

**L'intervento****Negli Stati Uniti vince il «nepotismo»  
Ma ecco perché funziona bene...**di **ILARIA CAPUA**

**N**egli Usa succedono cose da non credere. Si sfruttano i legami di parentela e il senso di appartenenza per generare competitività. Una competitività che da noi farebbe rabbrivire ma che qui è motivo di investimento e progettualità. Di crescita. Alcune università americane infatti, nel loro tentativo di scalare le classifiche dei ranking internazionali, si lanciano in campagne acquisti di figure di alte professionalità necessarie per implementare il proprio piano strategico. E fin qui — si tratta di un meccanismo simile alle nostre chiamate a “chiara fama”, attraverso le quali un ateneo può dotarsi di professionalità specifiche — senza bandire concorsi o selezioni. Come parrebbe logico in un mondo competitivo. Un po' come fanno le squadre di calcio che pescano nel mercato davvero globale. Gli americani hanno capito che questa è una mossa vincente ma che a volte può non realizzarsi perché l'alta professionalità oggetto dei loro appetiti accademici potrebbe avere un partner, anch'egli

con un'alta professionalità, che non vuole abbandonare il proprio impegno lavorativo per andare a fare il **trailing spouse** — letteralmente lo “sposo al traino” — ovvero la metà della coppia che deve ripiegare su un impegno professionale meno gratificante e remunerativo — oppure sullo stare a casa in attesa che accada qualcosa. Ecco che, per ovviare a questa difficoltà, nel pacchetto per reclutare l'alta professionalità di cui sopra, si offre anche una position per il partner — **avendo ben presente che un'alta professionalità raramente si accompagna con un partner inetto**. Si valuta il curriculum del partner e si propone la sua figura professionale alle altre realtà all'interno dell'ateneo. Se il partner ha un curriculum solido, e vi è interesse a reclutarlo, l'offerta diventa per due. In Italia si griderebbe allo scandalo concettuale prima che morale e sostanziale. Noi possiamo anche far finta di reclutare alte professionalità con un pacchetto compatibile con l'equilibrio di una famiglia non sia una modalità accettabile e, comunque, non

percorribile. Rinunciamo anche solo a prenderlo in considerazione, pagandone però le conseguenze. E così mi viene da lanciare una idea al volo: in Italia, gli atenei di una città o di un territorio si potrebbero anche consorzare per assorbire e integrare eventuali partner-dei-chiara-fama. Ci guadagnerebbe anche il ranking delle università italiane in questo colloquio virtuoso. Argento vivo. Ho partecipato ad una festa bellissima. Sì, all'americana. Ogni anno l'Università della Florida organizza il Grand Guard, una celebrazione per i 50 anni di laurea. Quest'anno sono stati invitati a far parte della Grand Guard Society, l'associazione degli “over 50”, i laureati del 1967. C'erano anche soci laureati negli anni precedenti. Si è respirato rispetto per il passato e per i coetanei che non ci sono più. Rispetto per la bandiera e per i veterani. Ma anche incontri e appartenenza. Dopo le visite nei rispettivi College, un paio di sessioni plenarie, una dedicata ai ricordi dei tempi andati e la successiva su un nuovo progetto di sviluppo dell'Università, per tenere gli



**Ilaria Capua**  
Virologa e politica italiana, è nata a Roma nel 1966, nota soprattutto per i suoi studi sui virus influenzali, in particolare sull'influenza aviaria

alumni informati e nel giro. La sera, cena con consegna di diploma e medaglia con tonaca dagli improbabili colori dei “gators” — mascotte alligatoresca arancio-bluette e serata danzante con musica degli anni sessanta. Come erano felici, e lo dico sul serio, senza ironia. Questa bella festa è frutto di lavoro di un team dedicato, in realtà è un'operazione di marketing ma che riconosce e rafforza i valori dell'appartenenza. La alumni association ha raccolto circa otto milioni di dollari dai laureati del '67, di cui circa un milione soltanto dai presenti, tax free. Magari le donazioni degli alumni andranno a finanziare le dual career opportunities di cui sopra? Questo non lo so. Ma mi è chiaro il messaggio: cerchiamo di essere più competitivi cercando soluzioni sostenibili per le famiglie e rafforziamo il senso di appartenenza anche per permettere agli alumni di sostenere la loro Alma mater. Sfruttando la forza dei valori e acquisendo flessibilità, economica e di pensiero. Non risolve tutto, ma ha il suo perché.