

Il lavoro del lavoro nella società dell'informazione

Nicoletta Rocchi, Rosario Strazzullo

L'inevitabile non accade mai. L'inatteso sempre.

J.M. Keynes

1. Una questione di metodo

Una riflessione sul lavoro nel mondo della comunicazione si scontra con un primo problema: cosa è giusto comprendere in questa classificazione e cosa escludere? I numeri, di conseguenza i fattori più qualitativi, cambiano se consideriamo solo chi contribuisce direttamente a produrre apparati e servizi o se, come fanno alcune ricerche, includiamo anche chi utilizza saltuariamente o continuativamente le tecnologie della comunicazione. In un caso parliamo di qualche centinaia di migliaia di addetti, nell'altro ci avviciniamo al milione di unità, nell'accezione più larga arriviamo ad alcuni milioni.

A nostro avviso conviene partire da un campione più ristretto per poi verificare in corso d'opera l'utilità di un allargamento del nostro obiettivo d'indagine. Se riusciremo a percorrerlo compiutamente, già questo primo tratto di strada ci fornirà elementi di conoscenza che, pur avendo connotati di specificità, saranno in grado di farci intravedere profili di ordine più generale. Quando poi riuscissimo ad allargare lo sguardo sulle trasformazioni del lavoro in chiave complessiva probabilmente faremmo un po' di luce anche sui cambiamenti sociali e culturali che la pervasività di tali trasformazioni sta determinando.

* Nicoletta Rocchi è segretaria confederale della Cgil e responsabile dell'area Reti, terziario e cooperazione.

** Rosario Strazzullo è coordinatore del dipartimento Servizi e terziario della Cgil nazionale.

Pur scegliendo l'approccio circoscritto, abbiamo valutato l'utilità di comprendere nel nostro campo di osservazione sia le infrastrutture sia i servizi e i contenuti, cosicché il nostro osservatorio riguarda: la progettazione e produzione di apparati di telecomunicazione; la progettazione e gestione di servizi di telecomunicazione; l'informatica hardware e software; l'informazione editoriale; l'informazione e l'intrattenimento radiotelevisivo; la comunicazione digitale che passa attraverso il web. Sono stati infine indagati altri due aspetti rilevanti che attraversano questi settori, cioè le trasformazioni della parte distributiva e commerciale e il tema delle risorse pubblicitarie.

2. Come sono cambiate le imprese e i mercati?

2.1 *Telecomunicazioni*

Chi conosce l'industria delle telecomunicazioni sa che la produzione, controllando la tecnologia, ha sempre condizionato e pesato nell'assetto e nella gestione dei servizi. Assistiamo non a caso a forti alleanze e concentrazioni che riguardano le imprese principali (Nokia/Siemens, Ericsson/Marconi), all'evoluzione verso prodotti e sistemi meno voluminosi e più ricchi di software e di funzioni, al tentativo di spostarsi verso i servizi dove vi sono più margini di guadagno. Insistono poi nel settore forti innovazioni legate allo sviluppo della telefonia mobile con ricadute positive che riguardano i servizi, i contenuti e i terminali (At&T annuncia un aumento di ricavi legati a I-Phone di Apple). Inoltre l'erosione della maggiore componente di guadagno dei vecchi monopoli rappresentata dalla telefonia vocale, fa spazio all'avvio della telefonia via internet, mentre l'apertura dei mercati secondo il modello europeo, complicata ma progressiva, vedrà un'ulteriore prossima evoluzione con l'avvio di un terzo ciclo di nuove regole dopo quelle degli anni novanta e del 2002. Per avere futuro, infatti, la dimensione d'impresa si fa sempre più internazionale (mercati, investimenti, assetti azionari) perché le telecomunicazioni sono un settore a forte innovazione, ma anche maturo, quindi la crescita avviene per acquisizioni e non più perché aumentano i ricavi su mercati che si sviluppano. Infine, il rapporto tra infrastrutture e servizi muta al punto che tocca problemi di identità di queste imprese non dissimili da quelli che riguardano la parte più strettamente industriale: i gestori di servizi tendono a diventare grandi distributori di contenuti prodotti altrove.

2.2 Informazione stampata e radiotelevisiva

Anche questo segmento è evoluto negli anni nei suoi processi produttivi e viene insidiato prima dalla radio tv e oggi dal web. I principali cambiamenti nella gestione e diffusione dei servizi radio tv riguardano il reperimento delle risorse pubblicitarie, lo sviluppo dei servizi televisivi a pagamento, il ruolo crescente di pochi gruppi a livello internazionale, lo spostamento delle migliori funzioni creative riferite al prodotto fuori dai diretti gestori del servizio che li riduce più a un ruolo distributivo che produttivo. I principali attori del duopolio italiano, in particolare la Rai, sono ormai organizzatori di palinsesti piuttosto che produttori di contenuti.

2.3 Informatica

È abbastanza nota la situazione internazionale, caratterizzata dal ruolo preponderante nel software di alcune grandi imprese e regioni come l'India, mentre a livello interno si conferma la nostra caratteristica di utilizzatori di tecnologie, con la presenza di un grande numero di piccole imprese, il consolidamento di qualche impresa media nazionale, la grande attenzione al ruolo del committente pubblico, lo sviluppo di servizi alle persone e alle imprese.

2.4. Web

Last but not least, la comunicazione digitale e il web sono attività che più di altre danno la misura dei cambiamenti tecnologici organizzativi e di mercato e della capacità di imporre sempre nuovi standard e modelli di comunicazione. L'iniziativa dei grandi gruppi è rivolta all'evoluzione dei motori di ricerca, alla nascita di nuovi soggetti/imprese/modelli che prima si formano per iniziativa individuale e s'impongono, poi vengono acquisiti da grandi gruppi (My Space, You Tube): non è forse questo il leit motive della storia degli ultimi dodici anni di internet! Non si può però sottacere che, contemporaneamente a tali processi economici, si sta imponendo la comunicazione personalizzata dal basso. Questo dà la misura di come e quanto l'innovazione tecnologica incida profondamente e pervasivamente nei comportamenti sociali. In particolare le nuove generazioni rispondono al cambiamento in percentuali di tutto rispetto (circa il 30 per cento dei giovani sotto i 25 anni ha un blog personale).

Nella rete, come si vede, tutte le opzioni sono disponibili e nessuna sembra prevalere. L'innovazione, la grande impresa e il grande capitale convivono.

no con la spinta dal basso, la quale, via via che viene assorbita, si rigenera: grandissima dimensione di impresa dunque, ma anche libertà e protagonismo individuale e formazione di comunità ancora chiuse e poco comunicanti tra loro. Non c'è da stupirsi pertanto se le risorse e la pubblicità si spostano sulla rete in percentuale sempre crescente. Non sorprende, ma colpisce favorevolmente, che gli sconfinati depositi di memoria che costituiscono la storia di grandi imprese (come la radio e la tv) rivivono grazie all'on line e costruiscono uno dei filoni per rimetterle in piedi e dare loro un futuro. In ultimo, e sono opportunità e dolori per il lavoro, forse solo dolori per il sindacato, il web sta imponendo imprese specializzate e orizzontali, non integrate verticalmente, che rappresentano un modello con cui fare i conti, un modello che rilancia il ruolo del territorio e della piccola impresa, che valorizza l'esigenza di tutele universali senza deresponsabilizzare l'impresa nel rapporto con le lavoratrici e i lavoratori.

3. Come tali trasformazioni hanno inciso sul lavoro?

Ritorna un problema classico, anticipato dai più grandi economisti e ripreso recentemente: siamo in presenza di un problema strutturale, almeno nei paesi più sviluppati, di crescita della produttività maggiore della produzione e del prodotto. Quando nei secoli passati, o negli anni più recenti si è pensato a tale problema in presenza della produzione di massa industriale, si è individuato lo strumento della riduzione generalizzata di orario. Oggi – nell'epoca della crescita dei servizi, delle flessibilità connaturate ad attività per loro natura «senza magazzino», della frammentazione e dell'articolazione dei sistemi organizzativi aziendali, degli orari corti e/o diversificati per aderire alle punte della domanda – la riduzione generalizzata dell'orario è ancora agibile?

In realtà questa situazione ci consegna non solo un enorme problema relativo all'occupazione e alla produttività, ma ci invita anche a una riflessione sulla contrattazione che, confermandone le caratteristiche di unificazione e solidarietà, non escluda il suo intervento sulle situazioni più avanzate relative alla professionalità, alle condizioni di lavoro, ai diritti, oggi lasciate di fatto unicamente in mano alle aziende. Le imprese hanno, poi, un problema di identità: quello che hanno fatto finora non è più sufficiente ad assicurare loro un futuro. Esse hanno sviluppato nuovi prodotti/servizi e ciò ha richiesto

diversi specialismi e competenze cui, però, non sono seguiti coerenti processi di formazione. Si è fatto maggiore ricorso all'addestramento per microaggiustamenti professionali piuttosto che allargare le competenze tecnologiche di base e quelle relazionali o linguistiche necessarie in settori in cui è centrale il rapporto con il cliente.

Colpiscono, nell'atteggiamento delle imprese verso il lavoro, il respiro corto, le motivazioni di breve periodo. Quasi sempre, ad esempio, quando si è scelto di innovare si è puntato alle consulenze esterne piuttosto che a valorizzare risorse interne. Senza demonizzare l'alternativa in/out, è stato il fattore tempo e la velocità di risposta a determinare le scelte. È mancata la visione strategica verso il lavoro, perché le risorse interne non sono mai state persone sulle cui capacità investire, ma qualcosa da adattare in fretta e furia al cambiamento del momento. Il lavoratore o la lavoratrice in questi processi tumultuosi non si sono mai sentiti necessari all'impresa, piuttosto strumentali alla stessa... fino a quando serve. Il continuo lavoro organizzativo, indotto dall'esterno, ha significato spesso tornare al punto di partenza, evidenziando in molti casi una carenza manageriale di progettazione organizzativa che non è stata indagata a sufficienza. In proposito, molto significativo è stato il ricorso ai processi di outsourcing che costituisce uno dei punti da approfondire e da affrontare per il futuro, perché non sempre l'impresa è chiara nelle motivazioni e quindi trasparente nei risultati ricercati.

Quali esiti si sono determinati per i lavoratori? Non siamo in presenza di un drammatico dato quantitativo. Il saldo occupazionale complessivo, da quel che si capisce integrando diversi dati e ricerche, appare a somma zero. È cambiata tuttavia la composizione della forza lavoro, con un maggior ricorso all'esterno e con tipologie più flessibili. In un primo momento ciò sembrava dipendere dalla mancanza di offerta a fronte della domanda di nuove professionalità. Le ultime indagini segnalano invece un sistema stagnante, incapace di generare un nuovo ciclo di sviluppo occupazionale e professionale.

4. Come vanno ripensate le politiche rivendicative e contrattuali partendo dalla consapevolezza del ruolo svolto dal sindacato in questi anni?

Questo settore che abbiamo provato a identificare non esiste ancora contrattualmente e bisognerebbe che con tutte le gradualità necessarie iniziassimo a

costruirlo. Bisognerebbe almeno cominciare a discuterne. Nei diversi comparti che lo compongono abbiamo contrattato il salario e le riorganizzazioni di occupazione e di orario che hanno contribuito a fare andare avanti le imprese. Il problema è oggi costruire un'identità del lavoro. Possiamo iniziare a farlo come sindacato sapendo che da sola non basta, ma può servire a costruire un'identità di impresa, come abbiamo visto, ancora inesistente. Al centro deve esserci la persona e il suo ruolo.

Le nuove tecnologie, la comunicazione digitale che innerva l'organizzazione aziendale ponendo questioni di sicurezza, privacy, libertà, autonomia, ci presentano una combinazione inedita di ragioni individuali e sociali, nel lavoro e fuori di esso, da cui partire per affrontare il tema decisivo della nuova identità, per ripensare l'impresa, il lavoro e lo stesso sindacato. È una politica impegnativa che può essere intrapresa con successo solo guardando in faccia la realtà, studiandola con attenzione e assiduità, senza occhiali ideologici o acritici appiattimenti. Una politica dotata di incentivi ai comportamenti virtuosi delle imprese, di ammortizzatori sociali adeguati alle poderose dimensioni del cambiamento, di azioni premianti le buone pratiche.

Di qualche utilità potrebbe essere la creazione di una sorta di albo-graduatoria per classificare la virtù d'impresa partendo dal rispetto di alcuni parametri quali la formazione delle competenze, la capacità di valorizzare e trattenere le esperienze (il contrario delle politiche verso gli ultracinquantenni), assieme ad altri fattori più consolidati come la sicurezza o il ricorso ai contratti a tempo indeterminato.

Il primo strumento da mettere a disposizione deve essere il diritto alla formazione di competenze (tecnologiche, relazionali, linguistiche, organizzative) da attivare con il coinvolgimento, insieme alle imprese, del sistema pubblico, utilizzando l'esperienza della formazione continua. Di pari passo deve riprendere l'attenzione al tema dell'organizzazione del lavoro, progressivamente attenuatasi negli ultimi anni, e a quello collegato delle classificazioni professionali. Ma ciò non è ancora sufficiente. La contrattazione deve progressivamente spostarsi verso frontiere più avanzate. La costruzione di identità basata sulla persona implica per il sindacato di non fermarsi solo alla rappresentanza di una parte del mondo del lavoro.

Se il settore è quello che qui abbiamo tratteggiato, possiamo saltare ad esempio le centinaia di imprese individuali in cui il padrone coincide con il dipendente? O dove il padrone e qualche dipendente sviluppano un rappor-

to che è sicuramente una cosa diversa da quella che può stabilirsi da qualche altra parte, anche con dimensioni un poco o molto più ampie?

La sfida di un contratto dei servizi che qualche tempo fa, in modo più o meno carbonaro, la Confindustria ha lanciato al sindacato potrebbe essere raccolta, senza però scorciatoie. Bisogna partire dalle premesse, non fare salti logici con l'unico proposito di ridurre i costi e abbattere le tutele. I contratti di settore costruiti a seguito delle liberalizzazioni possono rappresentare la base per tentare l'operazione. L'analisi dei processi di trasformazione delle imprese, una nuova identità del lavoro, gli strumenti e i contenuti su cui costruirla, la disponibilità a ricercare spazi contrattuali più ampi partendo dall'esperienza dei contratti di settore, implicano la necessità di non giocare solo di rimessa. Non ci si può accontentare di un'area di riserva, per quanto ampia ma pur tuttavia informale, identificabile solo «per differenza» rispetto alle altre attività economiche. Qui siamo invece nel campo delle attività risultanti dalle riorganizzazioni conseguenti alla specializzazione indotta dall'evoluzione tecnologica, che richiederebbero la capacità di abbandonare appartenenze di categoria e frammentazioni che non hanno più ragioni di esistere e che, invece, sono lunghe a morire, perché dispongono di una forte capacità di resistenza.

Da quanto fin qui detto si può trarre qualche prima provvisoria conclusione, naturalmente aperta ad aggiustamenti o ripensamenti. Il nostro punto di vista dovrebbe essere abbastanza chiaro: noi riteniamo che oggi la strada di riproporre vecchie e superate centralità sia sbarrata; il lavoro rappresenta ancora una parte fondamentale della vita delle persone e non solo per vivere o sopravvivere; in esso si presentano ancora domande di libertà come ci ha sempre ricordato Bruno Trentin. Con una particolarità in questa fase. Le tecnologie odierne, soprattutto nella forma della comunicazione digitale, organizzano la vita delle persone non solo dentro il lavoro ma anche fuori. Di più che in passato viviamo, comunichiamo, lavoriamo tutti con gli stessi strumenti. Tra quelli che si utilizzano a scuola e sul lavoro la distanza si sta progressivamente assottigliando. Lo stesso avviene per l'organizzazione del tempo libero, il rapporto con la banca, la pubblica amministrazione e, tra poco, addirittura con il vecchio e caro ufficio postale, dove si potrà pagare utilizzando il telefonino personale (lo stesso dal quale il tecnico di rete di telecomunicazioni riceve la lista clienti su cui intervenire e con il quale il «postino» potrà far pagare direttamente a casa al cliente in possesso della Sim che Poste Italiane potrà offrirgli...). Con questa tecnologia, in sostanza, le perso-

ne cercano di esprimere la loro soggettività, libertà, creatività. Per molti sempre di più il lavoro significa gestire un flusso di informazioni.

Ma è proprio nel lavoro che l'espressione della soggettività è più difficile e complicata. Esistono maggiori vincoli, esigenze di risultati, strutture gerarchiche. Nonostante tutti gli inglesismi, l'attenzione alle persone e anche i tanti progressi realizzati, la dimensione strumentale dell'uomo nell'organizzazione aziendale è sempre quella prevalente. Ciò rende più complicato anche il lavoro del sindacato. Pone domande nuove, induce criticità nell'esercizio della rappresentanza, richiede sintesi sempre più complesse, se non vuole auto-recludersi in confini tanto circoscritti da esaurirne la spinta vitale.

Per questo, anche se è difficile, dobbiamo provarci, approfittando del cambiamento tecnologico che, come ci dicono tanti segnali, le persone utilizzano per esprimere ciò che sono e vogliono. Nel lavoro e fuori. Da qui può partire questa ricostruzione di identità. Da queste non pessimistiche premesse politiche e culturali. Qualche sentiero abbiamo provato ad abbozzarlo. Speriamo che possa risultare utile e che altri possano contribuire meglio di noi, perché – di questo abbiamo certezza – siamo solo all'inizio.