

**Intervento di Roberta Zarpellon**  
**"A colloquio con le professioni 2006-2007"**  
**Bassano del Grappa , 26 marzo 2007**

Mi chiamo Roberta Zarpellon ed opero come consulente e formatrice in comunicazione e relazioni pubbliche col mio studio, Traguardi, a Bassano del Grappa. In questa veste ho partecipato, in questi due ultimi anni, al progetto "A colloquio con le professioni" che viene qui presentato.

L'obiettivo del mio intervento sarà quello di commentare e riflettere sul crescente interesse dei giovani bassanesi verso il mondo della comunicazione. Solo in quest'ultimo anno, ad esempio, sono stati 27 i ragazzi che hanno chiesto di incontrare professionisti di quest'area: pubblicitari, giornalisti, grafici e PR. Quest'ultimo gruppo è rappresentato da ben 15 richieste.

Per fornire una corretta analisi su questo dato che è apparso, ad alcuni, un indicatore di difficile lettura, bisogna allargare leggermente la visuale ed analizzare le tendenze in atto nel mondo universitario e nella nostra società.

*La comunicazione è un tema forte nella formazione.* Le immatricolazioni, nell'anno accademico 2006/2007 alle facoltà di Scienze della Comunicazione italiane, il percorso universitario che prepara giovani al mondo della comunicazione ( e non solo relazioni pubbliche) sono state 11.239 di cui 5408 provenienti dai licei e 3073 dagli istituti tecnici (pari al numero di iscritti ad Ingegneria dell'informazione o Lingue, ad esempio). Un dato, questo, che trova conferma anche nelle scuole di provenienza dei ragazzi bassanesi incontrati. Se analizziamo il trend dal 2003/2007, sono circa 52.000 i ragazzi immatricolati (dati MIUR). Tanto per fare un paragone, un numero pari a tutti gli abitanti di Bassano del Grappa, (donne, bambini ed anziani compresi) e Cassola.

*La comunicazione è un tema forte nella società.* Un'ulteriore conferma di questa tendenza è data dal forte interesse, negli ultimi anni, per il mondo della comunicazione in tutti i suoi aspetti confermato dalla crescente consapevolezza del significato e valore del termine nel mondo economico e sociale. Oggi la comunicazione è considerata, anche dai professionisti, una competenza trasversale come l'apprendimento delle lingue e dell'uso del Pc. Per le organizzazioni, invece, si tratta del riconoscimento del valore "economico" della comunicazione in termini di ritorni monetari superando, di fatto, la logica che ha sempre considerato la comunicazione come "costo necessario" e mal sofferto.

Ecco, forse, spiegato il perché della scelta dei nostri 17-18enni, sempre più protagonisti di questo mondo della comunicazione, parte integrante di questo sistema sociale.

Interessante, nella mia esperienza di questi due anni, è stato anche verificare quale immagine i nostri ragazzi portino con sé della professione di PR e perché ne volessero incontrare una.

Nessun dubbio a riguardo. Il PR svolge un'attività dinamica, sempre in mezzo alla gente, non si annoia mai, mette a frutto la sua creatività ed è sempre impegnato in feste, eventi, manifestazioni. Per quanto riguarda le motivazioni è presto detto: alcuni volevano avere conferme su quanto già pensavano fosse la professione ma, la maggior parte, sono stati spinti dalla curiosità, visto che, in definitiva, poco o nulla conoscevano di questa attività.

E, una volta incontrata "dal vivo" una PR? Non conosco i risultati del questionario di verifica dei ragazzi ma, da parte mia, devo dire che ho trovato molto gratificante, in alcuni dei ragazzi, il desiderio di sapere veramente cosa faccio accompagnato da quello che io ho chiamato "lo stupore della scoperta".

Cosa fa un consulente di relazioni pubbliche? "Costruisce ponti". L'aspetto più importante del nostro lavoro, infatti, sta nell'affiancare, con attività consapevoli, le organizzazioni (imprese, associazioni, enti o istituzioni) che scelgono di entrare in relazione con i propri pubblici influenti. Un costruttore di ponti anomalo ma che, grazie al suo lavoro, è capace di far aumentare il consenso e, nello stesso tempo, di recepire in tempo reale le reazioni dei pubblici ai quali ci indirizziamo.

Il nostro lavoro, ad esempio, non è fare eventi, come i ragazzi pensavano prima di varcare il mio studio, ma scegliere di fare eventi come strumento per raggiungere degli obiettivi dichiarati e pubblici ben precisi, individuati con azioni di ascolto organizzato. In questo "svelare il dietro le quinte" ho trovato le soddisfazioni maggiori.

I ragazzi hanno mostrato curiosità e, molti di loro, hanno meglio compreso la complessità di una professione considerata solo per i suoi aspetti esteriori. Credo che il "fare esperienza" sia, per i nostri giovani, la strada da percorrere per aiutarli a costruirsi un proprio percorso, usando la loro testa e la loro energia.

Se qualcuno mi chiedesse un bilancio di questi due anni direi che, come professionista, è sempre utile "bagnare i panni in Arno" e, quindi, tornare ai fondamenti della propria attività. Mi pare di aver incontrato ragazzi molto disorientati, che vivono il paradosso di una società dove le informazioni sono moltissime ma, proprio per questo, non sanno come usarle. In questo, ovviamente, sono espressione del loro tempo. Ma ho visto anche giovani che, quando vengono ascoltati, esprimono tutta la loro fragilità e voglia di fare.

Non so quanti dei miei 15 ragazzi si iscriveranno a Scienze della Comunicazione. Mi auguro che tutti possano essere stati aiutati dal nostro incontro. Magari solo per scegliere altre strade a loro più congegnali.

Grazie