

LE ELEZIONI PER IL RETTORE

UNA DOPPIA CAMPAGNA

di CARLO SORRENTINO

I 5 candidati alla carica di Rettore si trovano a svolgere una doppia campagna elettorale. Una prima, per convincere gli elettori, cioè docenti e dipendenti dell'Ateneo; una seconda, per far capire all'opinione pubblica che l'Università è il principale motore di quell'innovazione in Italia molto annunciata ma poca praticata.

Sono due campagne differenti, ma che i candidati dovranno intrecciare, in un momento in cui l'Università italiana è nel pieno di una difficile trasformazione, che si compie in un clima di scetticismo e discredito nei suoi confronti. Infatti, aprire l'accademia al territorio non vuol dire soltanto dialogare con le altre istituzioni, casomai per convincerle a intervenire finanziariamente e contribuire così a superare la difficilissima congiuntura economica dell'Ateneo; ma persuadere l'opinione pubblica dell'urgenza di un radicale processo d'innovazione. L'innovazione non va considerata — come di solito avviene — soltanto nella sua dimensione tecnologica, ma più ampiamente come capacità di ripensare la natura e la struttura del nostro sistema socio-economico, fondamentale per la crescita produttiva del territorio, che necessita di nuova linfa intellettuale.

Soltanto un'eccellente attività di ricerca e la sua ricaduta nella formazione può garantire questo processo. Recenti ricerche in-

ternazionali hanno sottolineato questo deficit di competenze, derivante dalla sostanziale sottovalutazione della ricerca e formazione nel nostro Paese, dove di fatto s'annida la scarsa considerazione per il merito. La svalutazione del «pezzo di carta» spesso nasconde l'interessato mantenimento di privilegi corporativi e le inerzie di ambienti bloccati da logiche conservatrici.

Ai candidati Rettori tocca l'onere di una campagna aperta all'esterno: devono rivolgersi anche a chi poi non determinerà la loro elezione, per far comprendere come comunque riguardi tutta la città e la regione. Un'apertura che sarà apprezzata dagli elettori, perché aiuta a ristabilire la calante reputazione dell'Università, senza la quale nessuna reale ripresa dell'Ateneo sarà possibile.

Sia chiaro, non si tratta di battersi il petto con sterile orgoglio; ma restituire agli occhi dell'opinione pubblica il vero senso della missione dell'Università, che passa soprattutto attraverso la chiarezza delle scelte strategiche e il rigore nelle modalità di realizzazione.

Un deciso intervento servirà a ridare fiducia e credito a docenti e dipendenti, ultimamente mortificati da comportamenti censurabili di alcuni docenti, ma anche da una sostanziale incomprensione e sottovalutazione dei compiti dell'Università, che favoriscono disaffezione e distrazione.

