



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI**

**Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali**  
Direttore: Prof. Mariano Porcu



## **L'ORIENTAMENTO IN PANDEMIA.**

### **REPORT SULLE INTERVISTE AI RESPONSABILI E ALLE RESPONSABILI DELL'ORIENTAMENTO UNIVERSITARIO**

A CURA DI CIRO CANGIANO

## PREMESSA E OBIETTIVI

Questo *report* si basa sulla raccolta e l'analisi di 17 interviste in profondità, condotte da remoto tra novembre 2021 e febbraio 2022, che hanno visto la partecipazione di altrettanti atenei statali di grandi dimensioni (da 20 mila a 40 mila iscritti.e), catalogati in base alla classifica Censis 2021-2022<sup>1</sup> (Tab. 1). Non rientrano in questa indagine l'Università della Calabria e l'Università Roma Tre, che – pur essendo comprese nel *target* di riferimento – hanno espressamente rifiutato l'invito a prenderne parte.

Tab. 1: Atenei che hanno partecipato all'indagine

Atenei	Data dell'intervista	Durata dell'intervista
Perugia	03.12.2021	1 ora e 30 minuti
Salerno	07.02.2022	56 minuti
Pavia	06.12.2021	51 minuti
Venezia Cà Foscari	20.01.2022	1 ora e 18 minuti
Parma	21.12.2021	1 ora e 11 minuti
Milano Bicocca	12.12.2021	58 minuti
Cagliari	04.01.2022	1 ora e 3 minuti
Modena e Reggio Emilia	29.11.2021	58 minuti
Verona	14.12.2021	1 ora
Roma Tor Vergata	09.12.2021	1 ora e 15 minuti
Genova	13.12.2021	1 ora e 5 minuti
Ferrara	30.11.2021	44 minuti
Bergamo	27.12.2021	1 ora e 20 minuti
Campania Vanvitelli	02.02.2022	1 ora e 15 minuti
Catania	19.01.2022	1 ora e 8 minuti
Chieti e Pescara	21.12.2021	53 minuti
Messina	22.02.2022	1 ora

Come si può evincere dalla Tab.1, le interviste hanno una durata media di 1 ora e 5 minuti, con un minimo di 44 minuti (Ferrara) e un massimo di 1 ora e 30 minuti (Perugia). Esse, nel complesso, hanno coinvolto 26 persone: 5 delegati.e all'orientamento e 21 unità di personale tecnico-amministrativo che si occupa a vario titolo di orientamento in entrata (caposettori, capuffici, referenti di settore, coordinatori.rici di direzione e operatori.rici). La traccia di intervista, articolata in 11 domande, ha garantito una certa elasticità al colloquio, in quanto è stata realizzata in modo da poter seguire il racconto degli intervistati e da poter cogliere le specificità dei singoli atenei (Appendice).

<sup>1</sup> Classifica Censis delle università italiane 2021-2022: [www.censis.it/formazione/la-classifica-censis-delle-universita%C3%A0-italiane-edizione-20212022](http://www.censis.it/formazione/la-classifica-censis-delle-universita%C3%A0-italiane-edizione-20212022).

L'obiettivo dell'indagine qualitativa che viene presentata è stato quello di comprendere come si è trasformato l'orientamento universitario, che tipo di equilibrio si è instaurato all'interno degli atenei tra le attività di orientamento e le attività di comunicazione e come sono cambiati i rapporti tra le università e le istituzioni scolastiche nel periodo di emergenza sanitaria legato alla diffusione del Covid-19. Il propagarsi del Coronavirus e le fasi di *lockdown* che il nostro Paese ha vissuto, infatti, hanno costretto gli atenei italiani a rimodulare pratiche e procedure connesse all'orientamento, e hanno presumibilmente innescato processi di trasformazione che negli anni a venire contribuiranno a cambiare il volto del mondo accademico.

Da una prima analisi orizzontale delle interviste raccolte sono emerse 7 aree tematiche di particolare interesse verso le quali indirizzate il successivo lavoro di approfondimento: l'assetto dell'orientamento universitario; orientamento e rivoluzione digitale; il rapporto tra l'orientamento e la comunicazione; l'orientamento tra pratiche pedagogiche e pratiche promozionali; orientamento e mercato dell'istruzione terziaria; orientamento e pubblico universitario; il profilo degli orientatori universitari.

## 1. L'ASSETTO DELL'ORIENTAMENTO UNIVERSITARIO

L'analisi del materiale empirico mostra che la quasi totalità degli atenei esaminati ha messo in piedi una struttura relativa all'orientamento che permette di far dialogare e collaborare agevolmente gli uffici dell'amministrazione centrale con le strutture dipartimentali. Difatti, nella stragrande maggioranza dei casi il coordinamento delle attività di orientamento è affidato a un delegato del Rettore, che coopera con i docenti dei singoli dipartimenti ai quali viene affidato il ruolo di referente per l'orientamento<sup>2</sup>. Come emerge in molte delle testimonianze raccolte:

«dal punto di vista diciamo della cinghia di trasmissione, appunto esiste una Commissione orientamento di ateneo, per cui ogni dipartimento esprime un Delegato, che riporta al Prorettore e alla Delegata all'orientamento, e che si riunisce con cadenza variabile... comunque generalmente ogni mese, ogni due mesi, dipende anche dal periodo dell'anno. [...] Per cui appunto questo garantisce il coordinamento delle iniziative. Le iniziative sono comunque tutte progettate e concordate a livello centrale. Quindi anche se un dipartimento decidesse di fare un *open day* di dipartimento, questa cosa è una cosa che comunque viene concordata con gli uffici centrali, sia come calendario – e quindi come collocazione temporale e modalità – e anche perché viene sempre richiesto il supporto comunque amministrativo, dell'amministrazione centrale» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Nord];

«allora, ogni... diciamo così, ogni dipartimento al proprio interno ha un Delegato del Direttore del dipartimento all'orientamento, che è il nostro interlocutore per coordinare e concordare tutte le attività di orientamento che il dipartimento svolge o che

---

<sup>2</sup> In alcuni atenei analizzati c'è un solo delegato del Rettore che si occupa di tutto ciò che riguarda l'orientamento, mentre in altri ci sono tre diversi delegati: uno per l'orientamento in ingresso, uno per l'orientamento in itinere e uno per l'orientamento in uscita.

l'amministrazione centrale organizza: gli *open day*, le giornate di orientamento informativo, sia in presenza che telematiche... cioè il professore delegato all'orientamento del dipartimento è il nostro... fa parte diciamo così della cabina di regia, abbiamo 18 dipartimenti e dunque 18 Delegati» [uomo, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Sud];

«ci sono i singoli dipartimenti che hanno al loro interno Delegati all'orientamento per corsi di studio oppure per diciamo dipartimento nel suo complesso, con i quali ovviamente noi interagiamo e dialoghiamo per la definizione delle iniziative, che sono sia iniziative appunto di carattere generale, come per esempio quelle di presentazione dell'offerta formativa, e poi più nello specifico altre attività che diciamo andiamo a definire via via» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Sud].

Tuttavia, non mancano degli atenei in cui quest'assetto dell'orientamento – che vede coinvolti in prima linea il delegato a del Rettore, rice e i referenti dipartimentali – genera qualche difficoltà, in quanto si viene a creare un netto «scollamento» tra gli uffici centrali e le strutture periferiche, che finiscono per pianificare, organizzare e gestire le attività in maniera del tutto autonoma. La mancanza di sinergia tra centro e periferia delle università e le criticità che questa trascina con sé si intravedono chiaramente nelle parole di alcuni intervistati:

«allora, guardi... devo rispondere con sincerità?! [...] Allora i rapporti sono ancora in una, in uno status di... definiamo bene chi siamo e cosa vogliamo, nel senso che si cerca di centralizzare l'attività di orientamento attraverso... oggi, fino ad oggi un evento che coinvolge tutti e che si chiama, come in tutti gli atenei, *open day*, eccetera, eccetera. [...] Però c'è anche da dire che i dipartimenti, in base all'autonomia di cui godono e che si pigliano tutta al 100%, non disdegnano di adottare iniziative del tutto autonome, e quindi un po' anche scollate se possiamo dire, e quindi in genere ci dobbiamo un po'... come dire barcamenare, perché spesso ci capita di saperle, di venire a sapere che ci sono attività di orientamento presso i dipartimenti ma senza una ufficializzazione che riguardi l'intero ateneo. Quindi, su questa strada stiamo cercando di migliorare con il massimo coinvolgimento dei referenti per far sì che si formi sempre più questa idea della unitarietà delle attività di orientamento» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Centro];

«poi dal punto di vista... come dire, pratico e amministrativo c'è questo ufficio dell'amministrazione centrale, e poi comunque ogni dipartimento nella loro autonomia fanno comunque tante attività molto più onestamente per l'orientamento in entrata rispetto a quello che è l'orientamento in uscita, però diciamo nella loro autonomia fanno le loro attività. Noi cerchiamo di fare un po' da coordinamento, però più che altro per le attività che riusciamo ad organizzare noi, e quindi coordiniamo quelle a livello di ateneo e cerchiamo l'interfacciamento con i vari dipartimenti, perché poi ogni dipartimento ha un proprio Delegato, un docente delegato. E quindi in questo senso noi cerchiamo di fare azioni di coordinamento, però diciamo i dipartimenti nella loro autonomia ci informano purtroppo spesso... è tutto anonimo vero, purtroppo spesso neanche puntualmente delle loro attività. Diciamo che spesso le veniamo a sapere quando sono già concluse» [uomo, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Sud].

Un solo ateneo tra quelli presi in analisi presenta un'architettura dell'orientamento piuttosto diversa, che non prevede alcun canale di scambio stabile tra centro e periferia. Il coordinamento, infatti, è assegnato a un referente per l'orientamento, che non è un delegato a del. la Rettore. rice e che dunque non ha un vero e proprio ruolo istituzionale, mentre i dipartimenti, dal canto loro, non hanno ancora individuato dei docenti che si occupano in modo mirato di orientamento. Emblematiche, a riguardo, risultano le parole delle due intervistate che hanno preso parte alla ricerca per conto dell'ateneo:

«questo [il rapporto tra l'ateneo e i dipartimenti nella gestione dell'orientamento] è un po' più complesso. Il referente ha in programma di istituire una Commissione di delegati, uno per ogni dipartimento, però con il Covid diciamo che questa cosa si è un attimo interrotta, è stato creato un Comitato per l'inclusione, però per l'orientamento è in fase di costruzione. Attualmente non c'è questo coordinamento ecco, è assolutamente proprio una cosa che manca» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Nord];

«e comunque su questo ci stiamo, ci stanno assolutamente lavorando, perché riteniamo che sia appunto una cosa mancante e molto importante. Come coinvolgiamo i dipartimenti... allora, in alcune attività vengono coinvolti i docenti, come per esempio nell'*open week*, negli *open day* e nella presentazione dei vari corsi di laurea, e sempre tramite il referente nostro all'orientamento vengono invitati i docenti referenti per il loro corso di laurea a partecipare insomma a queste iniziative, che si svolgono almeno due volte all'anno. Insomma, però... ecco, diciamo che il contatto parte da noi» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Nord].

## 2. ORIENTAMENTO E RIVOLUZIONE DIGITALE

Rispetto all'impatto dell'emergenza sanitaria da Covid-19 sul mondo accademico, e in particolare alla spinta che essa ha dato alla digitalizzazione dei processi e delle pratiche, a detta degli intervistati in tutti gli atenei considerati c'è l'intenzione di portare avanti un modello di orientamento misto, in cui coesistono attività in presenza e attività a distanza. In effetti, le testimonianze raccolte restituiscono un quadro di profonda trasformazione dell'orientamento universitario, in cui il ricorso al digitale diventa ineludibile:

«le iniziative diciamo dell'anno accademico 21-22 saranno miste, per cui una parte online e una parte in presenza, però a seconda del periodo dell'anno le percentuali dell'online e della presenza cambieranno. Per cui ovviamente le prime cose che faremo in gennaio saranno prevalentemente online con un piccolo gruppo in presenza, e poi nel corso dell'anno pensiamo che il bilanciamento online-offline sarà differente a seconda del momento storico, del momento e delle condizioni epidemiologiche, e credo che questo poi diciamo sarà un po' il modello che noi porteremo avanti. [...] Però ecco... [la pandemia] è stata un'occasione di riflessione, cioè un momento per pensare a qualcosa di nuovo che non è mai stato fatto, e che probabilmente non sarebbe stato possibile [...]. Questa è stata un'occasione di riflessione, un'occasione appunto di innovare, di innovazione ecco» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Nord];

«diventa impensabile sottrarre un qualcosa a livello... ora siamo aperti al territorio nazionale, e quindi è sottrarre un qualcosa che le scuole poi stanno valutando in maniera estremamente positiva. Probabilmente si potrà ipotizzare una modalità duale, però di fatto l'online non lo puoi più togliere... torna utile a tutti, scuole e università, proprio per aprirsi al territorio in maniera più completa» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Nord];

«abbiamo trasformato la didattica in modalità online, e così abbiamo trasformato tutte le attività di orientamento. E ti dirò che è stato... allora diciamo che c'è una differenza sostanziale, una differenza di numerosità ok, cioè tu online riesci ad acciappare molti più studenti, ok. E poi c'è anche una considerazione da fare, a fronte di questo... a fronte di questo grosso numero, la qualità dell'attività che tipo di... cioè è efficiente un'attività del genere?! Quello lo puoi vedere con quanto riesci ad immatricolare, da lì lo vedi, e di fatto noi nell'anno della pandemia abbiamo avuto più immatricolati, più iscritti al primo anno. Quindi significa che abbiamo fatto, abbiamo fatto proprio... siccome riesci ad arrivare ovunque, cioè con l'online riesci veramente ad attirare molto, e quindi probabilmente noi abbiamo fatto un'attività a tappeto, cosa che probabilmente non avremmo potuto fare in presenza, perché non saremmo stati, cioè non saremmo potuti essere ovunque... cioè con la rete tu sei ovunque» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Centro];

«[manterrete delle attività di orientamento online?] sì, sicuramente per le scuole più periferiche... dove magari ci sono 100 km di distanza, mal collegati, perché poi la rete ferroviaria è quella che è, e quindi diciamo sarebbe un viaggio per i ragazzi, allora in quel caso penso che manterremo l'online. Del resto, la tecnologia se usata in modo corretto non è un male, se è l'unico modo può essere un problema, ma se ci supporta va benissimo» [donna, delegata all'orientamento, ateneo del Sud].

Se da una parte tutti gli intervistati ritengono che l'impiego della modalità a distanza sia utile e che un modello di orientamento misto dia la possibilità di raggiungere una più ampia platea studentesca, dall'altra alcuni di essi esprimono forti preoccupazioni rispetto al fatto che con il passaggio al digitale l'esperienza accademica possa ridursi alla mera conquista di un titolo di studio e sottolineano l'importanza di vivere appieno l'università e i suoi luoghi. Ciò appare evidente in alcuni stralci di interviste:

«ora si cercherà sempre più di ritornare in presenza no... ovviamente dico io, perché la vita universitaria deve essere vissuta, è un capitolo della nostra vita che non dimenticheremo mai, nel bene e nel male, proprio per quello che è diciamo il vissuto dell'università. Diciamo così, il quid telematico deve essere un quid in più, ma non certo un quid in meno o un pezzo della presenza. Per cui sicuramente la pandemia... cioè le riflessioni sulla pandemia e su quando usciremo dalla pandemia come ci comporteremo... sicuramente si farà tesoro di tutto ciò che è stata la possibilità... per esempio, le posso dire che organizzare l'orientamento a distanza agevola tantissimo, perché aiuta diciamo a rendere più... numericamente maggiori le attività presso le scuole. Fermo restando che se parliamo di attività laboratoriali [...] la presenza è essenziale, perché là ci vuole proprio... si lavora su piccoli numeri, si lavora in un contesto classe, non è una cosa che si può fare in via telematica» [uomo, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Sud];

«l'università non deve essere un esame, e quindi non si deve preoccupare solo di garantire la lezione, l'esame e la discussione della tesi... l'università è un'esperienza

di formazione dell'individuo, per cui questo è importante. Adesso facciamo forse un po' fatica al contrario no, cioè a riportare gli studenti nelle aule, perché vengono da un'esperienza di anche... forse di DAD nella scuola, e per certi versi il fatto di rimanere a casa è un po' più comodo perché abbatta i tempi, però fa perdere quella che è veramente la dimensione universitaria. Quindi anche adesso, in questo momento un po' difficile, noi cerchiamo diciamo di tenere aperti i due canali perché anche la presenza in qualche maniera sia valorizzata» [donna, delegata all'orientamento, ateneo del Nord].

### **3. IL RAPPORTO TRA L'ORIENTAMENTO E LA COMUNICAZIONE**

Oltre alla digitalizzazione, un altro processo che ha conosciuto una forte accelerazione con il protrarsi dell'emergenza sanitaria è l'ibridazione tra l'orientamento e la comunicazione nelle istituzioni accademiche. Infatti, se è vero che tradizionalmente l'orientamento universitario si suddivide in orientamento formativo e orientamento informativo, è vero anche che nel periodo di crisi pandemica – venendo meno la possibilità di realizzare attività di tipo formativo, che richiedono un'interazione e uno scambio difficilmente replicabili a distanza – l'orientamento si è concretizzato perlopiù in attività di tipo informativo, che per loro natura sono prossime all'ambito della comunicazione. A riguardo, l'analisi del materiale empirico mostra una polarizzazione. Al primo polo si ritrovano quegli atenei in cui l'orientamento e la comunicazione restano abbastanza distinti:

«l'orientamento per come lo intendo io non dovrebbe... noi non facciamo marketing, cioè non, non vendiamo le nostre lauree, semplicemente noi aiutiamo gli studenti a chiarire i propri dubbi. [...] Ovvio che anche noi abbiamo la nostra campagna immatricolazioni, che però viene curata dall'ufficio comunicazione. Noi diciamo che in alcuni casi non veniamo neanche coinvolti nella strategia di comunicazione o di pubblicità dell'ateneo, e questo diciamo proprio perché poi abbiamo due ruoli completamente diversi. Se da un lato vogliono promuovere quella che è l'offerta formativa, dall'altro noi invece cerchiamo di individuare studenti che non abbandonino gli studi e che facciano una scelta il più possibile consapevole» [uomo, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Nord];

«cioè è chiaro che se noi creiamo... diciamo noi siamo, tra virgolette, gli organizzatori degli eventi, ma senza una buona comunicazione o comunque senza utilizzare gli strumenti della comunicazione, che io oggettivamente non conosco, nel senso che... ci teniamo molto in questo senso in ateneo a percepire la comunicazione come una professionalità complessa, cioè nel senso che ci vogliono persone che fanno questo tipo di lavoro, e non vale fare un post, cioè bisogna avere delle tecniche di comunicazione. Essere... arrivare ai ragazzi, soprattutto in questa fase storica, e soprattutto durante la pandemia... diciamo che le politiche di comunicazione sono fondamentali, non importanti. [...] Cioè nel senso che noi creiamo un contenuto, ma poi veicolare l'informazione in maniera giusta rende diciamo quell'evento particolarmente attrattivo, e con questo non vuol dire assolutamente che aumenta di qualità, però una comunicazione efficace ha i suoi risultati» [uomo, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Centro].

Al secondo polo, invece, si ritrovano quegli atenei in cui il confine tra le attività di orientamento e le attività di comunicazione è divenuto molto labile:

«tutto quello che è promozione all'esterno noi ci appoggiamo all'ufficio comunicazione, e quindi ci coordiniamo con loro per le... per i comunicati stampa, per le campagne *social*, quando partire, come uscire, i contenuti... e quindi è ovvio che la comunicazione, cioè il contatto e la collaborazione è stretta con l'ufficio comunicazione proprio per il tipo di attività, perché alla fine l'orientamento... sì, ci sono le attività di orientamento vere e proprie, però poi molto spesso l'orientamento è anche un po' di... è anche marketing [...]. Quindi tutte le iniziative che facevamo le registravamo, le pubblicavamo sul sito... e poi sono stati realizzati per tutti i dipartimenti dei video di presentazione, cioè sempre con la loro collaborazione. Comunque, era una cosa fatta proprio a quattro mani, in sostanza» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Nord];

«l'ufficio comunicazione fa... diciamo lavoriamo sempre con l'ufficio comunicazione, come se fossimo un unico ufficio diciamo la verità, seguiamo le loro direttive, loro le loro competenze e noi le nostre, le nostre più organizzative però... è un unico ufficio» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Sud].

#### **4. L'ORIENTAMENTO TRA PRATICHE PEDAGOGICHE E PRATICHE PROMOZIONALI**

Come si è detto, l'orientamento universitario segue tradizionalmente due direttrici: una formativa (o meglio, pedagogica) e una informativa (o meglio, promozionale). Tuttavia, al di là dell'emergenza pandemica e degli effetti che essa ha avuto sul mondo accademico, dal materiale empirico sembra emergere con forza la consapevolezza che l'orientamento sta cambiando e che la dimensione pedagogica sta perdendo rilevanza, a vantaggio di una poderosa spinta verso il marketing. Di fronte a questo cambiamento alcuni intervistati pongono l'accento in maniera critica sulle attuali politiche universitarie, mentre altri guardano con malinconia al passato, ai tempi in cui era possibile fare un «vero orientamento»:

«io quando parlo con i docenti, ma anche con qualcuno amministrativo, e quindi veramente lo spirito dell'ateneo, dell'ente pubblico nella sua funzione di ente pubblico, di istruzione, di servizio al cittadino, vorrei personalmente che [lo scopo dell'orientamento universitario] fosse esclusivamente pedagogico, ma ci rendiamo conto che in realtà non è così. Ci rendiamo conto che... cioè non ci dovrebbe essere concorrenza tra gli atenei, ma alla fine gli atenei si fanno concorrenza, cercano non dico di rubarsi però cercano di portare quanti più iscritti, e quindi diciamo per forza di cose diventa anche promozionale. [...] Il discorso però è veramente strano, perché lo Stato non dovrebbe creare competizione tra gli atenei. In un mondo ideale non dovrebbe esistere concorrenza tra gli atenei e invece esiste, e quindi diventa per forza di cose anche promozionale, anche perché se poi lo Stato dà i fondi per far sopravvivere, per far funzionare bene le cose eccetera in base al numero degli iscritti e tutto il resto, e allora diventa per forza concorrenza, e quindi pure per forza la promozione» [uomo, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Sud];

«dovremmo fare un lungo discorso, sicuramente *in primis* è un discorso promozionale, diciamo che... lei saprà, gli atenei cercano di fagocitare quanti più iscritti

possibili, alla fine sono loro che... a parte, voglio dire, a parte i finanziamenti ministeriali, che sono un pochettino sempre stitici, è chiaro che avere tanti studenti significa anche introitare parecchie contribuzioni» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Centro];

«all'alba dei tempi noi facevamo attività alle scuole medie, parlavamo di orientamento nelle scuole medie, ma non orientamento universitario, parlavamo di orientamento, di scelta consapevole, i ragazzi già nel passaggio dalla scuola media alla scuola superiore... lì è il grosso problema» [uomo, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Sud];

«[in passato] abbiamo creato dei corsi per i docenti delle scuole, per orientare gli orientatori, poi seminari a cui hanno partecipato delle illustri personalità, abbiamo tenuto dei corsi presso i dipartimenti per orientare sul mondo del lavoro, abbiamo... abbiamo fatto tantissime iniziative, proprio *il vero orientamento*. Io sono rimasta... ora io a giugno andrò in pensione, e quindi spero che comunque possano... diciamo spero di poter partecipare a nuovi bandi e a nuovi progetti, perché l'orientamento va seguito, va curato, va aggiornato, va... è una delle cose, è uno degli aspetti più belli per noi che lavoriamo presso l'università» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Sud].

## 5. ORIENTAMENTO E MERCATO DELL'ISTRUZIONE TERZIARIA

La trasformazione in termini di mercato del sistema di istruzione terziaria è già stata messa in evidenza dalla letteratura sociologica italiana<sup>3</sup>. In questo senso, è stato rilevato che gli atenei del Nord – considerando il Mezzogiorno come un possibile bacino da cui attrarre nuovi.e iscritti.e – sono costantemente presenti agli eventi di orientamento organizzati nelle regioni meridionali, mentre gli atenei del Sud ripiegano esclusivamente sul loro mercato regionale. Tuttavia, le interviste raccolte sembrano suggerire che le università del Sud stanno progressivamente uscendo dal mercato della propria regione e iniziano a farsi concorrenza tra loro:

«noi ultimamente stiamo cercando di fare tutto il Centro-Sud. Quindi Lazio, Umbria, Puglia... vabbè poi la Campania non la nomina neanche, Calabria e Basilicata... oddio, in Basilicata la fiera proprio no, perché non organizzano proprio la fiera, diciamo ci sono quegli interventi nelle scuole in Basilicata, invece... e anche in Umbria. Quindi in Umbria e Basilicata interventi nelle scuole, invece Lazio, Campania, Puglia e Calabria manifestazioni... proprio fiere. Se non ci fosse stata la pandemia saremmo andati anche nelle Marche e in Sicilia. E abbiamo partecipato anche a una manifestazione in Sardegna, in una scuola» [uomo, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Sud];

«[nel nostro bacino di utenza rientra anche] tutta la costiera sorrentina... sono un paio di anni che abbiamo molte richieste da quella zona. È chiaro poi tutto l'avellinese, l'alto avellinese, il Matese, la Puglia, la Basilicata. Anche poi la parte Nord della Calabria, la provincia diciamo di Cosenza, perché comunque rientra

---

<sup>3</sup> Il riferimento è a Barone *et al.*, 2009 e a Pitzalis & Porcu, 2015.

stranamente nel nostro bacino... abbiamo un bacino molto, molto ampio» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Sud];

«ci sono stati due, anzi tre eventi in Sicilia organizzati tra ottobre e novembre 20-21. Per esempio, uno a marzo per cui... tendenzialmente sono quattro eventi che organizzano soggetti esterni in Sicilia, e poi c'era... abbiamo partecipato a un evento in Calabria, perché il nostro bacino diciamo così è un po' questo» [uomo, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Sud];

«[a quali fiere avete partecipato?] noi abbiamo partecipato al Sud: Palermo, Catania e Reggio Calabria. Però abbiamo partecipato anche agli *open day* di alcuni istituti calabresi, di alcune scuole calabresi che ci invitavano, organizzavano degli *open day* e ci invitavano» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Sud].

## 6. ORIENTAMENTO E PUBBLICO UNIVERSITARIO

Spostando lo sguardo sul pubblico universitario, tutti gli atenei presi in esame rilevano l'emergere di un nuovo e importante attore: la famiglia. A detta degli intervistati, infatti, negli ultimi anni i genitori hanno manifestato l'esigenza di conoscere un'università che è profondamente cambiata e il desiderio di sostenere i le figli.e nelle loro scelte formative, fino ad essere massicciamente presenti agli eventi di orientamento. Gli atenei del Centro e del Sud subiscono passivamente l'emergere di questo nuovo attore, mentre gli atenei del Nord propongono attività specificamente dedicate ai genitori, in modo da aumentare la loro attrattività. Esplicativi, a riguardo, risultano alcuni stralci di interviste ai.alle responsabili dell'orientamento delle università settentrionali:

«abbiamo cercato di assecondare questa esigenza dei genitori andando innanzitutto ad agganciare i genitori nell'*open day* delle classi quarte [...] E lì dentro abbiamo organizzato anche fin dal 2016 un'attività per i genitori. Per cui quando erano in presenza sostanzialmente c'era un momento in plenaria, in cui nella nostra aula magna davamo un'accoglienza a tutti e iniziavamo un po' a introdurre dei concetti legati al processo di scelta, alle modalità e alle variabili che bisogna tenere in conto, e lì genitori e figli erano seduti accanto. Poi c'era una seconda parte dell'iniziativa in cui i genitori avevano un seminario dedicato su come accompagnare i propri figli nel percorso appunto di scelta che sarebbe durato... lo abbiamo programmato inizialmente a maggio, poi invece dal 2018 lo abbiamo spostato a febbraio, proprio come evento di apertura della nostra programmazione, e anche in relazione a quelli che sono i periodi di sospensione didattica, in cui le scuole magari invitano a fare questo tipo di eventi. Quindi dicevo... cioè i genitori venivano accompagnati in un'aula e c'era un seminario dedicato a loro, e diciamo parallelamente i figli invece potevano scegliere anche lì delle aree tematiche e venivano accompagnati in un percorso legato a imparare a scoprire quali sono gli sbocchi occupazionali di un'area e a capire quali sono anche le percentuali occupazionali» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Nord];

«allora, sicuramente prioritariamente parliamo agli studenti, però da anni dialoghiamo anche con gli insegnanti e i genitori. Allora con i genitori perché lo abbiamo visto sul campo ok che comunque venivano, venivano agli *open day*, vengono allo

sportello, ci telefonano e ci scrivono. Allora abbiamo capito che c'era un'esigenza, l'esigenza di capire probabilmente un'università che è cambiata nel tempo, anche per quei genitori che hanno fatto l'università, oggi l'università è qualcosa di molto diverso, molto distante da quello che loro conoscono. [...] Quindi loro sono un pubblico interessante, e a loro dedichiamo dei momenti specifici, perché non vogliamo mischiare i piani, cioè chi deve fare la scelta è lo studente, chi deve scegliere qual è il proprio progetto è sempre lo studente. Quindi noi cosa facciamo, li accogliamo, ma normalmente offriamo loro dei laboratori diversi, per farli un po' riflettere, per dargli delle informazioni che però non sono le stesse che servono ai ragazzi» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Nord];

«allora, noi lo [l'*open day* dedicato ai genitori] abbiamo fatto... adesso non ricordo esattamente la prima, la prima data, però ricordo che lo abbiamo fatto a distanza di pochissimi giorni dalla Bicocca, che poi viene indicato come il primo ateneo che ha fatto questo incontro. In realtà loro sono stati più bravi di noi a comunicarlo, ma fatalità il periodo era esattamente lo stesso e i contenuti erano esattamente identici. Perché è vero che devi parlare con gli studenti, ma è pur vero che i soldi alla fine li mette la famiglia, ed è importante che quantomeno siano informati su quello che c'è. Tu lo sai meglio di noi, nel senso che l'università è cambiata, tanti genitori sono laureati vecchio ordinamento, e quindi questo concetto del 3+2 ancora non è passato, o anche il fatto che non ci sia più un numero definito di esami ma che possa variare... insomma, ci sono situazioni che possono rendere difficile la comunicazione tra studenti e genitori perché si parte da basi e presupposti diversi. Quindi poi diciamo che l'idea è quella di creare un lessico comune, in modo che possano tra di loro parlarsi e capirsi» [donna, personale tecnico-amministrativo, ateneo del Nord].

## 7. IL PROFILO DEGLI ORIENTATORI RICHI UNIVERSITARI.E

Ma chi è che in carne ed ossa si occupa di orientamento nelle università? Qual è la sua storia? Che tipo di esperienze ha vissuto? Nel tracciare il profilo degli orientatori richi universitari.e vale la pena soffermarsi su tre aspetti: il genere, il *background* formativo e la traiettoria professionale.

### A) Il genere

Tra le 21 persone intervistate che si occupano di orientamento all'interno degli atenei in qualità di personale tecnico-amministrativo 16 sono donne e 5 sono uomini. Anche tra il personale docente che ha preso parte alla ricerca prevalgono nettamente le donne, poiché le testimonianze raccolte riguardano 4 delegate e 1 delegato all'orientamento. Ciò sembra suggerire che nell'università italiana l'orientamento si è via via configurato – in realtà senza grandi sorprese, dal momento che le logiche che nell'immaginario collettivo lo sottendono ruotano intorno alle dimensioni dell'assistenza, del sostegno e della cura – come un ambito prevalentemente femminile.

## B) Il *background* formativo

Quanto all'esperienza formativa, il personale tecnico-amministrativo che ha partecipato all'indagine empirica presenta dei percorsi di studio estremamente eterogenei, che nella stragrande maggioranza dei casi non hanno nulla a che vedere con l'orientamento. Difatti, sebbene su 21 intervistati 18 abbiano conseguito una laurea, le loro specializzazioni spaziano dall'economia alla scienza politica, dalla matematica alle lingue. Solo 2 intervistati hanno un master in orientamento, ma raccontano di averlo ottenuto quando già era stato affidato loro il ruolo di responsabile dell'ufficio. In altre parole, il materiale raccolto sembra mettere in luce che nell'università italiana l'orientamento viene gestito da personale che non ha una formazione specifica in merito.

## C) La traiettoria professionale

In ultimo, per quanto concerne l'esperienza lavorativa, l'analisi condotta mostra che gli intervistati hanno seguito una traiettoria professionale comune. Nella quasi totalità dei casi, infatti, non molto tempo dopo aver terminato gli studi essi hanno iniziato a lavorare in altri settori dell'università (gli affari generali, le relazioni internazionali, le biblioteche, le segreterie studenti, il supporto alla didattica, eccetera), per poi essere spostati – spesso senza farne richiesta – all'ufficio orientamento. Insomma, ciò che sembra emergere è che negli atenei italiani il personale che si occupa di orientamento se da una parte non ha un *background* formativo in linea con le attività che è chiamato a svolgere, dall'altra non ha un'esperienza professionale che potrebbe fare da contrappeso.

## **NOTE CONCLUSIVE: COSA CI LASCIA L'EMERGENZA SANITARIA DA COVID-19?**

Alla luce delle 17 testimonianze raccolte – che, è bene ricordarlo, hanno ripercorso la difficile situazione che gli atenei si sono trovati a fronteggiare a seguito dello scoppio della pandemia da Covid-19 – e delle analisi preliminari che sono state fin qui presentate, è possibile definire dei correttivi per superare alcuni limiti dell'orientamento universitario, che al contempo potrebbero rivelarsi utili in caso di future emergenze:

- ❖ potenziare l'infrastruttura IT degli atenei, in modo tale da poter gestire adeguatamente le attività di orientamento a distanza;
- ❖ migliorare i siti istituzionali degli atenei e predisporre una sezione specificamente dedicata alla scelta del percorso universitario, così da fare del sito web il primo strumento di orientamento;
- ❖ scardinare l'idea che tutti possono fare orientamento e valorizzare il ruolo e l'identità professionale degli orientatori e delle orientatrici;

- ❖ rafforzare la formazione degli orientatori e delle orientatrici, sia sul versante delle competenze tecnologiche (uso delle piattaforme digitali, eccetera) sia sul versante pedagogico (strumenti e tecniche di orientamento);
- ❖ non concentrare le attività di orientamento in specifici periodi, ma ripartirle lungo tutto l'anno accademico, in modo da ampliare la platea dei destinatari;
- ❖ sviluppare una vera e propria «cultura dell'orientamento», basata su una stretta collaborazione tra le università e le istituzioni scolastiche (secondarie di primo e di secondo grado), in maniera tale da avviare una sensibilizzazione alla scelta consapevole già alle scuole medie;
- ❖ mettere a punto un ventaglio di attività adatto a tutti i tipi di studenti.esse (coloro che hanno appena concluso le scuole superiori, coloro che lavorano ma vogliono proseguire gli studi, coloro che hanno terminato la propria carriera professionale e vogliono riprendere a studiare, eccetera) e ai diversi attori che oggi si rapportano con l'università (genitori e insegnanti);
- ❖ costruire una rete per l'orientamento che vede il coinvolgimento di tutti gli atenei presenti sul territorio nazionale, utile a realizzare delle azioni comuni e a ridurre le differenze territoriali.

#### RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Barone C., Boffo S., Di Pietro F. & Moscati R. (2009). Come l'ideologia neoliberista sta cambiando le università europee. *Inchiesta*, 165: 68-96.

De Feo A. & Pitzalis M. (2017). Service or market logic? The restructuring of the tertiary education system in Italy. *Rassegna Italiana di Sociologia*, 58(2): 219-250.

De Feo A. & Pitzalis M. (2018). La scelta come dramma sociale e come mercato. *Etnografia e ricerca qualitativa*, 2: 251-275.

Pitzalis M. & Porcu M. (2015). Passaggio a Nord. Come si ristrutturava il campo universitario italiano?. *Scuola democratica. Learning for democracy*, 3: 711-722.

van Zanten A. & Legavre A. (2014). Engineering access to higher education through higher education fairs. In Goastellec G. e Picard F. (a cura di). *The roles of higher education and research in the fabric of societies*. Sense Publishers: Leuven.

## APPENDICE

### Traccia di intervista

Ateneo:  
Data dell'intervista:  
Nominativo:  
Ruolo:  
Sesso:  M  F  
Regione:  
Posizione classifica Censis 2021-2022:  
Durata dell'intervista:

1. Come è organizzato l'orientamento nel suo ateneo dal punto di vista degli uffici, dello staff e del coinvolgimento di figure apicali, come quella del Prorettore?

*TemI da introdurre se non emergono spontaneamente:*

- rapporto tra l'ateneo e i dipartimenti nella gestione dell'orientamento
- tipi di finanziamento utilizzato
- entità del budget

2. Senza considerare le specificità legate all'emergenza sanitaria, di cui le chiederò più avanti, quali sono le attività di orientamento in ingresso normalmente realizzate dal suo ateneo?

*TemI da introdurre se non emergono spontaneamente:*

- *open day* e fiere
- giudizio sul significato delle azioni realizzate
- giudizio sull'efficacia delle azioni realizzate

3. Le attività di orientamento in ingresso che l'ateneo propone a quale pubblico si rivolgono in modo prioritario? In altre parole, qual è il vostro bacino di utenza?

*TemI da introdurre se non emergono spontaneamente:*

- punti di forza e punti di debolezza in riferimento al bacino di utenza
- azioni messe in campo per i diversi tipi di target
- differenziazione rispetto ad altri atenei presenti sul territorio

4. Venendo a quanto dicevamo prima, come avete gestito l'orientamento in ingresso nel periodo di emergenza sanitaria legato alla diffusione del Covid-19?

*TemI da introdurre se non emergono spontaneamente:*

- attività mantenute e attività perse
- cosa è passato online
- monitoraggio e valutazione delle azioni realizzate

5. Nello specifico, come avete gestito il rapporto con le scuole nel periodo di emergenza sanitaria?

*TemI da introdurre se non emergono spontaneamente:*

- chi gestisce il rapporto con le scuole
- come sono stati sostituiti gli *open day* e le fiere

6. Nella gestione dell'orientamento in ingresso durante il periodo di emergenza sanitaria avete avuto modo di collaborare con l'ufficio comunicazione?

*TemI da introdurre se non emergono spontaneamente:*

- strategie di comunicazione messe in atto dall'ateneo
- rapporto tra le attività di orientamento e le attività di comunicazione
- attività di comunicazione interne o esternalizzate

7. Quali sono le principali difficoltà che avete incontrato nel gestire l'orientamento in ingresso durante lo stato di emergenza?

*TemI da introdurre se non emergono spontaneamente:*

- strategie messe in atto per far fronte alle difficoltà
- ruolo dei dipartimenti in questa fase

8. Come è stato l'andamento delle iscrizioni in questi ultimi due anni? E a suo avviso quali sono le cause principali?

*TemI da introdurre se non emergono spontaneamente:*

- legame tra l'andamento delle iscrizioni e le attività di orientamento

9. Ci sono delle attività o delle procedure relative all'orientamento in ingresso che avete messo a punto in questi ultimi due anni e che ritenete possano essere utili anche quando lo stato di emergenza sarà terminato?

10. Sulla base dell'esperienza che ha vissuto e che sta tuttora vivendo, come può essere ripensato e riorganizzato il sistema di orientamento in ingresso per funzionare meglio in caso di future emergenze?

11. Un'ultima questione. Potrebbe dirmi qual è la sua formazione e quali sono state le esperienze che l'hanno condotta a occuparsi di orientamento?

*TemI da introdurre se non emergono spontaneamente:*

- Cos'è e a cosa serve l'orientamento
- Sta cambiando nel corso degli anni
- Come si dovrebbe fare orientamento

L'intervista è terminata.

Vuole aggiungere qualche altro elemento alla riflessione?

Secondo lei c'è una domanda che avrei dovuto farle e che non le ho fatto?

Vuole chiedere lei qualcosa a me?