

**LETTERE DA CAMBRIDGE,
MASSACHUSETTS**

Più cultura scientifica per incentivare la ricerca

di **Marco Magnani**

È noto che l'Italia spenda poco in ricerca: circa 1,3% del pil contro una media dei paesi Ue dell'1,9%, Francia, Germania e Stati Uniti tra il 2-3%, i paesi Scandinavi oltre il 3%, il Giappone addirittura al 3,5%. Occorre investire di più. Perché la ricerca scientifica è alla base della cosiddetta innovazione "radicale", quella che crea discontinuità e consente alle economie avanzate di crescere nel lungo periodo.

Seppur rilevante, l'entità degli investimenti non è l'unico aspetto importante. Lo sono anche l'allocatione dei fondi e l'efficienza con cui sono utilizzati. Meritano attenzione anche il rapporto tra ricerca pubblica e privata, il grado di cooperazione tra università e impresa, la capacità di tradurre i risultati della ricerca in applicazioni tecniche innovative, il confronto tra la ricerca universitaria e quella condotta fuori dall'accademia.

Vi è poi un aspetto, spesso sottovalutato, ma per nulla secondario: la divulgazione della cultura tecnico scientifica. Se è importante investire di più e meglio in ricerca, lo è anche promuovere la diffusione della cultura scientifica, rivolgendosi soprattutto ai giovanissimi. La semina dell'investimento in ricerca darà frutti solo se troverà un terreno fertile. Lo sforzo va fatto nel momento in cui i giovani compiono le proprie scelte di studio, cioè la scuola secondaria. È a quell'età che maturano gli interessi, si sviluppano le passioni, le esperienze segnano profondamente le future scelte accademiche e professionali di un individuo.

L'impegno pubblico in questa direzione, con il progetto Piano Lauree Scientifiche del Miur, ha un budget limitato: poco più di 6 milioni di euro per il biennio. Andrebbe aumentato. Lo sforzo può tuttavia essere coadiuvato da interventi privati, perché l'obiettivo di divulgare la cultura scientifica nel paese risponde a un interesse di conoscenza e di crescita generale ma anche a quello specifico delle imprese.

Non vi è dubbio infatti che la formazio-

ne di capitale umano adeguato, per quantità e per qualità, sia elemento imprescindibile per la crescita dell'impresa. Non solo. Un'azienda che stimola curiosità scientifica contribuisce a sensibilizzare l'opinione pubblica all'importanza della ricerca, con possibili vantaggi sulla futura destinazione di risorse pubbliche, oltre che a formare cittadini più preparati e pronti a recepire i propri prodotti. Con possibili benefici sul lato della domanda.

La diffusione della cultura scientifica passa spesso attraverso il sostegno delle scuole superiori. Dal finanziamento dei laboratori per l'insegnamento delle scienze di base alla formazione degli insegnanti, dall'offerta di attività didattiche scuola-lavoro agli incentivi per aumentare il tasso di attrazione delle materie scientifiche. In quest'ottica, anche eventi altamente simbolici possono essere uno straordinario strumento per accendere le passioni dei giovani. Ne è prova la lezione che il Nobel per la Chimica Martin Karplus di Harvard University ha tenuto qualche mese fa alla Statale di Milano. Grazie all'intuizione di Michele Ceotto, professore di chimica e organizzatore dell'evento, la lecture è stata offerta a docenti, ricercatori e studenti universitari ma aperta anche ai giovani delle scuole superiori. La risposta in termini di partecipazione ha superato ogni attesa. Uno straordinario numero di giovani ha preso d'assalto l'aula magna come se ospitasse un concerto rock, confermando che in Italia c'è sete di cultura scientifica.

È indicativo il fatto che l'evento sia stato realizzato principalmente grazie al sostegno di un gruppo privato, Linea Energia. Una tale sponsorizzazione è spiegata dalla legittima ricerca di un ritorno d'immagine ma è anche frutto della consapevolezza che la diffusione della cultura tecnico-scientifica è un elemento strategico per la crescita e la competitività del paese e, di conseguenza, fattore fondamentale anche per il successo dell'impresa.

 @marcomagnani1

© RIPRODUZIONE RISERVATA

