BENE COMUNE

Il lavoro generativo

La Rivista, Numeri, Start (me) up



Patrizia Cappelletti | 11 Luglio 2014

Laddove il lavoro c'è, ma è stanco e svuotato, occorre rigenerarlo. La sfida è quella di ripensarlo non quale strumento di creazione di consumo, dove la logica consumistica finisce per applicarsi al lavoro stesso, ma come spazio per una libertà generativa che si traduce in desiderio di apporto personale, creativo e produttivo alla rigenerazione del mondo.

In Italia (ma non solo) il lavoro non sta bene. Come un paziente in fase critica di cui si monitorano temperatura e pressione cardiocircolatoria, il lavoro è costantemente sotto le lenti d'ingrandimento di centri di ricerca, agenzie governative, associazioni di categoria, giù giù fino al singolo cittadino che tasta la situazione solo guardandosi attorno, valutando il crescendo, nelle reti parentali e amicali, del numero delle persone con "problemi di lavoro".
Il lavoro non c'è, e quando c'è è precario, vulnerabile, poco o per nulla qualificato, spesso sottopagato, raramente motivante. E' questo uno scenario di impressionante preoccupazione che grida riflessioni, decisioni, interventi, investimenti. Che pretende risposte non a sei mesi, solo per tamponare l'intamponabile, ma su tempi lunghi come esistenze, così da poterci fare dei conti, con il lavoro, costruirci qualcosa, spendersi per esso, perché nuovamente fiduciosi che sia qualcosa di bello e di valore.

Ed è in questa attesa che forse è più che mai necessario *rigenerare anche i panorami*. Incominciando da quanto di valore già c'è e che diventa esempio, metodo. Per ritrovare speranza e senso, che è significato e, insieme, direzione.

Non bisogna guardare poi troppo lontano. Vi sono altre storie da raccontare che ci restituiscono l'immagine di un Paese che, ancora, nonostante tutto, genera e rigenera lavoro.

Generare lavoro

Nella ricerca di un'Italia generativa la prima scoperta interessante che emerge dall'incontro con numerosi imprenditori è che *generare lavoro rappresenti per molti il fine ultimo dell'impresa*.

Certo, c'è il profitto, ma quest'ultimo più che la teleologia dell'impresa, ne costituisce la

conditio sine qua non. In questa prospettiva quest'ultimo, orientato da precisi valori, diventa giusto, sostenibile e condiviso. Nelle parole raccolte *il profitto si configura piuttosto come mezzo, strumento imprescindibile – e per questo vincolante – per dare continuità all'impresa e al lavoro.*

Non si tratta di un'affermazione banale: **assumere il lavoro come fine dell'impresa significa riconoscere l'esistenza di un obiettivo comune tra imprenditore e collaboratore**, l'esistenza di un'alleanza più o meno tacita attorno al "nodo" del lavoro, dove il significato di nodo rimanda non a un problema da risolvere, ma a un punto di forza, di connessione e tenuta. Di relazione.

L'imprenditore che si colloca in questa prospettiva si pone in una *dimensione di cura rispetto al lavoro* di cui si impegna a migliorare costantemente le condizioni di esistenza e di riproduzione. Non di meno questi include nello sguardo e nell'azione i collaboratori (non a caso in queste organizzazioni il termine "dipendente" non risulta in uso nel vocabolario organizzativo).

Questi ultimi sono visti come il capitale più prezioso: la risorsa chiave per sopravvivere e distinguersi nel mercato globale e verso i quali si esprime riconoscimento che diventa riconoscenza.

In alcuni casi il ragionamento si articola fino ad affrontare con grande lucidità il tema dell'appartenenza di un risultato economico concepito come prodotto di un impegno condiviso. Non mancano dunque proposte per una diversa ripartizione degli utili.

E' evidente il *modello antropologico soggiacente che vede la persona inserita in un fascio di relazioni e l'impresa come soggettività radicata anch'essa in una trama di legami e fedeltà* che diventano un bacino di coltura fecondo per l'organizzazione stessa (dai collaboratori ai fornitori, dal sistema formativo alle istituzioni che contribuiscono alla qualità della vita del territorio).

Rigenerare il lavoro

Laddove il lavoro c'è, ma è stanco e svuotato, occorre rigenerarlo. La sfida è quella di ripensarlo non quale strumento di generazione di consumo – il lavoro come pura fonte di reddito monetario spendibile sul mercato – dove la logica consumistica finisce tristemente per applicarsi al lavoro stesso, ma **spazio per una libertà generativa che si traduce in desiderio di apporto personale, creativo e produttivo**:contribuzione fisica e simbolica alla rigenerazione del mondo.

In molte delle esperienze incontrate il lavoro – ed è questa la *seconda scoperta* – è il *tempo/spazio di una nuova articolazione tra autorealizzazione e realizzazione.*

Se non tutte le attività lavorative possono essere ugualmente remunerative, è altrettanto

vero che è possibile riappacificarci con il lavoro. Né puro mezzo, né puro fagocitante fine, ma *locus in cui rigenerare la vita, personale e sociale.*

Il lavoro che genera

Ed a queste condizioni che il lavoro può a sua volta generare. *Non è un caso che questa integrità del lavoratore, questa ritrovata dignità, questo riallineamento tra l'essere e il fare, porti a produrre bellezza*. Si, bellezza.

Nelle realtà incontrate **la dimensione estetica fa rima con qualità e sostenibilità, ovvero con l'etica.** Ciò che si produce – ciò che il lavoro rigenerato a sua volta genera – più facilmente si muove lungo le coordinate del bello, del buono, del giusto, dentro meccanismi di valorizzazione di materiali, energia, processi e prodotti, in quanto a prevalere non sono logiche di spoliazione e depauperizzazione, ma cura e contribuzione. Cioè di rigenerazione del mondo.

E tutto questo – *la terza scoperta – porta innovazione*, e l'innovazione, come sappiamo, andando a rispondere a nuove sensibilità, preferenze e gusti, è motore di nuovo lavoro, dentro a una circolarità finalmente virtuosa dove il valore – ciò che per noi vale e per il quale ci spendiamo con passione – finisce quasi naturalmente per generare nuovo valore.