

*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](mailto:selezione@adapt.it)*

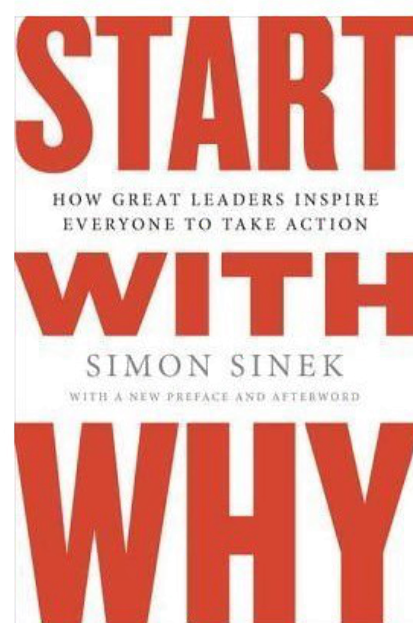
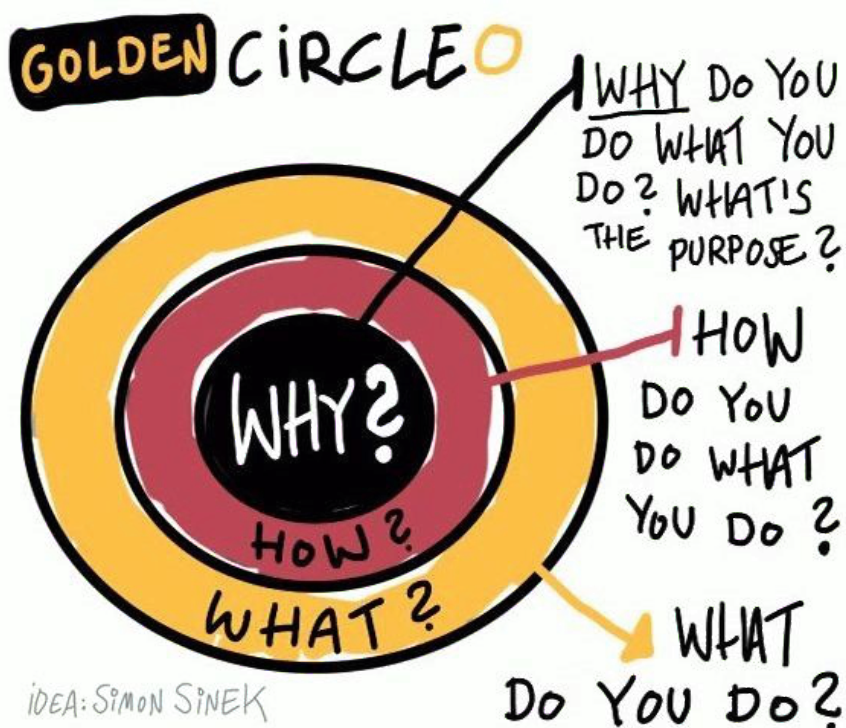
*Bollettino ADAPT 11 marzo 2019, n. 10*

**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, finanche 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](http://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