Segnali

Franco Rositi
Minima civilia. La distanza dal mercato

Renzo Tomatis
Libertà degli scienziati e profitti delle multinazionali

Paolo Murialdi
Il mito di Milano e l'incanto del Corriere

Francesco Ciafaloni
Da stranieri a cittadini per salvare l'Inps

Norman Gobetti
La stanza del figlio di Nanni Moretti

MINIMA CIVILIA

La distanza dal mercato

di Franco Rositi

Il mercato è soltanto lo sfondo lontano e minaccioso della campagna elettorale in corso. Come un cielo plumbeo viene da noi soltanto raramente sbirciato durante gli agitati spostamenti metropolitani, così la propaganda politica fa soltanto accenni al mercato – del quale quindi continuiamo ad avvertire appena l'eco nelle nostre spese quotidiane e nelle continue informazioni sui convulsi andamenti della borsa. Anche il più mitologico dei contendenti, Silvio Berlusconi, uomo dei mercati, ha dedicato solo pochi manifesti alla sua figura di imprenditore, preferendo per il resto incarnazioni più edulcorate o più comuni. La sua propaganda di massa ha evitato questa volta perfino di includere quelle virtù competitive che, connotate dall'immagine agonistica dei giocatori del Milan, avevano avuto qualche spazio in precedenti elezioni. La libertà che egli promette è diventata plurale proprio perché la libertà dei mercati, che è sempre inquietante, potesse confondersi e quasi perdersi fra le centinaia delle altre possibili libertà da sognare privatamente.

Se fra i temi di questa campagna elettorale l'economia mantiene tuttavia il primo posto, ciò lo si deve alle permanenti promesse di lavoro, di benessere e di detassazione. Ma parlare dei *benefici* dell'economia non significa necessariamente chiarire i suoi meccanismi e le sue regole, per esempio meccanismi e regole dei mercati. Come è noto, anche l'originaria equazione fra liberalizzazione del mercato e smisurata detassazione, che la destra aveva progettato sulla base di una fatua lettura della "legge" economica di Laffer, è stata poi messa in ombra: questo ripiegamento lo si deve non tanto, io credo, alle confutazioni tecniche di economisti come Ferdinando Targetti, o alle allarmate reazioni in Europa, quanto al pericolo di suscitare diffidenze di massa nel momento in cui si esalti la libertà dei mercati.

Si parla invece molto di libertà dei mercati e di virtù competitiva negli incontri di Berlusconi con industriali, commercianti e artigiani. Questi incontri trovano cronache dettagliate sulla stampa, ma solo brevi cenni nei telegiornali, nessun approfondimento nei dibattiti politici di Vespa e Santoro, e solo qualche eufemistico riferimento sui manifesti. Può dunque considerarsi materia importante di riflessione questo doppio binario della campagna elettorale: da una parte la propaganda di massa, dove mercato e concorrenza formano uno sfondo indistinto, dall'altra la propaganda verso quella ristretta porzione di popolazione che ha esperienza attiva e diretta del mercato. Probabilmente i confezionatori della campagna elettorale avvertono d'istinto, anche a destra, che sugli equivoci valori del mercato non conviene insistere. A sinistra, e in tutta l'area che per convenzione si chiama *liberal*, non ancora si sono trovati stile e parole per una buona divulgazione dei temi di cui per esempio si occupa una rivista come "Mercato concorrenza e regole", diretta da Giuliano Amato. Al grande pubblico degli inesperti non resta che mandare di tanto in tanto una occhiata fuggevole sulla pericolosa nuvolaglia del mercato che da lontano sovrasta.

> "Avvertono d'istinto, anche a destra, che sugli equivoci valori del mercato non conviene insistere"

Sebbene tutti siano consumatori, e dunque tutti potrebbero essere chiamati utenti passivi del mercato, pochi hanno di quest'ultimo una esperienza attiva e continua. E per la verità attivo anche chi soltanto si offre sul mercato del lavoro – e normalmente non si tratta di una esperienza molto felice: se non sopraggiungerà la devastazione di un totalizzante dominio del lavoro flessibile, per la gran parte della gente l'esperienza di offrire capacità di lavoro resterà confinata a una o a poche occasioni nella vita, e sarà ricordata con emozioni ambivalenti.

In prevalenza, le stesse occupazioni o non riguardano il mercato o lo riguardano molto indirettamente. In Italia come in altri paesi la quota di popolazione attiva in settori direttamente implicati nelle logiche di mercato è intorno al 70%. Se accettiamo la quadripartizione delle occupazioni proposta da Luciano Gallino, questo 70% lavora nel "sistema economico", mentre il restante 30% lavora in sistemi non di mercato: "sistema politico" (politici, militari, impiegati dello Stato ecc.), "sistema di riproduzione socioculturale" (insegnanti, intellettuali, religiosi ecc.) e "sistema di riproduzione biopsichica" (medici, infermieri ecc.). Tuttavia, se guardiamo lo stesso "sistema economico" che costituisce appunto normalmente un'economia di mercato, la gran parte dei lavoratori qui presenti conosce cose come la concorrenza solo nei termini della brutale alternativa fra sopravvivenza o fallimento: per gli stessi, il destino di mercato delle organizzazioni cui appartengono significa soltanto il dilemma fra occupazione e disoccupazione. Se infine si cerca chi può dirsi direttamente e *attivamente* implicato (a vari livelli e certo con diversi gradi di soddisfazione e di responsabilità) nei proteiformi giochi di mercato, si ottiene una classe di imprenditori, dirigenti, commercianti, artigiani, contadini, i quali, insieme anche a rilevanti componenti del cosiddetto "popolo dell'Iva", formano soltanto un 15% circa della popolazione attiva.

> "Una esperienza di lavoro antitetica a ciò che propriamente caratterizza la produzione"

Per converso è altrettanto numerosa una classe di lavoratori che non solo per la gran parte non rientra nel "sistema economico", ma ha una esperienza di lavoro antitetica a ciò che propriamente caratterizza la produzione per i moderni mercati. Mi riferisco a insegnanti, medici, infermieri, assistenti sociali. Per loro ciò che caratterizza l'esperienza lavorativa consiste in una produzione di beni non standard, dove il consumo "è contestuale alla produzione" e "richiede di attivare processi relazionali non definibili" (Franca Olivetti Manoukian, *Produrre servizi. Lavorare con oggetti immateriali*, il Mulino, 1998), dove i beni prodotti sono di fondamentali importanza vitale e per così dire *costituiscono* il consumatore, dove nel rapporto di scambio si resta, volenti o nolenti, persone singole, e dove, infine, il produttore deve essere in grado di offrire valori anche in parziale indipendenza dalla domanda, come valori statuiti da una civiltà, non soltanto da preferenze private.

Non sto parlando di una mitologica isola di autenticità umana. Basta leggere le attente analisi dei problemi di questo settore nel libro della Olivetti Manoukian per comprendere che queste e altre simili definizioni non implicano alcuna idealizzazione del lavoro di insegnanti, medici, infermieri, assistenti sociali e figure simili. Si può pervenire a queste definizioni pur avendo ben presenti tutti i mali della scuola e della sanità, e perfino avendo dispetto per certo spontaneismo demiurgico e insindacabile che in quei settori qualche volta si trova. Ciò che va considerato è il nucleo fondamentale di esperienza che risiede in tali lavori e che detiene, nella sua oggettiva conformazione, significati irriducibili alla logica dei moderni mercati.

Mi ha stupito trovare in fondo al recente libro di Marco Revelli (*Oltre il Novecento. La politica e le ideologie e le insidie del lavoro*, Einaudi, 2001) la convinzione che l'unica "uscita di sicurezza" dal devastante primato dell'*homo faber*, che, secondo l'autore, avrebbe prodotto le rovine del Novecento, sia nell'ancora "incerta e vacillante figura del Volontario". Se si vuole a tutti i costi trovare un Soggetto che sia radicalmente antagonista alla astrattezza dei moderni mercati, e se non si considera, come temo faccia Revelli, l'organizzazione in quanto tale come l'irrimediabile carcere della nostra spontaneità, si potrebbe piuttosto rivolgere la propria speranza verso queste figure di lavoratori che, in modo organizzato e in numero consistente, producono beni a fini di riproduzione culturale e psico-biologica.

Tuttavia, non è propriamente per cercare un soggetto alternativo che ho introdotto le mie brevi note su scuole e ospedali. Ho voluto soltanto rafforzare la costatazione che il mercato non è l'esperienza socialmente dominante della nostra contemporaneità, che esistono esperienze lavorative anche antitetiche ad esso, e che pertanto il mercato tende a sottrarsi all'attenzione informata della cultura comune. Resta appunto sullo sfondo perché solo passivamente esso costituisce esperienza comune. C'è un principio di paradosso nel fatto che, in una società pur dominata dal mercato (nella costituzione oggettiva della sua economia), i mercanti siano davvero pochi. È questo un paradosso che dovrebbe insegnarci a riflettere su un tratto di comune falsa coscienza: le rappresentazioni della realtà sociale risultano alterate quando si sottrae alla nostra conoscenza ciò che, sebbene gestito da pochi, è comunque per tutti una fondamentale base oggettiva di vita.

Nell'agenda dei deficit informativi della cultura comune, gli stessi cui televisione e scuola dovrebbero porre rimedio, dobbiamo dunque iscrivere anche l'incompetenza diffusa su natura, forme, vizi e virtù, concorrenza e regole del mercato. Non conviene lasciare questo campo in uno sfondo inesplorato, inagibile e minaccioso.

rositi@unipv.it