

L'offerta universitaria al mercato di Varese

Pubblicato: Mercoledì 5 Marzo 2003

Undici brevi cortometraggi per undici università. È questo il motore di una iniziativa, la prima nel suo genere, tenutasi questa mattina presso il Teatro di Varese, gremito di studenti dell'ultimo anno delle superiori. Promosso dal Provveditore agli studi di Varese, Antonio Lupacchino e coordinato da Laura Morlotti, del coordinamento provinciale per l'orientamento all'Università, il progetto si configura come la prima occasione in cui diverse istituzioni presenti sul territorio si offrono sul mercato delle scelte future delle nuove generazioni.

«È un'iniziativa unica in Lombardia, innovativa», spiega Laura Morlotti, «che ha come fine quello di porre gli studenti, giunti ad un passo da una scelta importante, nella condizione di poter individuare tra tutte le proposte formative del territorio la più idonea alla propria predisposizione. Le undici università che aderiscono a questo progetto hanno messo a disposizione un piccolo film in cui vengono illustrati caratteristiche e potenzialità di ciascun ateneo. È l'università che viene incontro agli studenti. Uno sforzo inedito per superare il gap informativo che tutt'oggi caratterizza questa fase decisionale per ogni ragazzo».

Ad implementare l'offerta conoscitiva, a fine proiezione gli studenti hanno avuto modo di trovare, nel foyer del teatro, ulteriore materiale informativo per ciascun ateneo.

L'incontro di oggi è il risultato di un lavoro originato tre anni fa, quando con l'Università dell'Insubria si è cominciato a ragionare sulle possibili migliorie da apportare al rapporto conoscitivo tra studente e istituzione universitaria. Attraverso questa prima fase si è giunti alla realizzazione di un sito universitario per facilitare la comunicazione tra personale docente e studenti. Con oggi, quel progetto si allarga. Sia il provveditore Lupacchino che la dottoressa Valagussa, ispettore della divisione università del Pirellone, auspicano una possibile esportazione di tale iniziativa anche in altre realtà urbane della Lombardia.

«Preme sottolineare», ha commentato in particolare l'ispettore «il fatto che per la prima volta si è cercato un coordinamento tra le università riuscendo nell'intento di farle lavorare insieme. Questo aspetto di comune interesse è il valore aggiunto dell'iniziativa. Ed è una strada che non può che portare ad una più stretta e proficua collaborazione tra atenei anche in altri ambiti».

Gli studenti, ben disposti ad una moderata anarchia come si conviene ad occasioni del genere, hanno visto scorrere, manifestando più o meno gradimento, i promo relativi all'Università dell'Insubria, alla Liuc, all'Università della Bicocca; e ancora quelli della Nuova Accademia di Milano, dello Iulm, del Politecnico, dell'Università degli Studi, della Bocconi, della Cattolica, dell'Università di Pavia per finire con il film relativo alla Accademia della Guardia di Finanza.

«Lo sforzo anche logistico della realizzazione dei filmati è stato notevole, alcuni Atenei hanno fatto realizzare il proprio video da agenzie specializzate di Londra», conclude la Morlotti.

Per quanto attiene all'esito più immediato dell'incontro, l'impatto del materiale filmico sugli studenti, l'esperto di comunicazione avrebbe tratto più di uno spunto interessante. Efficace quello della Liuc, di taglio storico con immagini d'epoca quello della Bicocca, diretto quello della Bocconi, non a caso tra i più apprezzati dagli studenti. Lo stesso non si può dire del promo dell'Università dell'Insubria, piuttosto anemico e privo della capacità di illustrare efficacemente la scuola. Se questi filmati sono il biglietto da visita delle Università, l'Insubria appare quella che ha sfruttato peggio di tutte questa opportunità.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

