

PUBBLICO & PRIVATO

La buona università? Non segue i desideri degli studenti

di **FRANCESCO ALBERONI**

Imigliori strumenti, se usati male o per scopi impropri, producono disastri. Così sta succedendo con la costumer satisfaction (la soddisfazione dei consumatori), il metodo con cui le imprese chiedono ai loro clienti quali sono i difetti dei prodotti in modo da poterli migliorare.

Se i consumatori ti riferiscono che la tua automobile non frena bene o ha le porte che sbattono, cercherai di porvi rimedio. Ma tutto questo funziona perché è il consumatore che sa che cosa è meglio per lui, non c'è nessun altro giudice migliore.

Cosa succede quando passiamo all'istruzione dei giovani? Chi è il consumatore? Tutti pensano agli studenti. Ma è vero? Anche i bravi insegnanti hanno idee di cui tener conto e così pure i genitori, tanto che alcuni mandano i propri figli all'estero per assicurare loro una educazione migliore. Infine ci sono gli imprenditori, perché quei giovani devono poi assumerli loro.

In Italia però di solito, nelle università, la costumer satisfaction è fatta interrogando solo lo studente. Gli si domanda quali sono le materie più utili, quelle che gli piacciono, quelle troppo faticose, quali docenti sono graditi, quali invece sono troppo esigenti. Ma che cosa ne sa uno studente del primo o del secondo anno di cos'è importante per la sua formazione, che cosa gli servirà veramente domani per affrontare il lavoro e la concorrenza internazionale? Inoltre molti studenti sono abituati a studiare poco e fanno fatica a concentrarsi. Costoro, se glielo domandi, cercano di ridurre le materie più impegnative, evitano i professori più esigenti, quelli che fanno esami seri, mentre chiedono materie facili, lezioni divertenti, esami in cui non ti bocciano e prendi un voto alto.

Alcune università che sono alla disperata ricerca di studenti, oltre a fare pubblicità,

utilizzano i risultati della costumer satisfaction per catturarli andando incontro ai loro desideri. Se gli studenti rispondono che una materia è difficile la eliminano, che un professore è troppo esigente lo isolano, insomma fanno di tutto perché il corso di studi diventi sempre più facile, in discesa. È il principio di Pinocchio.

Sappiamo tutti che Pinocchio, simbolo universale dei ragazzi, non aveva voglia di studiare e, fra andare a scuola e a uno spettacolo di burattini, preferiva il secondo. Così, seguendo la sua personale costumer satisfaction, non finisce nel paese della cultura, ma in quello dei balocchi e diventa un somaro. Oggi c'è chi l'aiuta a seguire la stessa strada.

www.corriere.it/alberoni

