

Gli orizzonti (stretti) dei giovani

CLAUDIO RISÉ

ABBIAMO pochi laureati Arispetto al resto d'Europa. Anche quei pochi, però, stentano a trovare lavoro. È questa una delle ragioni del malessere giovanile, un disagio che vede le nuove generazioni oscillare da momenti di euforia distruttiva (dagli stadi alle stragi del sabato sera), a una diffusa depressione. Quello tra giovani laureati e il mercato del lavoro è un incontro che si fa sempre più difficile, e le ricerche sul campo (come l'ultima, di Almalaurea), lo dimostrano. Come mai?

Il fatto è che la scuola italiana e il luogo del lavoro, il mercato, sono due mondi profondamente diversi. E non tanto perché la scuola fornisce un sapere troppo sottile, umanistico, di cui il mercato non saprebbe che farsene, come si pensava una volta. Le aziende, anzi, hanno aperto i loro orizzonti, alla disperata ricerca di formazioni magari opposte, ma capaci di fornire ai nuovi laureati una posizione originale, con competenze proprie, nei settori in cui entrano. Si sono viste così aziende commerciali assumere ingegneri, o laureati in filosofia, nella speranza che portino comunque un sapere, un punto di vista, insomma una ricchezza nel guardare alle cose, cui sarebbe poi stato facile aggiungere il bagaglio tecnico di quella specifica attività. Qualche volta funziona, in genere dopo un percorso di selezione abbastanza serrato.

Il problema principale, però, è che la maggior parte delle facoltà, e delle scuole superiori prima di loro, non insegna in realtà nulla, se non dei saperi parziali e frammentari, modellati sulle modeste competenze dei docenti. I quali, a loro volta, ed è questo il grande problema italiano, sono in genere del tutto scollegati dal mondo del lavoro. Nei confronti del quale, anzi, hanno spesso un atteggiamento di supponenza.

Rimane forte, in Italia, la convinzione che esista un mondo «superiore» dei princi-

pi, e del pensiero, rispetto al quale il mondo dell'economia e del mercato stia molto più in basso. L'idea è che è il secondo, il mercato, che deve adeguarsi al primo. Basta guardare al mondo politico, composto in numero rilevante da personale universitario, per ritrovare lo stesso atteggiamento: prima viene la politica, l'economia seguirà. Prima gli accordi politici, poi le aziende. Questo schema, però, non sta più in piedi. Non solo perché in esso i «principi» sono stati sostituiti dalle opinioni (che, come dice Falstaff, sono numerose come le more, valgono poco), e il pensiero attuale è (per sua stessa definizione) «debole». Ma soprattutto perché la caratteristica della nostra epoca è proprio quella di un mercato «forte», capace cioè di produrre idee originali: basta guardare all'informatica. È nel mondo del mercato, della ricerca spesso spontanea e dell'economia che nascono oggi le grandi intuizioni, quelle che poi condizionano il costume e la vita delle persone. Lo studio dei mercati (che nella scuola italiana non esiste quasi per niente), non è, quindi, solo materia economica, ma filosofica, storica, civile. Aggirandolo, come si fa in quasi tutte le facoltà, non si fornisce agli studenti una base formativa adeguata per entrare nella società del lavoro.

Infatti, il lavoro lascia fuori dalla sua porta, per un bel po' di tempo, i neolaureati, che non conoscono le sue leggi. Solo il 53,6% dei laureati trova impiego entro un anno dalla laurea, e il dato diminuisce a ogni rilevazione. Dovranno aspettare, fare corsi di perfezionamento, master, esperienze che forniscano la conoscenza del mondo dei mercati, cioè del mondo di oggi, e non quella del mondo delle ideologie, di ieri e dell'altro ieri, appreso all'Università.

