

idee

PERCORSI

Possiamo curare la società attraverso il lavoro

Paolo Marasca e Marco Bentivogli

Lavoro è uno degli aspetti della condizione umana più sottoposti al cambiamento. Oggi, si trova al crocevia delle tre grandi transizioni - tecnologica, ambientale, demografica - con la conseguenza di profondi mutamenti non solo nella sua organizzazione, ma anche e soprattutto nel significato che riveste per i soggetti e le comunità. Che senso ha il lavoro oggi? E dove incontra il significante della cura?

Gli "ingredienti" del nuovo lavoro sono, in molti casi, inediti. Ed è sempre più urgente pensare, progettare e organizzare nuove architetture (e nuovi architetti) di esso. La tecnologia introduce nuovi comportamenti, modelli di organizzazione e forme di collaborazione. La rivoluzione demografica comporta nuove dinamiche di circolazione di lavoratrici e lavoratori e nuovi bisogni rispetto a formazione, inclusione, tutela. La transizione ambientale condiziona le scelte di industrie, imprese e mercato, in maniera asimmetrica, dal momento che le regole non sono uguali dappertutto, né per tutti.

In un tale contesto, parlare di competenze ha senso solo se si crea una corrispondenza tra la crescente domanda di specializzazione e di abilità umane e nuovi modelli di apprendimento e formazione, di sviluppo della professionalità, di coesione nel mondo del lavoro. In caso contrario, i divari sociali sono destinati ad aumentare drammaticamente.

Nel nostro Paese, il 12% dei lavoratori sono oggi working poor, persone che pur lavorando sono povere e non riescono a vivere in modo dignitoso. Molte di loro si trovano in condizioni di lavoro saltuario o part-time involontario, altre sono vittime del mismatch che viene a generarsi tra domanda e offerta di lavoro in termini di competenze: quando tra la velocità di trasformazione del lavoro e quella di adeguamento dei lavoratori ai nuo-

vi processi si crea un divario, assistiamo alla paradossale coesistenza di disoccupazione e posti vacanti.

D'altro canto, il calo delle nascite comporterà una perdita di oltre 5 milioni di persone in età da lavoro entro il 2040, un dato cui si aggiungono la tendenza dei giovani a ritardare l'ingresso nel mondo del lavoro e la diffusione del fenomeno dei NEET, giovani che non lavorano né studiano e dunque non investono nel futuro né contribuiscono professionalmente alla società in cui vivono.

La cornice di questo scenario è l'imperativo al consumo che caratterizza la società contemporanea, nella quale

l'identificazione avviene proprio sul lato del consumo e del godimento anziché su quello del lavoro e della costruzione di un desiderio solidale. Identificarsi nell'atto del consumo significa in definitiva fare a meno dell'Altro e assecondare lo sfaldamento del tessuto sociale in nome del godimento individuale.

Il concetto di Cura interviene nel discorso in maniera trasversale. Da un lato, un lavoro fatto con cura (vale a dire un lavoro fatto bene con gli altri) assume di per sé un senso umano prima che produttivo e rigenera una coesione sociale ridotta ai minimi termini. Ciò significa che i modelli di lavoro ma anche le regole del mercato devono restituire dignità e pari condizioni alle lavoratrici e ai lavoratori, alle imprese e ai sistemi nazionali e internazionali. Da un altro lato, la riduzione delle disparità garantita da modelli contemporanei di lavoro e l'equazione lavoro = dignità contribuiscono al benessere soggettivo e collettivo e alla riduzione di sintomi con cui oggi facciamo troppo spesso i conti: eccessi di fatica e di stress, patologie legate al mondo del lavoro, frustrazione economica che diventa relazionale e sociale e via dicendo, tutti aspetti del medesimo problema che si riversano sul nostro sistema sanitario.



In altre parole, collegare i concetti di cura e di lavoro significa essere coscienti del fatto che le nostre società hanno bisogno di nuovi legami sociali e relazionali oltre che di nuove economie. Per un lavoro ben fatto e che non faccia ammalare, la dimensione della cura deve entrare nell'organizzazione aziendale. Servono gli "archi-

La qualità del lavoro non può essere affidata solo al mercato o alle singole imprese: dignità, benessere e giustizia sociale devono essere imprescindibili. Per affermarlo occorre rivolgersi ai consumatori

tetti del lavoro" perché bisognerà, nello stesso spazio, nutrire dimensioni che hanno tempi diversi: la velocità dell'efficienza e la doverosa pazienza della cura. È l'unica possibilità che abbiamo per ricostruire una dimensione comunitaria del lavoro ben fatto con gli altri, in cui ognuno si prende cura del proprio progetto di lavoro e di chi ha accanto. La dimensione iper competitiva della performance individuale e dei "talenti" sta creando imprese e organizzazioni da cui è partita la fuga. Il lavoro deve far "fiorire" le persone, restituire una dimensione realizzativa. Si va volentieri dove si cresce e dove le condizioni sono "giuste".

La chiave è la qualità del lavoro, che non può essere affidata tout court al mercato e nemmeno all'intraprendenza e alla virtù delle singole imprese. Non solo per l'omeneo. È necessario affermare un concetto di lavoro in cui la dignità, il benessere e la giustizia sociale sono imprescindibili. E lo si può rivolgendosi a chi ha il maggiore potere contrattuale: i consumatori. Impegnarsi affinché le imprese e i territori in cui le condizioni di lavoro non sono accettabili vengano penalizzate dalla domanda, i mercati che rifiutano la sostenibilità vengano penalizzati, e questi comportamenti si riflettano nella scrittura di nuove regole condivise.

La pressione dei consumatori sensibili a questi temi è essenziale per indirizzare le scelte delle imprese e degli Stati verso comportamenti virtuosi, come molti casi degli ultimi anni dimostrano. Quello dei consumatori può progressivamente divenire un desiderio condiviso che va verso valori di giustizia sociale, di uguaglianza e di sostenibilità, che non si oppone all'idea di crescita ma la delinea in base a tali valori, condizionando il mercato positivamente.

Un simile desiderio, che va stimolato attraverso monitoraggio e un'adeguata informazione ai consumatori, va affiancato e seguito dall'intervento della politica e dalle imprese che possono quindi esercitare il suo compito primario, quello di sostenere e accelerare la spinta a un futuro migliore che proviene dalla sua stessa collettività.

*Paolo Marasca e Marco Bentivogli saranno tra i protagonisti della nona edizione di **KUM! Festival**, dal 17 al 19 ottobre a Pesaro, rassegna ideata e diretta dallo psicoanalista Massimo Recalcati. Il tema di quest'anno è "Salute. Avere cura".*

© RIPRODUZIONE RISERVATA