



## la provocazione

### LAVORO O PETTEGOLEZZO ?

"Spettabile redazione, dal sito di un settimanale romano specializzato sul mercato del lavoro abbiamo ricevuto la newsletter che vi allegiamo. Dopo averla letta, ci siamo fermati a riflettere. La domanda che ci siamo fatti è la seguente: che senso ha scrivere:

"Sulle Fs c'è un piano approvato dal Governo, ma l'azienda per ora non si sbottona".

"Gli annunci di selezione pubblicati dalla Rai hanno invece scatenato la reazione dei precari, che si sono visti scavalcati, mentre l'azienda ha confermato l'intenzione di andare avanti".

"Infine, i 300 autisti al Cotral: per oggi, martedì, è prevista una conferenza stampa chiarificatrice, anche se l'accordo azienda-Regione-sindacati presenta ancora qualche punto da chiarire."?

Dal nostro punto di vista, questa non è "buona informazione" nella ricerca del lavoro. Quando si compra un periodico specializzato, non si cerca né il gossip né lo scoop né il ricamo al merletto.

Questa deriva verso il "pettegolezzi riempitivo" mi sembra assomigliare a quello che è accaduto nella stampa sportiva: visto che le partite di calcio ci sono solo la domenica, dopo averle commentate il lunedì che cosa scriviamo nel resto della settimana? Per vedere i risultati basta comprare il Corriere dello Sport o la Gazzetta dello Sport in un giorno infrasettimanale.

Prima di trarre le nostre conclusioni su questi titoli, vorremmo conoscere la vostra opinione.

**Coordinamento Regionale Lazio  
Associazione Atdal Over 40  
www.atdal.it**

Risulta sempre un po' antipatico esprimere giudizi sull'operato di altri mezzi di informazione. In particolare, il periodico specializzato che ha inviato la newsletter e pubblicato lo stesso articolo sulla sua prima pagina della scorsa settimana, è il settimanale Lavorare, molto diffuso a Roma e in tutto il Lazio. Non abbiamo mai negato il nostro apprezzamento nei confronti di Lavorare, che (lo dichiariamo apertamente) consideriamo uno dei pochi, se non l'unico periodico specializzato in Italia che merita attenzione per serietà e completezza d'informazione. Ovviamente, escluso Lavoro e Carriere.

Questa volta siamo però chiamati in causa da una associazione come Atdal Over 40, che da

INVIATE OSSERVAZIONI O ALTRE RICHIESTE A:

Redazione Busto Arsizio  
Lavoro e Carriere  
via Fontana 1  
21052 Busto Arsizio (VA)  
fax 0331/387210

Redazione Roma  
Lavoro e Carriere  
piazza delle Crociate 2  
00162 Roma  
fax 06/44290430



oppure via e-mail a:  
**lettere@catapulta.it**

sempre porta un notevole contributo allo sviluppo delle dinamiche del mercato del lavoro italiano, con grande attenzione ai problemi della comunicazione. Dunque, accettiamo di entrare nel dibattito, precisando però subito che non avrebbe significato esprimere giudizi sulla linea editoriale degli altri giornali.

La linea editoriale di Lavoro e Carriere e di Catapulta.it non lascia molto spazio alle chiacchiere o alle illazioni. Anzi, non ne lascia affatto. Dal primo numero del nostro settimanale, oltre dieci anni fa, abbiamo ritenuto di privilegiare una informazione concreta, forse a volte un po' troppo secca per i gusti di qualcuno, con un unico obiettivo: dopo aver letto l'articolo, il lettore deve essere in grado di sfruttare la notizia, di agire, di inviare una candidatura o presentarsi ad una selezione. Dopodiché la notizia passa in archivio.

Quando abbiamo intrapreso l'avventura della nostra edizione romana, giusto un anno fa, ci siamo invece trovati di fronte ad una barriera di concorsi per vigili urbani che ogni minuto sembravano moltiplicarsi, anche attraverso una copertura a tappeto di locandine dell'intera Capitale. Accanto allo storico Lavorare, negli ultimi tempi sono infatti sbarcati all'ombra del Colosseo una pleora di fogli urlanti, che definire periodici specializzati sarebbe imbarazzante.

Nulla a che vedere, questi così, nemmeno con il concetto di linea editoriale. Di fronte a sette o otto locandine che tappezzano totalmente ogni edicola ed i suoi spazi nemmeno troppo limitrofi, di fronte a metodi oscuri per incentivare le vendite, dobbiamo constatare l'esistenza di vere e proprie strategie criminali, che è purtroppo ancora prematuro denunciare dettagliatamente in questa rubrica.

Ma l'aspetto più allarmante riguarda, oltre la forma, anche la sostanza di queste metodiche d'informazione. Ad esempio, non è che i concorsi per vigili urbani a Roma o in Italia si moltiplicano miracolosamente, alluvionando il mercato del lavoro: il concorso in questione, urlato in locandina e in copertina, è sempre lo stesso da mesi e mesi. Evidentemente, esiste una frangia di nuovi disoccupati e nuovi lettori ingenui condannati a farsi fottere (e ribadiamo: fottere!) da qualche locandina. Per carità, dopo aver buttato via due euro anche i meno ac-

corti comprendono la lezione. Ma la farsa di questi fogli di carta stampati prosegue la sua corsa nel fertile terreno della disoccupazione disperata e disorientata.

E così, eccoci riproposta dal novembre dello scorso anno, la saga degli autisti Cotral. Ci spiace sinceramente prendere in prestito le parole di Lavorare che, ribadiamo, è l'unico interlocutore serio in questo desolante panorama: su questa mirabolante opportunità, a quanto pare, "c'è ancora qualche punto da chiarire." Da novembre? E tutte le locandine e le prime pagine (non di Lavorare) che ci hanno fracassato negli ultimi sei mesi?

Insomma, c'è da scommettere che il tormentone della stagione estate-autunno 2007, nemmeno l'avessero portato in passerella Dolce & Gabbana, sarà proprio il neonato concorso Rai. Rigorosamente riservato agli under 30, con buona pace delle leggi anti-discriminazione. E degli sforzi di professionalizzazione e sviluppo della comunicazione sul mercato del lavoro che la nostra redazione sta promuovendo da oltre dieci anni.