

Indice

Editoriale

La vertenza Comunicazione

Troppi laureati o troppo familismo/clientelismo?

di Mario Morcellini

9

Editoriale

Comunicare, una professione

di Giulia Amato, Mattia Gangi, Sara Sbaffi

25

Laureati per comunicare

di Andrea Cammelli

Direttore Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea

35

A proposito della vertenza Comunicazione

di Stefano Rolando

Direttore Scuola di Comunicazione IULM
e Rivista Italiana di Comunicazione Pubblica

43

Rubrica **Comunicazione timbra il cartellino**

51

Dalla formazione al mercato.

Questione di identità

di Barbara Mazza

Osservatorio Unimonitor, Facoltà di Scienze della
Comunicazione, Sapienza Università di Roma

59

Rubrica Trame Testuali	77
Le competenze trasversali della comunicazione	99
Intervento di Patrizia Cinti Scuola S3 e Fondazione IRSO – docente di Tecniche di sviluppo e valorizzazione delle competenze <i>Discussant: Marco Meloni</i>	
Professioni che modificano l'azienda	109
Intervento di Patrizio Di Nicola Futuribile srl – docente di Sistemi Organizzativi complessi <i>Discussant: Paolo Fedeli</i>	
Un personal coach per giovani laureandi	121
Intervista a Pasquale Intonti International Coach Federation – docente di Gestione e organizzazione per la comunicazione d'impresa <i>A cura di Valeria Lai</i>	
Rubrica Il pastone rimediato	129
Oltre i confini dell'impresa	145
Intervento di Lucio Fumagalli e Davide Tamburlini 4CHANGING – docente di Gestione e organizzazione per la comunicazione d'impresa <i>Discussant: Mariarosa Bova e Antonella Graziano</i>	

Cara azienda, che talento vuoi? Intervento di Marco Stancati Associazione Nazionale Comunicazione Pubblica – docente di Pianificazione dei Media nelle strategie d'impresa <i>Discussant: Enrica Bolognese</i>	167
Rubrica Impronte digitali	181
Oltre la Facoltà di Scienze della Comunicazione. Prove tecniche d'innovazione <i>Di Renato Fontana e Priscilla Martella</i>	195
Rubrica Metafore dell'Industria Culturale	209
L'Università (e Comunicazione) nell'epoca della <i>pop politics</i> <i>Di Christian Ruggiero</i>	215
Università on the Wall. Gli atenei e il mondo universitario nelle bacheche di Facebook <i>Di Alessandro Lovari</i>	225
Rubrica POLITECNICOM	243

**Università e Terzo Settore,
una più facile convivenza** 255
Di Stefania Carulli

**Da Madison Avenue
al monastero dei Benedettini** 263
Di Salvo Scibilia

Rubrica **BLURP** 281

Laureati per comunicare contributo di Andrea Cammelli

Abstract Il testo che segue è tratto dall'intervento al VII Incontro nazionale degli studenti e dei docenti di Scienze della Comunicazione, dal titolo "La comunicazione in tempi di crisi. Università, politica e giornalismo a confronto", che si è tenuto a Bologna il 14 ottobre 2009, aggiornato rispetto alle più recenti indagini AlmaLaurea. L'obiettivo è ambizioso quanto il compito che si è posto il Consorzio AlmaLaurea: affrontare il tema dei laureati in Comunicazione e delle loro prospettive nel mercato del lavoro sulla base di evidenze empiriche. Alla ricerca delle azioni da intraprendere per porre rimedio ai ritardi, agli sprechi, alle difficoltà ai malfunzionamenti che sono alla base di una vera e propria "emergenza giovani".

Parole chiave Mercato del lavoro, Cultura dei dati, Precarietà, Merito.

Abstract The following text is drawn from a speech at VII National meeting of students and professors in Science of Communication entitled "Communication in times of crisis. University, Politics and Journalism in comparison, held in Bologna October the 14th 2009, and is updated with the most recent AlmaLaurea studies. The aim is ambitious as the task set by AlmaLaurea Consortium: to face the issue of Communication graduates and their perspectives in the labour market in the light of empirical evidences. Looking for actions to undertake to remedy to latenesses, waste, difficulties and malfunctionings that are at the base of a real "young emergency".

Keywords Labour market, Data Culture, Precariousness, Merit.

Laureati per comunicare. E dunque per lavorare nella comunicazione. Ma in che modo, con quale formazione e con quali prospettive? Compito di AlmaLaurea è fornire strumenti di conoscenza, contribuire a un dibattito con la convinzione di einaudiana memoria che per governare è necessario conoscere. E quando per conoscere, da Galileo in poi, è buona norma “misurare il misurabile e rendere misurabile ciò che non lo è”, diventa essenziale che i risultati siano tempestivi, completi, affidabili, periodicamente rilevati per consentire i confronti nel tempo e nello spazio. I numeri non dicono tutto, ma rappresentano pur sempre la base indispensabile per ogni seria verifica.

Affrontare il tema dei laureati in Scienze della Comunicazione alla prova del lavoro sulla base di evidenze empiriche impone, prima di tutto, una riflessione sul contesto di riferimento. La congiuntura economica internazionale è sospesa fra timidi segnali di ripresa ed impatti negativi sull'occupazione. L'Italia vive in modo particolare questo passaggio con un deterioramento nei mercati del lavoro che fa lievitare disoccupazione e scoraggiamento tanto più consistenti nel Mezzogiorno e fra le donne, e che colpisce soprattutto i più giovani. L'analisi, qui sintetizzata nei suoi aspetti più rilevanti, riguarda i laureati 2008, intervistati dopo un anno, e i laureati del 2004 interrogati a cinque anni dalla laurea. In generale, rispetto al Rapporto precedente, che restituiva un quadro occupazionale appena sfiorato dalla crisi mondiale, la situazione rilevata nel 2009 risulta assai più preoccupante per tutti i laureati, anche quelli delle cosiddette “lauree forti” come Ingegneria ed Economia. In un quadro di riferimento a tinte fosche, tuttavia, ciò che fa la differenza nella possibilità di uscita dalla crisi del paese in un ruolo competitivo nel contesto internazionale è la consistenza e la qualità del capitale umano. Se è vero che ricerca è uguale a sviluppo e sviluppo è uguale a occupazione, obiettivo prioritario è investire di più e in modo più efficiente in formazione e ricerca, come fanno tutti i paesi più avanzati. Occorre facilitare l'innesto nelle imprese, nella pubblica amministrazione, negli studi professionali, di alte competenze,

scommettere in un futuro che non può fare a meno dei giovani e di un sistema produttivo e della ricerca sempre più protagonista nel paese. Per questo vanno sostenuti, incoraggiati e fatti conoscere molto di più progettualità e successi di tante buone pratiche che sono andate diffondendosi nelle nostre università e nelle nostre realtà aziendali, spesso prive di sostegni economici, senza riconoscimenti e senza clamore, frequentemente per iniziativa di quelli che potremmo definire veri e propri “samaritani della cultura e delle scienze”.

L’analisi generale può ben riferirsi anche ai laureati in Comunicazione, chiamando in causa le stesse università, che dopo la riforma hanno comunque vissuto anni di proliferazione dei corsi senza controllo, con un boom di immatricolazioni oggi più contenuto, e il mondo produttivo, in difficoltà nel valorizzare le nuove generazioni meglio formate.

L’andamento delle immatricolazioni mostra un atteso balzo in avanti con la riforma degli ordinamenti didattici del “3+2”: nell’anno accademico 2001/2002 i nuovi iscritti nelle classi di laurea in Scienze della Comunicazione sono 18.432; gli immatricolati negli anni successivi diminuiscono sino a raggiungere quota 8.287 nel 2008/2009. Conseguentemente aumentano i laureati: quelli di primo livello passano da 664 nel 2002 a 8.123 nel 2009; quelli di secondo livello crescono da 17 nel 2003 a 3.590 nel 2009.

Cosa si può dire, dunque, sull’andamento del mercato del lavoro per i laureati in Scienze della Comunicazione? L’analisi sui laureati pre-riforma, gli unici che, sebbene rappresentino ormai la coda di un sistema universitario in via di esaurimento, consentono un’analisi di medio periodo, attesta una condizione di piena occupazione. I laureati del 2004 in Scienze della Comunicazione, a cinque anni dalla laurea, lavorano nell’87% dei casi contro la media nazionale dell’82%. Nota dolente: la precarietà (che coinvolge ancora il 33% dei laureati, occupati con contratti a tempo determinato o di collaborazione, contro una media nazionale del 24%) e stipendi non elevati. I laureati in Scienze della Comunicazione, a cinque anni dal conseguimento del titolo, guadagnano 1.279 euro mensili netti contro i 1.328 del complesso.

L'analisi sui laureati post-riforma (primo livello e specialistici) in Scienze della Comunicazione restituisce invece un'istantanea su ciò che avviene a un anno di distanza dal conseguimento del titolo. Si tratta di laureati che si sono da poco affacciati sul mercato del lavoro e che pagano ancora di più il peso della precarietà, fenomeno in aumento anche rispetto al complesso dei laureati. Sui laureati di primo livello – sono 6.367 quelli in Scienze della Comunicazione nel 2009 coinvolti nell'indagine a un anno dal titolo¹ – i risultati devono tenere conto che si tratta di giovani che nella maggioranza dei casi continuano gli studi, rimandano cioè al post-laurea di tipo specialistico il vero ingresso nel mondo del lavoro. Infatti, dopo la laurea proseguono nella formazione 47 laureati su cento: il 31% è impegnato esclusivamente nella laurea specialistica, meno della media nazionale (42%), mentre 16% studia e lavora. Gli occupati sono il 49%, più della media nazionale (46%); tra questi, il 33% è dedito esclusivamente al lavoro. Quattordici laureati di primo livello su cento (la media nazionale è del 9%), non lavorando e non essendo iscritti alla laurea specialistica, si dichiarano alla ricerca di lavoro.

Più consistente rispetto al complesso dei laureati di primo livello è la quota di coloro che proseguono il lavoro iniziato prima della laurea (il 48% contro il 45%). Tra gli occupati, il lavoro è stabile per 40,5 neolaureati in Scienze della Comunicazione su cento (la media nazionale è del 42,5%), mentre il 42% ha un lavoro precario (la media nazionale è del 40%). Per la maggiore quota di occupati atipici, e per il fatto che quasi un quinto dei neolaureati lavora e contemporaneamente studia, il guadagno è inferiore al complesso dei laureati di primo livello: 973 euro mensili netti contro 1.020.

I laureati specialistici² nella Comunicazione presentano un tasso di occupazionale più elevato della media nazionale: 60% contro il 57%. Pur con differenze all'interno delle classi di laurea: si va dal 49% di Teoria della comunicazione al 67% dei laureati in Pubblicità e comunicazione d'impresa. Anche nel caso dei laureati specialistici l'inserimento nel mondo del lavoro avviene passando dalla porta del precariato: la stabilità a un anno, che a livello nazionale riguarda 38 laureati su cento, coinvolge poco

più di un quarto dei laureati (il 21% in Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo, un quarto di quelli di Teoria della comunicazione, il 29% dei laureati in Pubblicità e comunicazione d'impresa e il 33% di quelli in Scienze della comunicazione sociale e istituzionale).

Ne risente anche il guadagno che fatica a raggiungere i mille euro netti al mese: 965 euro contro una media nazionale di 1.115 euro³. Eppure si tratta di laureati che presentano performance brillanti negli studi, soprattutto rispetto ai laureati pre-riforma in Comunicazione. L'applicazione della riforma ha portato comunque al raggiungimento di alcuni obiettivi tra il 2001 e il 2009: laureati più regolari negli studi, più giovani alla laurea e che fanno più stage tra un esame e un altro. Il segnale, quest'ultimo, di una nuova stagione di riconoscimento reciproco e di collaborazione fra le forze più attente e sensibili del mondo universitario e del mondo del lavoro e delle professioni.

Se si guarda al profilo dei laureati specialistici in Comunicazione del 2009⁴ si scopre che hanno un'età media alla laurea, in tutte e quattro le classi esaminate, di 26,6 anni, inferiore a quella del complesso dei laureati (27,3 anni); che hanno svolto periodi di studio all'estero nel 15% dei casi, come avviene a livello nazionale⁵, che conoscono l'inglese meglio dei laureati specialistici delle altre discipline. Inoltre, hanno svolto tirocini o stage durante gli studi in misura di gran lunga maggiore della media nazionale. Certo non mancano alcune criticità: è in corso il 47% dei laureati in Comunicazione contro la media nazionale del 50%, con notevoli differenze tra classi di laurea (i laureati regolari sono il 50,5% in Scienze della comunicazione sociale e istituzionale, il 50% in Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo, il 46% in Pubblicità e comunicazione d'impresa e il 34% in Teoria della comunicazione). Ancora, i laureati in tutte le quattro classi considerate sono meno assidui a lezione. E alla domanda se si iscriverebbero di nuovo al corso appena concluso, nello stesso Ateneo o cambiando università, rispondono in modo affermativo in misura inferiore alla media nazionale: il 70% contro l'83%.

La quota di chi intende proseguire gli studi, che risulta sorprendentemente elevata nel complesso degli specialistici (41%), tra i laureati di secondo livello in Comunicazione si attenua: 33%. Pur con differenze non trascurabili: chi vuole continuare a formarsi è il 40% a Teoria della comunicazione, dove il 12% è orientato al dottorato di ricerca; è il 37% dei laureati in Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo ed è intorno al 29% nelle altre due classi di laurea. La prosecuzione degli studi anche dopo la laurea di secondo livello esprime un autentico desiderio di formazione ulteriore o avviene per difficoltà a trovare una collocazione adeguata sul mercato del lavoro?

Il profilo dei laureati di primo livello in Scienze della Comunicazione⁶, che per i tre quarti portano per la prima volta la pergamena in famiglia, presenta caratteristiche affini a quello dei fratelli maggiori che hanno concluso il biennio specialistico. L'età alla laurea è, come nella media nazionale, di 26,2 anni (ma più di un quinto dei laureati si è immatricolato con due o più anni di ritardo!); in corso è il 32% contro il 39% del complesso dei laureati di primo livello. La frequenza alle lezioni è meno elevata della media nazionale (45% contro il 67%). Il 14% dei laureati in Scienze della Comunicazione ha avuto esperienze di studio all'estero (è l'11% nel complesso); si tratta di giovani che, più della media nazionale, hanno esperienze di lavoro durante gli studi (83% contro il 75%, con un 13% di lavoratori studenti contro il 10%). Infine, 60 su cento sono stati coinvolti in tirocini e stage. L'81% si dice soddisfatto del corso di laurea (la media nazionale è dell'86%) e chi si iscriverebbe di nuovo allo stesso corso è il 68,5%, contro il 78% del complesso. Molto elevata, ma meno di quanto non avvenga tra tutti i laureati di primo livello, è la quota di chi intende proseguire gli studi: il 71% contro il 77%. Tra i laureati di Scienze della Comunicazione che vogliono continuare a formarsi il 47% è orientato alla laurea specialistica, un altro 11% pensa a un master universitario. La propensione al master è più elevata rispetto alla media nazionale (6%), dove è maggiore la quota dei laureati che vogliono proseguire con la specialistica (60,5%).

La sintesi fa riferimento a studi più ampi e approfonditi, restituiti da AlmaLaurea ogni anno al servizio del mondo accademico, produttivo e politico⁷. Uno strumento per una riflessione di ampio respiro sulla formazione e l'inserimento dei laureati nel mondo del lavoro, anche di quelli di Scienze della Comunicazione, che deve essere fatta a viso aperto evitando i catastrofismi – certo – ma anche la politica dello struzzo.

Serve piuttosto una riflessione meno incentrata sulla ricerca delle responsabilità (che in ogni caso non risparmierebbe nessuno) e più interessata all'individuazione delle cause che stanno all'origine dei ritardi, degli sprechi, delle difficoltà, dei malfunzionamenti e delle azioni indispensabili per contrastarle e che adottino per davvero il merito come principale metro di valutazione. La posta in gioco è alta. Vuol dire farsi carico di una vera e propria emergenza giovani evitando che alcune generazioni di ragazze e ragazzi preparati restino senza prospettive e mortificati fra un mercato del lavoro che non assume ed un mondo della ricerca privo di mezzi.

Note

- ¹ Rappresentano il 71% del complesso dei laureati di primo livello in Scienze della Comunicazione (fonte: MIUR).
- ² I laureati specialistici coinvolti nell'indagine sono 2.265 e appartengono alle classi di laurea in Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo; Pubblicità e comunicazione d'impresa; Teoria della comunicazione; Scienze della comunicazione sociale e istituzionale.
- ³ All'interno delle classi di laurea specialistiche esistono significative differenze: i laureati in Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo guadagnano 872 euro mensili, quelli in Pubblicità e comunicazione d'impresa 1.046.
- ⁴ L'analisi prende in considerazione quattro classi di laurea: 792 laureati in Pubblicità e comunicazione d'impresa; 769 in Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo; 570 in Scienze della comunicazione sociale e istituzionale; 363 in Teoria della comunicazione. Si segnalano, ma non vengono considerati nel Profilo, anche i 12 laureati in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità.
- ⁵ Per Teoria della comunicazione il valore è di poco inferiore: 13%.
- ⁶ Il profilo dei laureati di primo livello in Scienze della Comunicazione ha coinvolto 5.801 giovani usciti dall'università nel 2009.
- ⁷ Si rimanda al XII Rapporto sulla condizione occupazionale dei laureati e al XII Profilo dei laureati realizzati da AlmaLaurea e alla documentazione disaggregata sino al corso di laurea in www.almalaurea.it.