

Brevi note a margine del Corso su “Comunicare la Professionalità”

Marco Cossutta

ABSTRACT

Il breve intervento vuole specificare la fondamentale differenza fra due approcci che il professionista scegliere nel rapportarsi al cliente; per un verso si tratteggia un rapporto fondato sulla comunicazione e, quindi, sul coinvolgimento dell'utente nel processo professionale, per altro, in contrapposizione al primo, si descrive un rapporto con il cliente incentrato sulla mera informazione delle proprie capacità professionali, che fa della professione, anziché un'attività pubblica, un mysterium.

PAROLE CHIAVE

COMUNICAZIONE;
INFORMAZIONE;
PROFESSIONE;
PROFESSIONALITÀ;
MESTIERI.

SOMMARIO

1. COMUNICARE VERSUS INFORMARE?; 2. INTORNO ALL'INFORMARE SULLA PROFESSIONALITÀ; 3. SUL COMUNICARE LA PROFESSIONALITÀ; 4. DAI MESTIERI ALLA PROFESSIONE

1. COMUNICARE VERSUS INFORMARE?

La titolazione che caratterizza il percorso formativo promosso dal Centro di Ricerche sulla Metodologia Giuridica di Trento e dal Tavolo d'ambito della PAT Gi. Pro.-Giovani Professioni, in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Giuridiche dell'ateneo trentino e con il Corso di Master in primo livello in Analisi e Gestione della Comunicazione attivato presso l'Università degli Studi di Trieste, induce di per sé ad alcune generali considerazioni di carattere preliminare.

A questo proposito risulta particolarmente utile, anche al fine di meglio specificare quello che pare essere la *ratio* sottostante all'intervento formativo, premettere come in questa sede il portato semantico della forma verbale *comuni-*

*care*¹, utilizzata nel titolo del corso, non appare identico a quello della forma verbale *informare*², anche se, a prima vista, i due termini potrebbero risultare quali sinonimi. Non a caso la scelta per designare l'iniziativa è caduta sulla prima (il comunicare) e non sulla seconda (l'informare).

Si ritiene, pertanto, che una cosa sia comunicare la professionalità, altra cosa apparire, invece, informare sulla professionalità e ciò a maggior ragione in un ambito che vuole caratterizzarsi attraverso il trasferimento di conoscenze teoriche, nonché di competenze e capacità pratiche, volte a meglio attrezzare il professionista nel suo rapporto vuoi con i suoi

¹ Il verbo comunicare, dal latino *communicare*, è una derivazione di *communis*, il che denota la tensione a “rendere comune, far parte ad altri di ciò che è proprio” (citiamo dal *Vocabolario della lingua italiana*, edito dall'Istituto della Enciclopedia Italiana, al quale si fa riferimento anche per gli altri termini qui richiamati). Va anche rammentato che nel senso ecclesiastico il termine evoca la partecipazione alla mensa eucaristica, *communicare altari*, da cui la comunione, *communio*.

² Il verbo informare, dal latino *informare*, ritrova il proprio significato nell'operazione di dare forma, di plasmare alcunché secondo la propria volontà.

referenti istituzionali, la pubblica amministrazione *in primis*, vuoi con il suo potenziale mercato, da qui l'interesse per il marketing e per i mass media.

2. INTORNO ALL'INFORMARE SULLA PROFESSIONALITÀ

Al fine di poter giustificare la distinzione sopra accennata, si ritiene di poter riconoscere come l'utilizzo del termine informazione evochi in un certo qual modo la reclamistica³, tanto da ritenere che il professionista informi sulla propria professionalità il potenziale cliente, in quanto il destinatario del messaggio debba risultare abbagliato dallo stesso e, nel contempo, attratto da *qualcosa* – la professionalità – la quale non gli è propria, perché non gli appartiene, ma ciò non di meno la può (solo) *possedere* attraverso l'ingaggio del professionista, che meglio di altri a saputo informarlo sulle proprie conoscenze, competenze e capacità professionali.

Appare fuori dubbio come l'informazione, all'interno di questo quadro, attira il cliente attraverso uno sfoggio ben confezionato della professionalità, ma non lo coinvolge in alcun modo nella professionalità stessa, mantenendo in tal modo una netta separazione fra il professionista ed il destinatario della propria opera, il quale risulta pertanto, proprio a causa dell'abbaglio iniziale, totalmente all'oscuro dei meccanismi che sovrintendono al (corretto) agire professionale.

3. SUL COMUNICARE LA PROFESSIONALITÀ

Differente appare invero l'idea di comunicare la professionalità, dato che una comunicazione tra professionista e potenziale cliente implica rendere comune l'oggetto comunicato, tanto che questo, pur non potendo considerarsi pienamente proprio al destinatario della comunicazione, non gli sarà neppure del tutto estraneo, e, nel contempo, il professionista, co-

³ Mi permetto in proposito di rimandare al mio scritto *Sull'utilizzo fuorviante d'un termine. Il caso dei vizi della pubblicità*, apparso sul secondo fascicolo del 2010 di questa rivista.

municando la professionalità che gli è propria non ne risulterà in alcun caso alienato ritrovando nel suo cliente non un oggetto passivo, su cui esercitare il fascino delle sue conoscenze, competenze e capacità professionali, ma un interlocutore attivo.

In tal modo la comunicazione fa sì che nel processo professionale vengano coinvolti anche coloro che a questo si accostano con il solo intento di usufruire passivamente della professionalità, ovvero, come sopra si diceva, di *possederla*. La comunicazione della professionalità rompe il rapporto passivo che invece caratterizza il rapporto fra destinatario della mera informazione sulla professionalità ed il professionista che l'emette. Si assiste, pertanto, se non ad un pieno coinvolgimento del cliente nel processo professionale, invero difficilmente raggiungibile (e forse anche auspicabile) dato il divario di professionalità che caratterizza le due figure del rapporto, quanto meno ad un non relegare, da parte del professionista, in un ruolo meramente passivo, di puro ed ignaro usufruttore, il cliente, ma, al contrario, il cliente diviene, sia pure collocandosi in diversa posizione rispetto al professionista, partecipe del processo professionale innescato dalla sua richiesta di conoscenze, competenze e capacità.

4. DAI MESTIERI ALLA PROFESSIONE

Si può dunque riconoscere come la comunicazione della professionalità si lega intimamente, sino al fondersi, con la pratica pubblicitaria, intesa nel senso più nobile del termine, mentre la informazione sulla professionalità si confonde con una attività di natura reclamistica⁴.

Concludendo queste brevi note non va in ogni caso disconosciuto come una corretta attività di comunicazione professionale presenta degli indubbi e positivi profili operativi, che vengono dimostrati dai risultati non solo economici ottenuti dai professionisti, i quali, sia pure in differente maniera coinvolgono nelle loro professioni, comunicandone la professionalità, i loro clienti, che, da ignari utenti, divengono partecipi del processo.

⁴ Cfr. *ibidem*.

La comunicazione ha la funzione non di abbagliare il cliente, ma di svelare i mestieri⁵ trasformandoli da arcane pratiche a professioni⁶ pubbliche; l'informazione, viceversa, nella prospettiva qui solcata, mantiene il mistero sul mestiere facendolo soltanto risplendere agli occhi del potenziale cliente. Ma ciò che risplende può anche abbagliare in modo tale che l'osservatore perda del tutto la cognizione dei contorni dell'oggetto che splende davanti ai suoi occhi.

Marco Cossutta, professore associato di Filosofia del Diritto presso l'Ateneo tergestino, ove ha diretto il master di primo livello in Analisi e gestione della comunicazione, è membro del Comitato direttivo della Scuola di dottorato in Giurisprudenza con sede amministrativa presso l'Università degli Studi di Padova e del Comitato direttivo del Centro di Ricerca sulla Metodologia Giuridica con sede presso l'Università degli Studi di Trento.

5 Il sostantivo *mestiere* può ritrovare la propria origine nel *ministerium* senza però omettere la possibilità di derivazioni e di incroci con il *mysterium*, che farebbe del mestiere qualcosa da praticare in modo misterioso se non altro per non farsi carpire l'arte.

6 Il sostantivo in oggetto deriva dal verbo latino *profiteri*, il cui participio passato suona come *professus*, pertanto richiama esplicitamente una dichiarazione aperta e pubblica.