

Ricerca Campus Orienta e La Sapienza sulle aspirazioni e le incertezze degli studenti

# L'università? La metà è indecisa

## Il 45% dei diplomandi non sa quale percorso scegliere

DI EMANUELA MICUCCI

«L'orientamento è visto spesso dalle università come uno strumento di marketing per accaparrarsi gli studenti migliori». Così, **Francesco Frati**, membro della giunta della Conferenza dei rettori, commenta la grande incertezza degli studenti alle prese con la scelta di iscriversi o meno all'università emersa dalla ricerca "Teen's Voice: miti e valori dei giovani tra scuola, società e lavoro", realizzata da Campus Orienta e dall'università La Sapienza di Roma e presentata giovedì in Senato. Condotta tra 2.041 studenti degli ultimi due anni delle scuole superiori che hanno partecipato lo scorso anno scolastico ai Saloni dello Studente di Campus Orienta, manifestazione per l'orientamento post-scolastico organizzata da 25 anni da Class Editori in tutta Italia, la ricerca registra che il 22% degli stu-

denti 17-20enni intervistati è indeciso se proseguire negli studi all'università dopo la maturità e ben il 45% non risponde alla domanda su quale percorso universitario intenda scegliere. Non solo. L'88% di quelli che, al contrario, indicano una facoltà sceglie studi solitamente presenti nell'offerta formativa degli atenei italiani. Mentre il rimanente 12% percorsi non del tutto riconducibili all'università, come le accademie militari e di pubblica sicurezza (1,4%), le accademie di arte (0,9%) e moda (1%) e grafica e desing.

**Colpa anche dell'orientamento** praticato a scuola «non come orientamento per l'attitudine, ma per i rendimenti», aggiunge **Mila Spicola** del Miur. Un tema su cui interviene la riforma La Buona Scuola, stabilendo che il dirigente scolastico, di concerto con gli organi collegiali, può individuare iniziative dirette all'orientamento degli studenti, anche utilizzando finanziamenti esterni e affi-

dandone il coordinamento ai docenti dell'organico dell'autonomia. Un'opportunità è fornita anche in questo anno scolastico dal Salone dello Studente che, annuncia **Domenico Ioppolo** di Campus Editori, «si arricchirà di due nuove tappe, avrà iniziative dedicate ai docenti. Stiamo lavorando anche a un Forum nazionale dell'education, una 3 giorni dedicata alla scuola». All'università, poi, la "generazione maturità" non chiede di essere inserita nel mondo del lavoro, ma di sviluppare interessi, competenze, conoscenze. Segue l'orientamento di chi si aspetta che gli studi universitari consentano loro di inserirsi tra quelli che contano, ottenere prestigio sociale e un lavoro ben retribuito, competizione. I giovani, dunque, si attendono dall'università soprattutto un'esperienza formativa qualificata più che un percorso professionalizzante. «Spesso l'università viene

criticata per la sua mancanza di interazione con l'attuale mondo del lavoro», osserva **Pietro Lucisano**, docente di pedagogia sperimentale alla Sapienza, curatore della ricerca. Tuttavia, i ragazzi all'università vogliono «allargare i loro orizzonti, imparare e scoprirsi attraverso un percorso che li fa crescere come persone. Se questo avvenisse, darebbe ai ragazzi i mezzi per pensare loro stessi un mondo del lavoro adatto alle loro competenze e conoscenze». Allora, «il dilemma tra costruire un'università più mirata alle aspirazioni degli studenti o che professionalizza si potrebbe risolvere sostituendo alla professionalizzazione le competenze trasversali», propone Frati. L'89% dei ragazzi, infine, vorrebbe un lavoro che gli offra crescita personale e che sia utile, il 60% che dia stabilità e benessere, il 35% che sia un trampolino di lancio per aver potere e ricchezza.

© Riproduzione riservata

