

FORUM 2009 SULLA COMUNICAZIONE UNIVERSITARIA

L'UNIVERSITA' ITALIANA TRA CRISI E RIFORMA. LA SFIDA DELLA COMUNICAZIONE

ENEA, 30-31 marzo 2009

Lunedì 30 marzo 2009 ore 10.00

Introduzione

Brunella Marchione

Presidente AICUN

Sono particolarmente lieta di aprire questo nostro Forum 2009, un appuntamento consolidato e tradizionale, nella vita della nostra Associazione.

E' un momento in cui tutti noi decidiamo insieme di prenderci una pausa di riflessione, nella nostra attività lavorativa frenetica e concitata, nella quale spesso il "fare" e l'urgenza della quotidianità prendono il sopravvento sulla riflessione e sull'analisi.

Per due giorni ci fermiamo e, insieme, facciamo il punto della situazione, e analizziamo, discutendone insieme, che cosa è successo in questo ultimo anno nelle nostre università e nella nostra professione di comunicatori. E cerchiamo anche di prevedere cosa accadrà da qui in poi, e quali nuove sfide ci attendono.

Ma prima di cominciare, alcuni doverosi ringraziamenti. In primis desidero ringraziare ENEA, nella cui sede ci riuniamo quest'anno, e il Prof. Luigi Paganetto, Presidente di ENEA, che è qui presente e che ci ha offerto con grande disponibilità di ospitarci.

Un ringraziamento di cuore ai **nostri relatori**, che hanno accettato l'invito di AICUN e che onorano con la loro presenza il nostro incontro annuale. Alcuni di loro sono ospiti frequenti degli incontri AICUN, e la loro presenza assidua ci fa particolarmente piacere, e dà continuità al filo delle nostre discussioni di questi anni.

Naturalmente un ringraziamento ai **nostri soci** e ai partecipanti a questo incontro: la vostra presenza ci sostiene e ci esorta nel procedere, insieme, lungo il cammino a volte non facile della nostra attività come Associazione.

E poi un ringraziamento non rituale ai **membri del Direttivo**, attivi nella sua nuova composizione da giugno 2007, che con grande coesione e incisività hanno organizzato questo appuntamento.

Come sapete, l'AICUN è stata fondata nel 1992, e da quella data in poi abbiamo periodicamente organizzato, almeno due volte all'anno, convegni, seminari di

formazione, dibattiti e momenti di discussione con docenti e professionisti della comunicazione.

In questi momenti di confronto, elencati anche nel nostro depliant istituzionale, oltre che nel nostro sito, abbiamo affrontato negli anni, di volta in volta, i temi che consideravamo i più "caldi", i più interessanti e importanti per il momento che stavamo vivendo e per la nostra professione.

Dibattiti i cui obiettivi sono condividere i pensieri, i problemi e le difficoltà che incontriamo quotidianamente nell'esercizio del nostro lavoro, e così perfezionare la nostra formazione professionale.

Il titolo del nostro incontro annuale (**L'UNIVERSITÀ ITALIANA TRA CRISI E RIFORMA. LA SFIDA DELLA COMUNICAZIONE**) ruota attorno a **due parole-chiave del dibattito sociale e politico** che ha coinvolto l'università italiana in quest'ultimo anno, dal 2008 ad oggi.

Le due parole sono "**crisi**" e "**riforma**".

Non ci riferiamo, se non marginalmente, al concetto di "crisi" che sta purtroppo coinvolgendo e travolgendo le economie di tutti i paesi del nostro pianeta.

Ci riferiamo più precisamente all'idea di "**crisi del sistema universitario italiano**", perché con questo **approccio ormai abituale**, da almeno due anni a questa parte, i titoli dei giornali affrontano e schematizzano le problematiche che stanno vivendo le università italiane.

Un approccio, utilizzato dai media, che possiamo fissare cronologicamente attorno a **inizio 2007**, quando con una frequenza sempre più allarmante ha preso avvio una campagna mediatica focalizzata solo ed esclusivamente su aspetti e elementi negativi.

Si è cominciato da allora a parlare di "università" unendovi concetti quali "concorsi truccati", "baroni e dinastie accademiche", "rettori inquisiti" "malcostume", "lauree honoris causa inflazionate", "esami venduti" e per finire "sprechi e mala gestione".

Anche per questa ragione, per approfondire il tema e cercare di capire **che cosa stava** accadendo sia a livello di **media** che di **opinione pubblica**, dal 2007 AICUN ha deciso di dedicare i propri incontri al tema della **percezione** dell'Università.

A Bologna al COMPA del novembre 2007, abbiamo organizzato un incontro dal titolo **L'UNIVERSITÀ "MEDIATA": COME L'OPINIONE PUBBLICA PERCEPISCE L'UNIVERSITÀ ATTRAVERSO I MEDIA**, nel quale il focus era la rappresentazione mediatica del mondo universitario e quanto questa rappresentazione stava influenzando l'opinione pubblica.

Già nel corso di quell'incontro lanciammo un primo "grido di allarme".

Evidenziammo che esisteva un problema di **rappresentazione distorta, superficiale, parziale** del sistema universitario italiano da parte dei media.

Che venivano **sottovalutati** i cambiamenti epocali che gli atenei hanno vissuto in questo decennio.

Che negli articoli e nei commenti dei giornalisti (spesso, tra l'altro, docenti universitari) non emergevano dati oggettivi, ma piuttosto, **stereotipi e luoghi comuni** che rispondevano più alla **logica degli allarmismi** e dei **pregiudizi che alla realtà oggettiva**.

Che troppo spesso si usavano **dati platealmente falsi e sbagliati**, per giustificare teorie e commenti negativi.

E sottolineammo che l'**Università**, nel nostro Paese, riscuote un **riconoscimento sociale e un consenso troppo scarso e inadeguato rispetto al suo valore**, un problema che in **Italia non riguarda solo l'Università, ma anche in generale la scuola e la cultura**.

E che di conseguenza lo **scarso prestigio**, il **basso valore** che la società italiana riconosce ed esprime nei confronti dell'istruzione, della scuola e dell'Università, fanno sì che questi settori vengano considerati, dall'opinione pubblica italiana, e di conseguenza anche dalla classe politica, essenzialmente **costi, e non investimenti**, come avviene nella maggioranza dei paesi europei dove la ricerca e l'investimento sulla formazione e la didattica sono viste come essenziali per la garanzia di un futuro alle rispettive nazioni

E ci chiedevamo: quanto di questa problematica nasceva, in termini di **responsabilità**, nella **incapacità del sistema universitario italiano di comunicare efficacemente se stesso, la propria complessità e il proprio valore**, partendo da dati reali e non da idee preconcepite?

Di organizzare un **flusso di comunicazione meno intermittente e più costante** con il Paese, capace di colmare l'attuale deficit informativo?

Per approfondire questo tema abbiamo poi commissionato una **Ricerca alla società People**, sulla **percezione dell'Università da parte dell'opinione pubblica e dei suoi stakeholder**.

La ricerca è stata realizzata nel **febbraio 2008**, su un campione rappresentativo della popolazione nazionale, con focus su alcuni target group e con interviste mirate a opinion leader. E' stata presentata e discussa a Roma nel corso del nostro Forum di **marzo 2008**.

Ancora una volta, ma in termini ancora più pesanti e drammatici, è emersa una visione assolutamente univoca e chiara, nelle posizioni espresse dai diversi campioni analizzati (opinione pubblica in genere da un lato, stakeholder - in particolare imprese e famiglie - dall'altro).

Risultati della Ricerca.

1. Università fornitore di servizi. La Ricerca di People-AICUN ha rimarcato una **percezione complessivamente negativa** dell'istituzione universitaria, e una visione generale dell'Università considerata oggi alla stregua di un **fornitore di servizi**.

L'aura di prestigio, di cultura, è quasi del tutto assente. Le valutazioni degli utenti e del pubblico in generale si basano sul **rapporto costi/benefici**, come per un qualunque prodotto o servizio che si acquista e si utilizza.

2. L'associazione dominante è Università = possibilità di trovare un lavoro: Su questo piano, quello della preparazione al lavoro, il giudizio generalizzato è ineluttabilmente e inequivocabilmente **negativo**: le connotazioni attribuite sono improntate a delusione e criticità, sia pur occasionalmente temperate da tratti di positività perlopiù associate ad alcuni specifici indirizzi o più spesso a singoli atenei, e **mai generalizzabili al sistema nel suo complesso**.

Non sorprende quindi, **nel confronto con la situazione all'estero**, che l'università italiana esca invariabilmente perdente, sia sotto il profilo della preparazione al lavoro, che per i metodi di studio, che per l'orientamento alla ricerca e il collegamento con le istituzioni, con il mondo dell'impresa e delle professioni.

3. Il senso di confusione

Inoltre, l'università è percepita come se attraversasse un **processo di continua trasformazione**, di cui non si **coglie** però assolutamente il **senso o la logica** (pochissimi tra gli intervistati sono stati in grado di descrivere neppure sommariamente il significato e le differenze tra laurea triennale e laurea specialistica).

Questa mancanza di comprensione ingenera naturalmente vissuti ancor più negativi, al di là delle evidenze reali di cui ciascuno è in possesso.

Al vissuto di negatività precedente si aggiunge e si sovrappone in un unico intreccio il senso di estrema confusione generato dalla **proliferazione dei corsi di laurea e delle relative denominazioni**, una abbondanza che porta alla dispersione e rende più complicata la scelta.

La generale ignoranza e mancanza di comprensione del processo di riforma rende ancor più grave la **diffusa percezione di negatività e sfiducia** nella capacità di fornire una preparazione in linea con le esigenze e le richieste del sistema sociale ed economico attuale.

4. I docenti. Un ulteriore, generalizzato punto critico è costituito dai **docenti**: ad essi individualmente (ma più ancora al sistema che li genera e li perpetua) vengono **attribuite gran parte delle responsabilità dello stato di cose negativo**: i meccanismi dei concorsi pilotati, baronie con trasmissione ereditaria a "figli e nipoti", il generale disinteresse dei professori verso gli studenti.

I professori i cui interessi risiedono all'esterno dell'università, nelle aziende di cui sono consulenti e nei consigli di amministrazione di cui fanno parte e così via, rappresentano uno **stereotipo negativo e diffuso**, seppure anch'esso mitigato da qualche accenno ad eccezioni, che non modificano il quadro generale.

In conclusione, l'università appare, dai dati della Ricerca People-AICUN, come completamente separata, estranea al mondo del lavoro, dell'impresa e della vita reale, in uno "splendido isolamento" autoreferenziale.

5. SUL PIANO DELLA COMUNICAZIONE, DELL'INFORMAZIONE E DEL DIALOGO, a fronte di un interesse elevato da parte del pubblico, l'università appare come un'istituzione **non amica, nel senso di non facile, non aperta, difficile da decifrare.**

La mancanza di una **chiara percezione dell'offerta complessiva del sistema universitario ingenera insicurezze e insoddisfazioni** nelle informazioni sui singoli atenei e sulle singole facoltà, che vengono ritenute **abbondanti, ma non sempre utili ed esaustive**, e in generale **inadeguate** per le scelte da compiere.

6. COSA SI AUSPICA? La grande maggioranza degli intervistati propone, tra le altre, due indicazioni, per **uscire da questa spirale negativa.**

Due suggerimenti che spiccano per la loro rilevanza e per la loro coerenza con le critiche espresse.

Si tratta di

1. **lotta alle pratiche clientelari**

2. **apertura di un dialogo permanente, in particolare con il mondo dell'impresa.**

Seguono il **sostegno finanziario alla ricerca**, e la **semplificazione del sistema**, intesa sia come riduzione della burocrazia sia come chiarificazione del sistema formativo e del numero di corsi di laurea.

Gli interventi indicati appartengono all'area della **realtà** piuttosto che a quella della comunicazione e richiedono ovviamente **azioni da parte di coloro che reggono i massimi sistemi del mondo universitario**, che possono solo essere auspicate o suggerite.

E cosa possiamo fare, noi comunicatori universitari, in questo quadro un po' disastroso e compromesso? Di quali margini di manovra e di quali risorse disponiamo?

A cosa dobbiamo dare la priorità nella nostra azione, ai temi generali o alla promozione specifica di singoli corsi o di singole iniziative? A comunicare il sistema o le singole eccellenze?

Siamo ben consci che la **comunicazione ha un ruolo centrale e insostituibile nella percezione della realtà**, e nel far comprendere il sistema, i suoi meccanismi, le sue caratteristiche.

E quindi la comunicazione, pur con tutti i **limiti** che le derivano dalle **risorse scarse** e dalla logica in cui è inserita, è pur sempre in possesso di strumenti potenti, e può svolgere un ruolo di **preparazione** e stimolo alla **inversione** di questa spirale negativa, tanto diffusa quanto deleteria e foriera di ulteriori peggioramenti.

Sono necessarie **trasparenza e chiarezza**.

Occorre focalizzare la nostra azione **sull'informazione di base, trovare modalità dirette, chiare, univoche e efficaci**.

Non nascondere i punti critici, ma far emergere gli aspetti positivi, che sono certamente in misura maggiore di quanto normalmente percepito.

Far pervenire agli stakeholder **messaggi di buone pratiche**, notizie di dottorandi e docenti giovani e bravi, casi di imprese soddisfatte dei laureati che hanno assunto, informazioni reali sul collocamento post laurea: in assenza di informazioni, ci si raffigura sempre il peggio.

Una cosa che emerge con certezza da questa analisi, come da decine di analisi e ricerche svolte in altri settori economici e merceologici, è che **l'opinione pubblica oggi vuole trasparenza, chiarezza, onestà in qualsiasi forma di comunicazione**.

Vuole poter capire e poter fare affidamento su quello che ha capito, vuole eliminare la paura di brutte sorprese, di trovarsi di fronte a situazione impreviste o diverse.

E' solo con un'attività di comunicazione costante, tempestiva, completa e affidabile, che si potranno creare le condizioni per un progressivo miglioramento.

Inoltre, occorre affiancare, alla comunicazione dei singoli atenei, una **comunicazione di sistema**. È necessario recuperare il **senso del prestigio della cultura**, del valore dell'università anche come **luogo di creazione del sapere e di trasmissione della conoscenza**, non solo come fornitrice di possibilità di impiego immediato.

E' indubbio che in questi anni è **mancata una comunicazione di sistema**.

Le università non sono riuscite a far fronte e a compattarsi nei confronti dei loro detrattori, **adottando una politica di comunicazione coordinata e coesa**.

Certo, ci sono state alcune azioni clamorose, fortemente rivendicative del diritto di ottenere dai governi finanziamenti almeno sufficienti alla sopravvivenza.

I Rettori, gli organi accademici, ma soprattutto gli **studenti** si sono mobilitati, anche compattamente e per diversi mesi, di fronte ai **tagli** imposti in questi ultimi anni.

Ma sono state sempre **re-azioni ad attacchi esterni**.

Non c'è stata una **strategia di comunicazione positiva ed autonomamente pro-attiva, del sistema universitario**. Anzi, alcuni atenei hanno pensato di staccarsi dal sistema, e di auto-definirsi eccellenti, nel tentativo di salvaguardarsi, a discapito di tutti gli altri.

Dobbiamo risalire a diversi anni fa, per trovare **strategie di comunicazione** da parte del **sistema universitario italiano**, che in modo concordato e coeso aveva programmato e realizzato eventi e azioni di comunicazione volti ad informare con **dati corretti e puntuali** l'opinione pubblica, i media, il mondo politico.

E' ben chiaro a tutti coloro che operano nel mondo universitario che l'aver creato, anche grazie ai media, un clima di sospetto, un'aurea di spreco e una percezione negativa delle università italiane, distribuendo a man bassa dati falsi che nessuno si preoccupava di contestare, pubblicando volumetti falsamente divulgativi sulla **"malgestione del mondo accademico italiano"**, è stata azione propedeutica e necessaria a giustificare i tagli indiscriminati che sono poi stati operati ai finanziamenti pubblici.

Chi vuol difendere un mondo rappresentato come centro di spreco?

Chi si sente di difendere una realtà raffigurata come clientelare e di potere?

In questo senso coloro che vogliono affossare il sistema universitario pubblico in Italia si sono dimostrati certamente comunicatori più efficaci di tutti noi.

Parliamo un attimo anche dei tagli: le voci più forti che si sono levate, in difesa dell'università pubblica italiana, sono state quelle dei suoi **studenti**. Coloro che in università ci vivono ogni giorno, coloro che ci credono e che hanno la riprova, ogni giorno, che nelle università italiane si studia e si fa ricerca con grande serietà. E che la formazione che le università italiane forniscono è di altissimo livello. Diversamente non avremmo così tanti cervelli da esportare..

Sono stati gli studenti ad affermare che un **paese che non investe nella cultura e nella formazione dei propri giovani è un paese che non ha futuro**.

Possiamo anche dire che mentre in Italia si continua a tagliare e a disinvestire sulla scuola e sull'università, negli USA e nei paesi del nord Europa (Svezia, Finlandia), ma anche in Giappone e in Corea, e comunque nella media dei paesi OCSE, le strategie e le politiche di investimento pubblico sull'università, **anche in questo tempo di crisi**, sono esattamente opposte a quelle dell'Italia.

Basta fare una rapida ricerca in rete: **l'Italia è sempre agli ultimi posti**, tra i paesi industrializzati, per gli investimenti pubblici all'università.

Secondo i dati OCSE pubblicati nel settembre 2008

1. la spesa totale per la formazione universitaria rispetto al PIL, cioè alla ricchezza nazionale, **pone il nostro Paese all'ultimo posto** (insieme alla Repubblica Slovacca) con un misero 0,9% a fronte di un valore medio dell'1,3% nei 19 Paesi europei dell'OCSE sino al valore massimo dell'1,7% di Danimarca e Finlandia. Per non parlare degli irraggiungibili valori di Corea (2,4%), Canada (2,6%) e USA (2,9%).
2. Se si considera la quota **dell'intera spesa pubblica nazionale** che è destinata all'università, anche in questo caso l'Italia occupa tristemente e da sola **l'ultima posizione** con l'1,6% quando tutti gli altri Paesi europei vantano percentuali superiori al 2% fino addirittura al 4,5% della Danimarca, con una media europea del 2,8%.
3. Se si considera la spesa italiana per l'università in rapporto al numero degli studenti, **l'Italia con 8.026 dollari occupa in Europa il tredicesimo posto su diciotto**. La seguono, nell'ordine, solo Repubblica Ceca, Ungheria, Grecia, Polonia e Repubblica Slovacca. Ci precede il Portogallo con 8.787 dollari, fino al massimo di 15.946 dollari della Svezia. La media è di 10.474 dollari.
4. Si potrebbe infine supporre che siano gli studenti universitari e i laureati ad essere troppi in Italia. Sarebbe l'ennesimo errore. Il rapporto OCSE mostra che ancora una volta l'Italia è **ultima in Europa per percentuale di laureati nella fascia di popolazione 25-64 anni: 13% contro una media del 24%**, un valore massimo del 35% della Danimarca e gli irraggiungibili USA (38%),

Giappone (41%) e Canada (47%). In termini assoluti rispetto alla media europea mancano all'appello circa 3,5 milioni di laureati italiani.

I dati OCSE dimostrano con **stupefacente chiarezza** che **non è vero che in Italia si spende troppo per l'Università**.

Sottolineo che questi sono dati di "ieri", e mi chiedo cosa accadrà "domani", quando questa "politica dei tagli" avrà espresso tutti i suoi effetti?

Quell'ultimo posto che l'OCSE documenta è **destinato a rimanere tale**, anzi il divario con gli altri Paesi inesorabilmente aumenterà.

Nonostante questi dati, il governo ha deciso di **diminuire ulteriormente** il già basso investimento statale nelle università.

Il fondo di finanziamento ordinario è destinato a scendere dai 7,4 miliardi attuali ai 6,4 previsti del 2013, cioè un taglio di oltre il 13%, con un picco nel 2010 quando il taglio in un solo anno sarà del 10,3%.

La verità è che manca un **disegno strategico nella politica italiana verso il mondo universitario, e non da oggi**.

Ciò che traspare con una certa chiarezza è la volontà di **"dismettere" le università pubbliche italiane**, magari sollecitandone la **trasformazione in fondazioni** di diritto privato. Quasi che il mero cambiamento di forma giuridica possa implicare miglioramenti di funzionamento.

Dimenticando le dichiarazioni di Praga (2001) e di Berlino (2003), sottoscritte dal nostro come da tutti gli altri governi europei, in cui si afferma solennemente che la formazione universitaria **"è e deve rimanere un bene pubblico ed una pubblica responsabilità"**.

E poi, **fra tanti dati falsi**, riportati con leggerezza dai media e **senza nessuna voce che si levi a cercare di ristabilire la verità**, ve ne riporto **due, questa volta veri**, sui quali credo sia opportuno fermarsi a riflettere.

Il primo dato: a inizio febbraio il ministro Gelmini ha comunicato che le immatricolazioni all'anno accademico in corso 2008-09 hanno registrato un vistoso **calo rispetto ai dati del biennio precedente. La contrazione è del 4.4% a livello nazionale, con punte al sud del -6.6%**.

Nonostante sia aumentato il numero degli studenti che hanno conseguito il diploma di scuola media superiore, si sono iscritti all'Università **14.000 giovani in meno**.

Ci siamo persi 14.000 matricole, 14.000 giovani che invece di frequentare aule universitarie, biblioteche e laboratori hanno deciso di **interrompere la loro vita di studenti** e di cercare un lavoro. Credo sia un fenomeno davvero preoccupante, passato sotto silenzio, e su cui ci si dovrebbe invece interrogare.

Secondo dato: la finanziaria 2009 ha imposto alle amministrazioni pubbliche (quindi anche alle Università statali) un taglio dei budget destinati alla comunicazione del **50%** rispetto a quanto speso nel 2008.

Quest'ultima cifra era, a sua volta, bloccata dal 2006, anno in cui per la prima volta la finanziaria aveva di imperio decurtato del **50%** il budget di comunicazione delle aa.pp. rispetto a quanto speso nel 2004.

Riepilogando, nel 2009 le Università pubbliche potranno disporre per la comunicazione il 25% di quanto investivano nel 2004.

Ricordo però che la Direttiva Frattini nel 2002 prescriveva che le amministrazioni pubbliche dovevano investire per le loro attività di comunicazione almeno il 2% del proprio bilancio generale.

E' un dato che si commenta da solo.

Anche in questo caso, **un silenzio assordante**, da parte delle associazioni dei comunicatori pubblici così come dal mercato, ha lasciato non commentata questa decisione politica. Nessuna reazione, nessuna protesta.

In questo panorama un po' sconcertante, le Università si avviano all'applicazione **dell'ennesima riforma, la legge 270**, varata nel 2004 dal Ministro Moratti e perfezionata dai successivi decreti del Ministro Mussi nell'estate 2007.

Si cerca di apportare modifiche e migliorie di alcun pesanti storture provocate dalla legge 509, introducendo limiti, indicatori e griglie di qualità finalizzati ad una più efficace programmazione dei corsi di studio offerti da ogni Ateneo.

E qui finalmente un elemento positivo.

Desidero portare la vostra attenzione su un aspetto che ritengo di **grande importanza** per la nostra attività di comunicatori universitari.

E' in assoluto la **prima volta** che una legge di riforma universitaria prevede, come *conditio sine qua non* della programmazione dei corsi di studio, **il rispetto di indicatori di trasparenza**.

Sono dunque stati fissati, in modo non opzionale, i **requisiti di trasparenza** a cui l'offerta didattica delle università deve uniformarsi.

Una serie di informazioni sui corsi, sugli insegnamenti che li compongono, sui docenti che li tengono, sugli sbocchi occupazionali e sui livelli di soddisfazione degli studenti già iscritti, che formano la **piattaforma informativa di base** affinché lo studente effettui una scelta ponderata e non casuale.

La normativa fissa non solo un elenco di voci necessarie, ma anche le caratteristiche che queste informazioni devono avere: e dunque **completezza, tempestività, accuratezza**.

Ed è stato scelto il **web** come mezzo di comunicazione unico, destinato a raccogliere tutte le informazioni utili per lo studente.

Cedo che questo sia un **approccio assolutamente innovativo**, ed una vera e propria rivoluzione, nell'affermazione del **dovere, da parte degli atenei**, di informare i futuri studenti **tramite il web** circa le caratteristiche di base dei corsi proposti.

Viene così ad affermarsi la **volontà di stipulare**, tra ateneo e studente, un **patto comunicativo** che realizza compiutamente il **diritto dello studente ad accedere a tutte le informazioni necessarie** e il conseguente **dovere dell'università a raccogliere ed accorpere in modo completo tutti i dati sui corsi offerti**.

E' questo un efficace e significativo "**punto fermo**" e un segnale del **valore delle attività di comunicazione delle università** che credo tutti noi dobbiamo accentuare ed evidenziare.

Concludendo, in **tempi di crisi**, occorre **ottimizzare le risorse, e saper trasformare i problemi in opportunità**, soprattutto nel nostro settore professionale, cioè nella comunicazione.

Occorre **imprimere una diversa articolazione** alle nostre strategie, con un netto spostamento delle attività di comunicazione verso **media a basso costo**, verso i **nuovi media e il mondo digitale**.

Per questa ragione domani dedicheremo spazio a fenomeni quali e il **web 2.0** e le **radio di ateneo**, ovvero laboratori entro i quali affinare nuove tecniche di comunicazione.

Media su cui ci siamo soffermati anche nell'ambito della nostra "Ricerca sulle attività di comunicazione delle università italiane", che presenteremo domattina, martedì 31 marzo.

Non solo perchè la comunicazione on line ha costi globalmente minori di altri media fin qui utilizzati, ma soprattutto perchè assicura una **maggiore flessibilità** nella gestione

delle risorse, e la possibilità di misurare l'efficacia dell'azione praticamente in tempo reale, riuscendo, se necessario, a correggere immediatamente il tiro.

Non penso solo ai social network o ai blog, ma al modo con cui internet sta trasformando anche gli strumenti di comunicazione "tradizionali", come per esempio gli uffici stampa.

E per via di quelle **strane casualità** che hanno in sé significati inaspettati, la tesi che è stata prescelta tra quelle presentate per il Bando AICUN 2008 come migliore Tesi di Laurea sulla Comunicazione Universitaria analizza ed esamina il **tema delle web radio universitarie**.

Siamo alla 6° edizione di questa iniziativa, che ha riscosso in questi anni sempre più interesse e partecipazione, e che si afferma come giovane tradizione della nostra associazione.

Quest'anno la nostra Commissione, presieduta da Simonetta Pattuglia e composta da Maria Licia Zuzzaro e da Andrea Costa, ha operato una attenta selezione, tra una decina di tesi presentate, lavori di assoluto rilievo e di notevole originalità, data la qualità dei lavori ricevuti. E la scelta, a quanto ci dicono, non è stata affatto semplice, dato l'alto livello di elaborazione espressa nei lavori presentati.

Il vincitore è il dottor Alberto MARANGIO, laureato presso l'Università di Roma Tor Vergata, Facoltà di Lettere e Filosofia, Corso di laurea specialistica in **"Editoria, Comunicazione multimediale e Giornalismo"**.

La tesi premiata ha come titolo **"Comunicazione pubblica e nuove tecnologie. Il caso di Radio Tor Vergata"** - Relatore: Prof.ssa Claudia Gina Hassan

La motivazione è la seguente:

"La tesi premiata è una interessante analisi critica di un nuovo canale della comunicazione pubblica in Italia, e cioè la "web radio", di cui viene presentata l'ancor breve storia in rapporto ai canali più tradizionali e al web in generale. L'autore ha illustrato, in maniera molto sistematica e con efficacia comunicativa, come e perché si siano affermati gli strumenti offerti dalle nuove tecnologie in ambito universitario, evidenziando anche i problemi che possono derivare da un loro uso non corretto. La disamina del caso di Radio Tor Vergata mostra infine un buon grado di approfondimento nell'analisi delle potenzialità del progetto, che viene anche comparato ad altre esperienze analoghe già avviate in altri atenei italiani".

Grazie per la vostra attenzione, e buon lavoro.