

Autore: Bryan Caplan. Ed. Princeton University Press 2018, 381 pg.

Per Caplan, il reale motivo per cui gli americani vanno al college è quello che gli economisti chiamano signaling, cioè l'acquisizione di credenziali che segnalano ai potenziali datori di lavoro un'abilità preesistente. Questa abilità, spiega Caplan, non ha nulla a che vedere con quello che gli studenti hanno imparato in classe, con i contenuti, ma è legata al fatto che i ragazzi sono passati attraverso un processo di selezione, hanno in qualche modo passato le loro ore in classe (non importa come), hanno consegnato i paper in tempo (non importa la qualità) e sono stati abbastanza disciplinati da arrivare alla laurea senza farsi cacciare. Sono segnali sufficienti per chi cerca professionalità medie per la classe media. Che i laureati abbiano nel frattempo cancellato qualunque informazione acquisita, se mai l'hanno acquisita, poco importa, non disturba il segnale. Il valore del college consiste nell'aver fatto il college, ed è questo paradosso circolare che apre spazi sterminati per strategie di investimento legate al packaging universitario più che al contenuto. (Fonte: M. Ferraresi, Il Foglio 16-02-18)