



ATENE0

SAMSUNG INNOVATION CAMP

## LA PROVA

Sono stati presentati i due progetti selezionati tra quelli illustrati da 1.039 studenti e neo-laureati UniSalento

# Innovazione e imprese ecco gli universitari con le idee vincenti

● Sono stati presentati i gruppi di studenti dell'Università del Salento vincitori dell'edizione salentina del "Samsung Innovation camp", un'iniziativa sviluppata da Samsung Electronics Italia in collaborazione con Randstad per "accompagnare" gli studenti di una rete di università pubbliche italiane in un percorso formativo sull'innovazione. Due i progetti selezionati tra quelli presentati da 1.039 studenti e neo-laureati UniSalento, analizzati sulla base della qualità della proposta sviluppata in risposta a business case commissionati dalle aziende Hoist Finance e

Solar Fertigation System srl. Erano presenti, per l'Università del Salento, il prorettore vicario Domenico Fazio, i docenti Luana Rizzo (referente scientifica del progetto), Igor Agostini e Nadia Bray, e il capo Area Post Laurea Gianni Scognamillo; Anastasia Buda, Corporate Citizenship Manager di Samsung Electronics Italia; Vincenzo Spano, Head of People Italy, e Daniele Carlone, Group Communication Officer di Hoist Finance, oltre a Sergio Strazzella, CEO di SF System srl.

Il principale obiettivo di "Samsung Innovation Camp" ([www.innovation-camp.it](http://www.innovation-camp.it)) è stato quello di trasferire

agli studenti competenze complementari a quelle fornite nei percorsi accademici attraverso lo studio delle possibilità offerte dall'innovazione tecnologica e dalla digitalizzazione, grazie anche al contatto diretto con imprese del territorio.

I progetti vincitori sono il Project work per Hoist Finance a cura del gruppo "Tech'nCoffee": **Giovanna Colella, Sara Corpus, Maria Angela Fanciullo, Antonio Vergari** e il Project Work di Solar Fertigation System srl a cura del gruppo "Purple Cows": **Antonio Infante, Luciana Paladini, Esmeralda Palma, Pierpaolo Palma, Stefania Rizzo, Martino Scarcia.**



## LA PREMIAZIONE

La presentazione dei gruppi di studenti dell'Università del Salento vincitori dell'edizione salentina del "Samsung Innovation camp"





## UN PONTE TRA STUDENTI MONDO ACCADEMICO E AZIENDE

di NADIA BRAY\*

**P**roposti come tramite tra mondo accademico e aziende del territorio, il Progetto **Samsung Innovation Camp** ha permesso la sperimentazione di una collaborazione tra studenti dell'Ateneo salentino e imprese locali e di conoscere le potenzialità di lavori interdisciplinari volti a proporre soluzioni di innovazione e trasformazione digitale. Un'interdisciplinarietà dei saperi dove le discipline umanistiche sono non solo pienamente riconosciute, ma addirittura richiamate al loro compito precipuo e alla loro responsabilità. Un binomio, quello tra sapere umanistico e impresa, sempre più discusso, auspicabilmente sempre più solido e che suona quasi inedito. Un'esperienza concreta che sembra rispondere in modo propositivo alla lucida lezione proposta da Giovanni Solimine in Senza Sapere. Il costo dell'ignoranza in Italia (Laterza, 2014).

PROSEGUE A PAGINA VI >>

NADIA BRAY

# Ponte tra studenti e aziende

>> CONTINUA DALLA PRIMA

**R**ichiamo tre aspetti che servono per contestualizzarla e spiegano il severo titolo del libro. L'ignoranza. L'Italia, sostiene Solimine, è ignorante, non per mancanza di nozioni o titoli di studio (anche se, a dire il vero, in Italia abbiamo la metà dei laureati e un terzo in meno dei diplomati in confronto con altre nazioni europee o extra-europee paragonabili a noi). L'Italia è ignorante perché chiusa mentalmente, incapace di guardarsi intorno, relazionarsi con gli altri, individuare problemi, soluzioni. Senza sapere. Il problema del nostro tempo consiste nella disponibilità eccessiva di frammenti di sapere: sono frammenti di sapere le informazioni che desumiamo, innumerevoli e in tempi rapidissimi, sul web e sono frammenti di sapere le immagini, alle quali, sempre più che alla parola scritta, affidiamo la comunicazione, la pubblicità e sulle quali regoliamo la nostra empatia e le nostre scelte. Il costo. Il costo di questa frammentazione del sapere sta nell'illusione di avere risposte facili e a portata di mano e nella reale incapacità di leggere le situazioni complesse e gestirle. L'analisi di Solimine è pensata come sostegno per una proposta correttiva: sostenere le biblioteche, specializzare docenti della lettura, rendere la lettura appetibile. Perché la cultura e l'istruzione sono gli antidoti che permettono il passaggio dalla lettura frammentaria alla lettura complessa della realtà, con tutto il guadagno che ne consegue. Tornando a **Samsung** e al nesso tra sapere e impresa, il sapere umanistico qui dialoga con una delle più importanti aziende che veicolano il digitale. Si tratta esattamente della collaborazione tra quegli apparenti opposti che qui si possono conciliare. La

realtà, letta in modo complesso, dal filosofo, dal letterato, dall'umanista che collabora con l'ingegnere e, più in generale, con l'impresa avrebbe, almeno in linea teorica, ottime chances per essere una realtà a misura d'uomo, dove l'uomo inventa e produce per servire ai bisogni reali della società e del territorio e ne comunica in modo competente i significati e i valori. Resterebbe uno scoglio e **Samsung** ha mostrato di averlo esemplarmente superato assieme a un luogo comune cinico, miope e da sempre demotivante di cui subito si dirà: in generale si pensa che le imprese dialoghino poco o nulla con gli umanisti, con i filosofi. Qui innanzitutto è accaduto il contrario, perché **Samsung** proprio ai filosofi si è rivolto e dal corso di filosofia parte la promozione di questo bel progetto, successivamente sposato da tutto l'Ateneo. Non solo. **Samsung** ha saputo superare lo scoglio della diffidenza dell'umanista, il quale, non ancora ben consapevole del suo potenziale in azienda, dialoga malvolentieri con un sapere che gli sembra "venduto", per così dire, a fini diversi rispetto a quelli dell'umano che lui coltiva. Qui la strategia comunicativa è vincente. I numeri dei partecipanti lo attestano, quello dei presenti in sala, l'attenzione dei media, la qualità dei progetti studiati e valutati. L'impresa che spalanca le sue porte al reclutamento del sapere è infatti quel tanto che serve per rendere ai ragazzi il coraggio di immergersi in una visione che, mentre in Italia è futura, è già il presente se non la storia dei paesi.

(\*Vice presidente Corso di laurea in Filosofia  
Università del Salento)