

L'orientamento in un'ottica costruttivista¹

L'orientamento è stato tradizionalmente indirizzato a migliorare il passaggio (una volta e per sempre) dal sistema dell'educazione formale al mondo del lavoro, e i servizi erano rivolti quasi esclusivamente a chi lasciava la scuola. Se le carriere adesso non sono più basate su un singolo momento di decisione, ma su più decisioni durante tutta la propria vita, l'orientamento deve essere reso disponibile per tutti e lungo tutto l'arco della vita. Non è un caso che oggi ai servizi di orientamento si rivolgono non più solo studenti medi o universitari, ma clienti di tutte le età a differenti stadi delle proprie carriere, differenziati per sesso, status sociale, e adesso di frequente anche nazionalità e appartenenza etnica, orientamento sessuale, ciascuno dei quali è un caso a sé, e la cui preoccupazione primaria spesso non è la scelta di una professione^{2 3}.

I cambiamenti del mercato del lavoro hanno inoltre influenzato non solo i gruppi a cui l'orientamento è indirizzato, ma anche i suoi stessi presupposti teorici.

L'orientamento moderno nasce con *Parsons*⁴ e la sua teoria basata sull'approccio *tratti* (cioè caratteristiche individuali) e *fattori* (caratteristiche richieste per una buona prestazione lavorativa). I due termini sottendono una pratica volta all'abbinamento fra individui e professioni, svolta in genere all'uscita dalla scuola. In questo approccio le scelte professionali derivano dalla conoscenza di sé e del mondo delle professioni e la pratica orientativa è focalizzata sul *problem solving*, con un'enfasi su diagnosi e valutazione, condotte in genere attraverso test (in inglese questo approccio è descritto come *test them and tell them* - testali e diglielo). Il consulente di orientamento è un esperto responsabile dell'analisi, sintesi, diagnosi, prognosi, e *follow up*⁵.

¹ Articolo contenuto sul sito www.orientamento.it. Autore © Leonardo Evangelista (www.leonardoevangelista.it). Ultima modifica 11.5.2002. L'articolo rispecchia le opinioni dell'autore al momento dell'ultima modifica. Può essere riprodotto (stampa dal sito per uso personale o fotocopia per uso didattico) citando la fonte.

² Nel 2001 il 30% dei clienti che hanno utilizzato i servizi di orientamento specialistico presso gli sportelli della Provincia di Firenze avevano il solo titolo dell'obbligo; un altro 30% aveva più di 32 anni.

³ Così anche Piero Vattovani, responsabile del Servizio Orientamento nella Regione Friuli Venezia Giulia, al Convegno *Orientamento: modelli, strumenti ed esperienze a confronto*, organizzato da ISFOL a Roma 18 aprile 2002.

⁴ Parsons F., *Choosing a vocation*, Houghton Mifflin 1909

⁵ Una descrizione molto esauriente della teoria tratti-fattori e dei suoi sviluppi recenti è in Rounds J.B. e Tracey T.J., *From Trait-and-Factor to Person-Environment Fit Counseling: Theory and Process* in Walsh W.B., Osipow A.H. (a cura di), *Career Counseling. Contemporary Topics in Vocational Psychology*, Erlbaum Associates, 1990.

Questa impostazione è stata messa in discussione da una serie di sviluppi teorici successivi⁶:

-i lavori di *Carl Rogers*, che ribaltano l'assunto secondo cui l'esperto è il consulente (*counselor knows best*). Come è noto *Rogers* auspica un ambiente accogliente e non direttivo e ha fiducia nella capacità delle persone di capirsi e di risolvere da sole i propri problemi, e pone l'accento sull'importanza della relazione col cliente. Nella sua impostazione il risultato dipende più dalla *qualità della relazione* che dalle *conoscenze tecniche* del consulente.

-la teoria degli stadi di sviluppo di carriera di *Donald Super*⁷. Inizialmente *Super* pone l'accento sul fatto che per capire e consigliare clienti non è sufficiente l'*approccio tratti e fattori*, perché le scelte del cliente sono grandemente influenzate anche da altri elementi di carattere personale e familiare del proprio percorso di vita. L'idea iniziale di *Super* è che la carriera sia data dal susseguirsi di stadi attraverso cui gli individui passano nel tempo, via via che cambiano i propri ruoli di vita (*life roles*), e che in questo processo gli individui modificano la propria idea di carriera e il proprio investimento in essa, prendendo in considerazione anche gli altri aspetti della vita. In una elaborazione successiva⁸ *Super* afferma che la carriera non può neanche essere interpretata semplicemente come una sequenza di ruoli professionali, ma che gli individui interpretano le proprie vite in maniera soggettiva e attribuiscono significato ai vari aspetti della carriera via via che essa si sviluppa.

In sintesi, nelle formulazioni di *Rogers* e *Super* si riconosce l'importanza per le scelte professionali di una serie più ampia di fattori, quali ad esempio le componenti soggettive e emotive.

Da un punto di vista di filosofia della scienza, è possibile accostare l'*approccio tratti-fattori* a una corrente di pensiero chiamata *positivismo logico*, secondo cui esiste una realtà oggettiva in cui le caratteristiche del cliente, quali abilità o personalità possono essere individuate e quantificate. Con questa impostazione, il significato che il cliente attribuisce a caratteristiche particolari e agli elementi soggettivi associati con il proprio sviluppo di carriera viene considerato poco significativo. Nel *costruttivismo* è invece l'uomo dà un significato al mondo, e viene attribuita una grande importanza alla soggettività. Gli individui sono incoraggiati a definire sé stessi e il proprio ambiente di vita e a basarsi sulle fonti soggettive della propria conoscenza.

Nell'orientamento condotto secondo un'ottica che potremmo definire *costruttivista* viene attribuito un peso maggiore alla relazione e all'esperienza di vita del cliente, che

⁶ L'evoluzione è ben spiegata in McMahon M., Patton W., *Using Qualitative Assessment in Career Counseling*, su *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 2, 2002, pagg.51-66.

⁷ Super D. E., *A Theory of vocational development*, *American Psychologist*, 8, 185-190, citato in McMahon M., Patton W., op. cit., 2002.

⁸ Super D. E. *Toward a comprehensive theory of career development*, in Montross D.H. e Shinkman (a cura di) *Career development: Theory and practice*, Charles Thomas, 1992, citato in McMahon M., Patton W., op. cit., 2002.

stempera l'accento sul *problem solving* e la sua enfasi sulla valutazione del cliente con la consegna di un responso finale. Il cliente è incoraggiato a raccontare la propria storia, e a individuare i propri temi di vita e di carriera. In questo modo il coinvolgimento del cliente è assai maggiore, mentre la posizione del consulente cambia da quella di esperto a quella di ascoltatore attivo, in un ruolo che si rifà a quello teorizzato da Rogers. Il consulente opera così più come un *biografo* che interpreta vite in divenire che un *ragioniere* che freddamente conteggia passività e attività⁹. L'obiettivo del processo di orientamento diventa così soprattutto rimettere in moto il cliente, promuovere il suo senso di potere (*empowerment*), per metterlo in grado di affrontare le transizioni e di governare il proprio percorso di carriera. Da un punto di vista teorico si ha un passaggio *from scores to stories*¹⁰ (dall'attribuzione di punteggi al racconto di sé)¹¹.

La diffusione di questa impostazione è dovuta al fatto che la stabilità lavorativa è per la gran parte delle persone uno degli elementi fondanti della percezione di sé. Se tale stabilità manca, allora si sviluppano identità fragili, con scarse risorse e progettualità. L'orientamento diventa così anche *uno strumento per la manutenzione dell'io*¹². Senza un rafforzamento dell'io, molte persone non sono in grado di attivarsi e di sostenere lo *stress* che la ricerca di lavoro comporta.

In un approccio di questo tipo si usano tecniche quali ad esempio¹³:

⁹ Per un approccio di questo tipo in Italia, seppur con accenti diversi, si veda Batini F., Zaccaria R., (a cura di), *Per un orientamento narrativo*, Franco Angeli, 2000.

¹⁰ McMahon M., Patton W., op. cit., 2002, pag.59.

¹¹ Il dibattito in ambito psicologico (che poi è anche l'ambito dell'orientamento) fra positivismo e costruttivismo e il rinnovato interesse per la soggettività è ben illustrato in Mecacci L., *Psicologia moderna e postmoderna*, Laterza 1999.

¹² Vale la pena di citare una illuminante pagina di Giddens, riferibile anche all'orientamento: (Nel mondo moderno) L'identità deve essere creata e ricreata in modo molto più attivo di prima e ciò spiega perché terapie e counselling di tutti i generi sono diventati così popolari in Occidente. Quando diede il via alla psicoanalisi Freud era convinto di gettare le basi per il trattamento scientifico delle nevrosi, il risultato fu invece la costruzione di un metodo per il rinnovamento dell'identità, nelle fasi iniziali di una cultura orientata a superare le tradizioni. In fin dei conti, nella psicoanalisi accade che l'individuo rivisiti il proprio passato allo scopo di creare più autonomia per il futuro; lo stesso vale nei gruppi di auto aiuto che sono divenuti così comuni nelle società occidentali. Alle riunioni degli alcolisti anonimi, per esempio, gli individui raccontano la storia della loro vita, e ricevono sostegno dai presenti esprimendo il loro desiderio di cambiare. Guariscono dalla dipendenza essenzialmente grazie alla riscrittura del copione della propria vita. Giddens A., *Runaway World. How Globalisation is Reshaping our Lives*, Profile Books, 1999, trad. It. *Il mondo che cambia. Come la globalizzazione ridisegna la nostra vita*, Il Mulino, 2000, pag.63. Sulle vicende dell'identità nel mondo moderno si veda anche Jervis G., *La conquista dell'identità*, Feltrinelli, 1997.

¹³ Per tecniche di questo tipo si veda l'ormai classico Scally M., Hopson B., *Build your own rainbow*, Mercury, seconda edizione 1991, o, fra i tanti, il più recente Lees J., *How to get a job you'll love*, McGraw-Hill, 2001.

- racconto a schema libero del proprio percorso formativo e professionale, con un'attenzione particolare ai motivi che hanno portato alle differenti scelte e all'individuazione dei propri punti forti e preferenze professionali
- questionari di autovalutazione delle proprie attitudini, valori, e aspirazioni professionali
- linea della vita (una retta dove viene chiesto di riportare gli eventi più importanti della propria esistenza) per individuarne le costanti
- esercizi che invitano a proiettarsi nel futuro (*Necrologio, Parlo di me fra 5 anni, etc.*)
- il disegno della propria mappa mentale, dove il cliente disegna le proprie idee e sentimenti, in modo da far emergere attività, modalità, contesti
- il disegno del campo di forze che facilitano o ostacolano un cambiamento desiderato, per la facilitare la ricerca di soluzioni e la stesura di piani d'azione.

Le diverse tecniche possono essere utilizzate nella consulenza individuale o di gruppo, e all'interno del bilancio di competenze orientativo o nel *counselling orientativo*.

Dare spazio alla soggettività non significa negare la necessità dell'*assessment*, perché altrimenti l'orientamento si ridurrebbe a una pratica consolatoria, a un semplice *counselling psicologico*. Il buon consulente di orientamento ha una conoscenza approfondita del mercato del lavoro e dei profili professionali attraverso cui, nello svolgimento quotidiano della sua attività, aiuta i clienti a elaborare scelte e strategie realistiche.

Nella relazione orientativa la soggettività del cliente si incontra col *principio di realtà* rappresentato dal consulente. Nel loro incontro, cliente e consulente operano una *validazione consensuale* di una o più fra tutte le alternative e strategie possibili.

In sintesi, l'*assessment* è diventato solo uno degli obiettivi della pratica orientativa e, in ambito orientativo, viene condotto attraverso il colloquio e l'esame congiunto delle esperienze di vita del cliente, piuttosto che con strumenti *duri* come test o prove attitudinali.