

Che lavoro cerchi?

Località

Scegli area geografica

Area funzionale

Scegli area

Trova Lavoro

Professionisti della comunicazione? Ecco quelli che le aziende assumono

Dai copywriter ai social media e i community manager, che sono le figure più richieste da agenzie e imprese. Nel curriculum, un mix di competenze tecniche, operative, gestionali e relazionali. Ruggero Eugeni, professore di Semiotica dei media: "Il mondo della comunicazione non esiste, è una galassia nella quale è in corso una grossa frattura tra vecchio e nuovo"

di ERICA DI CILLO

23 giugno 2017



Le agenzie di comunicazione non sono le uniche a dover gestire le novità introdotte dal digitale: anche l'editoria, la televisione e la radio hanno subito una trasformazione delle modalità di fruizione e produzione dei contenuti in termini di forme e linguaggi. "Il digitale è un'onda lunga, raggiunge tutto e tutti", afferma Ruggero Eugeni, professore di Semiotica dei media all'Università Cattolica di Milano e curatore, insieme a

Nicoletta Vittadino, di "Le professioni della comunicazione 2017": destinato a studenti e formatori, ma anche a professionisti, il libro edito da [Franco Angeli](#) (332 pagine, 24 euro) si muove agevolmente tra dati statistici e consigli concreti per l'orientamento. In un settore in continua e imprevedibile evoluzione, sapere cosa cerca il mercato permette ai formatori di costruire e agli studenti di intraprendere percorsi tarati sulle esigenze reali del mondo del lavoro.

Nel libro sono elencate le 85 professioni della comunicazione: ben 15 trovano impiego nelle agenzie di comunicazione e nelle web agencies, dal copywriter al branded integration manager, ma sopravvivono anche quelle più tradizionali

Offerte della settimana

CONTABILE

Fri-El Green House S.A. ricerca per la serra di Ostellato (FE)

TIROCINIO - STAGE RETRIBUITO

AOSOM Italy è la filiale italiana di una multinazionale cinese specializzata nella...

RESPONSABILE SUPPLY CHAIN

Ultime interviste

[Creativi per gli artigiani](#)

[Le aziende con la crisi](#)

["Necessario essere informati" Le pensioni e gli italiani](#)

[Tutte le interviste](#)

Logo Gallery

nell'editoria libraria e nelle pubbliche relazioni. Social media e community manager sono però le più richieste. "Si tratta sempre più di figure trasversali – afferma Eugeni –, che lavorano sia in agenzie che in aziende e, in questo caso, sia nella comunicazione interna che in quella esterna. Molte grandi aziende hanno anche delle web tv interne. Anche le aziende medial e editoriali hanno subito un grosso cambiamento, così come il settore televisivo e radiofonico". La comunicazione digitale ha bisogno sia di competenze verticali che orizzontali: quelle tecniche, operative e strategiche devono sempre più combinarsi con le capacità relazionali e di gestione del lavoro. Una solida cultura è la base, affiancata a motivazione, flessibilità e capacità di lavorare in gruppo.

Tutti sono media companies. Ai contenuti generati dagli utenti, tipici di blog e social media, si sono sempre più affiancati contenuti realizzati da professionisti che però non appartengono alle tradizionali categorie di produttori (ad esempio, editori o agenzie). La necessità di produrre e gestire contenuti riguarda anche le aziende, che devono comunicare con gli utenti/clienti. Per rispondere a questa esigenza occorrono figure specifiche, in grado di fare content curation, cioè cercare e riunire contenuti web per poi dividerli, non soltanto di produrli da zero. In parallelo si è sviluppato anche il bisogno di avere persone in grado di gestire e coordinare l'intero processo comunicativo. "La rivoluzione digitale ha investito le agenzie di comunicazione in due modi – spiega Eugeni –: è cambiato il modo di lavorare, e si è passati dalla gestione dell'immagine alla gestione della reputazione digitale; ma anche la forma delle agenzie è cambiata e c'è un modo policentrico di lavorare, con team autonomi".

Statistica e big data. Per ora i big data sono ancora uno strumento di nicchia, ma la loro importanza è destinata a crescere perché consente di conoscere meglio il proprio target e sapere come e quando raggiungerlo. Le agenzie specializzate in analisi si occupano di rendere fruibili questi dati grazie a professionisti caratterizzati da forti competenze tecniche, matematiche e statistiche. "Soprattutto nel settore televisivo, i metodi di rilevamento stanno cambiando – continua Eugeni –: si lavora su dati provenienti dai servizi on demand incrociandoli con le preferenze di consumo degli utenti. Gli ideatori e i creatori di contenuto devono imparare a dialogare e a interfacciarsi con le metriche".

Università-aziende, percorso da migliorare. È sempre più fondamentale garantire un passaggio fluido dall'università verso il mondo del lavoro. "Alcuni corsi universitari hanno un canale più scorrevole verso il lavoro, per facoltà come Lettere o Filosofia non è così", dice Eugeni. Nell'area umanistica, i cui percorsi sono più variegati, le aziende sanno che il periodo di formazione necessario, in linea di massima, è più lungo. Per colmare quello che Eugeni chiama "ultimo miglio", un master spesso è la soluzione migliore, perché permette la formazione di profili professionali più innovativi e a passo coi tempi. "A breve ci sarà un ritorno agli studi storico-artistici e letterario-filologici, ma anche verso la sociologia e le relazioni internazionali, campi che favoriscono l'acquisizione di competenze relazionali".

Avere le idee chiare. Tutti temono il momento della scelta, ma è necessario compierla. Uno degli errori principali dei giovani che si affacciano sul mercato del lavoro, secondo Eugeni, è voler lavorare in un settore complesso come quello della comunicazione rimandando continuamente la scelta del percorso da intraprendere, quindi del profilo che ci si appresta a diventare. "La comunicazione ha una parte difficile di concretizzazione – conclude lo studioso dei media – e bisogna chiedersi il prima possibile quale percorso faccia al caso nostro: perché il mondo della comunicazione non esiste, è una galassia nella quale è in corso una grossa frattura tra vecchio e nuovo".