

Il lavoro si trova anche con la web tv

di **Walter Passerini**

Le aziende puntano sulle corporate tv e sull'online. Le università sul web e sulle radio. Le agenzie del lavoro sui portali e sognano di mettere monitor in tutte le filiali aperte al pubblico. I mass media conquistano la formazione e il lavoro, ma la Bella addormentata non se ne accorge.

L'imputata è la tv generalista, pubblica e privata, che non vuole fare i conti e i budget con il tema occupazione. Eppure c'è molto spazio per affrontare televisivamente e non solo il lavoro e la formazione, soprattutto in questi tempi di grandi cambiamenti. Servono nuovi programmi, contenuti e nuove immagini sui nostri schermi; l'orientamento ha bisogno anche dei mass media.

La ricerca del lavoro in Italia è sempre prigioniera delle reti amicali e personali, che dai tre quarti oggi contano per i due terzi tra tutti i canali. Aumenta il ricorso agli strumenti professionali, agenzie e Cpi (che insieme contano per l'11,3%), ai giornali specializzati (8-10%) e ad Internet, che cresce del 50% ogni anno. Per consolidare un vero mercato e la ricerca più professionale del lavoro serve oggi rafforzare la rete mediatica e, più che su un singolo mezzo, puntare su un sistema di mezzi, con una cabina di regia e coordinamento, che tenga conto delle abitudini e delle culture mediatiche dei diversi target.

Le persone consumano molta tv e radio e usano in crescendo il web: perché, oltre alla carta stampata, non promuovere un'offerta informativa articolata sui temi del lavoro e della formazione? Si può fare orientamento anche per via mediatica, offrire informazioni utili e di servizio, segnalare opportunità, normative e trend, modificare e migliorare le culture del lavoro.

Un grande canale tematico, meglio pubblico che privato, insieme a un portale specializzato, potrebbe fare da "pivot" e da coagulo dell'operazione. Gli altri mezzi parteciperebbero a pieno titolo a un concerto polifonico nel sistema. E se il pubblico latita, sarà il privato a svegliare la concorrenza. Cercansi registi e "content manager" per una nuova stagione massmediatica del lavoro.

