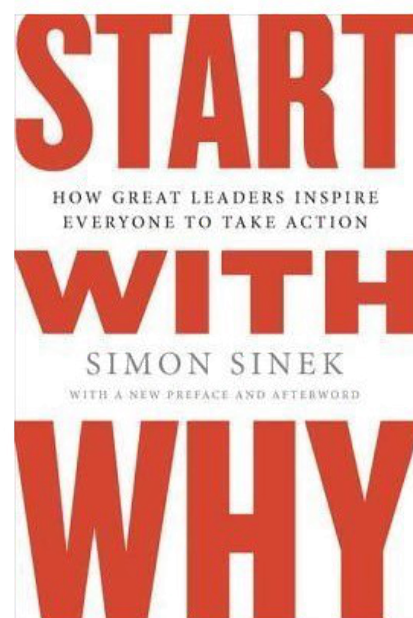
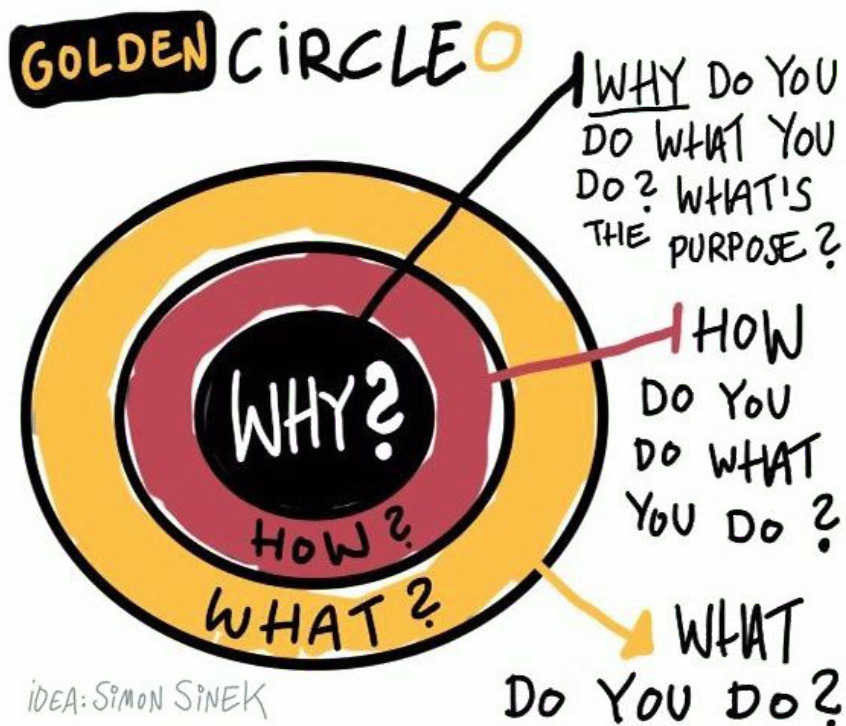
Bollettino ADAPT 11 marzo 2019, n. 10

Come si sviluppano realmente le competenze? Cosa significa far crescere la persona dentro la didattica scolastica? Possono convivere in sinergia il mondo della scuola e quello del lavoro? Il tentativo della scuola Oliver Twist di Como sta dando risposte positive. L'idea fondamentale è quella della cosiddetta "Commessa", cioè un compito lavorativo assegnato ad una classe da un cliente reale per il quale agli studenti è chiesto di ideare, progettare, realizzare, vendere e valutare un prodotto o servizio. La lampadina si accese nel momento in cui durante l'alternanza curricolare, cioè il periodo di stage in azienda, i docenti notarono che uno dei ragazzi più impermeabili alla scuola e alle sue regole si presentò il primo giorno di lavoro in azienda puntuale, pulito, senza orpelli e vestito in modo dignitoso (cose che invece rifiutava di fare ostentatamente a scuola). A domanda posta sul perché di tale trasformazione la risposta fu semplice e illuminante: **"Perché in azienda si fa per davvero"**. Questo diede inizio al tentativo di far dialogare le dimensioni del lavoro con quelle della scuola, troppo spesso ridotta ad una "preparazione" per qualcosa che non accade mai. Docenti professionali e di base insieme ai tutor e ai responsabili di Cometa, l'ufficio Fundraising e l'Ufficio Progetti cercano, attraverso rapporti personali o costruiti negli ormai quasi 30 anni di vita della Fondazione, possibilità di incarichi reali da affidare alle classi.

Identificata la commessa tutto il corpo docente a questo punto si coinvolge in essa, processo in cui la domanda fondamentale non è: "come può la materia che insegno - italiano, matematica, inglese, storia dell'arte e musica- contribuire alla commessa", bensì: **"come può la commessa essere l'occasione per cui io possa insegnare meglio la mia materia?"**.

Il punto unitario del sapere e del fare (uniti già all'origine nell'esperienza umana, ma proditoriamente scissi l'uno dall'altro nella cultura occidentale ormai da secoli) **diventa allora quel compito reale, in sono richieste tutte le energie della persona**: desiderio, abilità,

conoscenze, competenze, creatività, capacità di prendere decisioni, capacità di valutazione, di comunicazione e di riflessione. **Questa attivazione della persona dipende soprattutto dalla percezione del fatto che ciò che si fa non è simulato** ma - appunto - "per davvero", e anche dal fatto che il gesto dell'affidare un compito in cui ci si gioca la faccia, il tempo e i soldi **implica una stima nei confronti dei ragazzi e una conseguente loro responsabilizzazione personale**. Come avviene tutto ciò? Dopo una ricerca di fonti di ispirazione attraverso l'assemblaggio di un *moodboard*, strumento fondamentale nelle aziende, che consiste nel raggruppare immagini, parole, colori, materiali, concetti e sensazioni che interpretino il *brand* aziendale, il *trend* del momento e quindi diano un'idea del messaggio e della percezione che il prodotto o servizio dovrà comunicare, si procede con la progettazione del prodotto. Nel dialogo con il committente (in questo caso il designer e stilista Erasmo Figini, responsabile della Fondazione e del brand aziendale) le classi individuano quali fonti di ispirazione siano più interessanti e adeguate, **sempre incentrando la propria riflessione sul "perché" prima che sul "che cosa" fare** (cfr. il TEDTalk di Simon Sinek a proposito del "Golden Circle": come le aziende che hanno successo ispirano e attraggono, «people don't buy *what* you do, they buy *why* you do it".)



Durante la fase di ideazione e di costruzione del *moodboard* la ricerca di fonti di ispirazione apre finestre sull’arte, la letteratura, la musica, la cultura in generale, e spesso il “programma” delle materie corrispondenti si trasforma per approfondire quelle che sono state identificate come le linee interessanti delle **idee emerse dai ragazzi, che vengono approfondite fino alle loro implicazioni culturali più profonde**, cercando di andare all’origine delle tendenze o degli stili. Per fare solo un esempio: nella preparazione di un evento di ristorazione per una classe seconda del corso Operatore della Ristorazione –Servizi di Sala e Bar, partendo dalla tendenza vegetariana-vegana-crudista dello Chef Stellato Daniela Cicioni si approfondì l’origine dell’ecologia contemporanea nella cultura degli ultimi anni ’60, in particolare nella rivoluzione di prospettive rispetto alla scienza e alla conquista dello spazio per tornare a occuparsi della “casa” (*οἶκος*) comune e cioè il piccolo pianeta blu ritratto nella stupefacente fotografia dell’astronauta dell’Apollo 8 William Anders: «Per la prima volta la Terra guardava se stessa attraverso gli occhi dell’uomo; e per la prima volta l’uomo si accorgeva – profondamente e istintivamente – della fragilità e finitudine del suo pianeta», come dice in questa [intervista](#) il curatore e critico Marco Scotini.

La fase successiva consiste nella progettazione dei prototipi e modelli dei prodotti, avvalendosi qui di tutte le tecniche grafiche, pittoriche, digitali e “artigianali” in senso lato, per **poter visualizzare il pensiero progettuale**, e spesso riprogettando quanto ideato a partire dalle “risposte” che i materiali, le risorse umane, economiche e il tempo prospettano come **vincoli: sono spesso essi la molla e il motore della creatività**. Si impara a strutturare un preventivo delle spese ragionando sulle dimensioni, i quantitativi, le qualità dei materiali, il tempo di lavorazione, le variabili in gioco: quando matematica e scienze si ritrovano improvvisamente necessarie e interessanti.

La realizzazione è il momento in cui si sviluppano tutte le competenze professionali del proprio indirizzo, nel rapporto con i “maestri” (parola a cui non si addicono le virgolette ma che mettiamo per sottolineare la differenza essenziale dagli insegnanti comunemente intesi). L’idea fondamentale è quella della bottega dell’artigiano, in cui **l’apprendimento avviene più per rapporto personale, osservazione, sperimentazione, correzione e fiducia** che non per Unità Formative rigidamente sequenziali).

La fase di realizzazione è poi sempre accompagnata da una di comunicazione: il prodotto/servizio va presentato, raccontato, *significato*: **il linguaggio diventa argomentazione, racconto, descrizione, anche poesia**: e si può riscoprire come un cocktail si sposi con le parole

dell'*Infinito* leopardiano, o come la manifattura di un mobile abbia dentro la dignità del lavoro cantata da Péguy, o come un tessuto per arredamenti possa raccontare una storia come nei *dreamings* (mitologie dell'origine del mondo) degli aborigeni australiani, o che presso clienti stranieri occorran le competenze linguistiche di relazione interpersonale, o riscoprendo la potenza dell'uso della parola nei loghi e *claim* del marketing.

La fase della valutazione è poi di estrema importanza: si insegna e si impara a raccogliere *feedback*, a valutare con gli occhi del cliente, a redigere un consuntivo delle spese, e a riflettere autocriticamente sul piazzamento sul mercato del proprio processo-prodotto: che in alcuni casi non è solo acquistato dal cliente ma anche commercializzato da aziende come Bershka, esposto in vetrine di alto livello come Rinascente Milano, Salone del Mobile, mentre ai ragazzi è offerta la possibilità di stage in partnership con aziende di settore come Zara.





La riuscita del tentativo dipende da una serie di fattori simultanei che i docenti e i tutor stanno cercando di codificare attraverso i percorsi di alta formazione e dottorato di ricerca in collaborazione con Università di Bergamo e ADAPT, i cui contributi scientifici sono disponibili sul sito cometasearch.com.

Sicuramente ciò che fa la differenza è una **unità del corpo docente e dei tutor d'aula** (responsabili della parte educativa, dei rapporti con le aziende di stage e con le famiglie dei ragazzi, in un'ottica *taylor-made* di personalizzazione dei percorsi): tale unità e dialogo costante è l'elemento più consistente dal punto di vista pedagogico in quanto permette ai ragazzi di percepirsi realmente accompagnati e di *aver fiducia* nella propria crescita in forza **della unitarietà di proposta, di valori e di significato all'interno dei quali crescono**, evitando così lo "strattonamento" che spesso la differenziazione delle discipline, le varie personalità e le opposte visioni dei docenti realizzano, col risultato di confondere, esasperare e rendere scettici i ragazzi. I

problemi, come lo sono tutti i compiti reali – dal realizzare un menu a risolvere un’equazione a scoprire la propria vocazione professionale- non possono essere affrontati se non in presenza di **un’ipotesi positiva e unitaria, capace di illuminare e guidare la scoperta delle risposte alle domande che il lavoro, i rapporti, l’attualità e tutta la realtà pongono**. Occorre una **comunità educante** unita che sappia tenere conto della complessità della persona senza trattarla come entità astratta universale, perché questa persona sia poi in grado di rapportarsi alla complessità della società e darle il proprio contributo: «Se eliminiamo il fattore sociale dal bambino si resta solo con un’astrazione; se eliminiamo il fattore individuale dalla società si resta solo con una massa inerte e senza vita» (J. Dewey, *Il mio credo pedagogico*. *Antologia di scritti sull’educazione*, a cura di L. Borghi, La Nuova Italia, Firenze 1954, pp. 3-9)

Francesco Fornasieri

Scuola di dottorato in Formazione della persona e mercato del lavoro

Università degli Studi di Bergamo

 [@f_fornasieri](https://twitter.com/f_fornasieri)