

Jobs Act: quando la comunicazione politica diventa un boomerang

Perché Matteo Renzi non ha accompagnato la battaglia contro l'articolo 18 e le vecchie tutele del lavoro con una convinta promozione del nuovo sistema di politiche attive disegnato dal Jobs Act? Ce lo siamo domandati più volte osservando la vicenda dell'ultima riforma del lavoro – e, prima ancora, il clamoroso [fallimento di Garanzia Giovani](#) che di queste politiche attive era un po' l'anticipazione – con gli occhi di chi si occupa di comunicazione politica.

Basti pensare che, almeno secondo il nostro monitoraggio, **dal 2014 a novembre scorso, il tema della politiche attive è stato menzionato pubblicamente dall'ex Presidente del Consiglio solo sei volte**. Tre volte su sei non lo ha fatto di sua iniziativa, ma in risposta a delle domande. Nelle parole di Renzi si è sempre trattato di una “seconda fase”.

In tre di queste occasioni, inoltre, Renzi non ha parlato di politiche attive riferendosi tanto al Jobs Act, ossia alla nuova Agenzia Nazionale e al nuovo strumento dell'assegno di ricollocazione, quanto evidenziando la fondamentale **connessione con la legge di riforma costituzionale, bocciata sonoramente dai cittadini il 4 dicembre**. Tale riforma mirava a portare al centro le competenze sulle materie del mercato del lavoro oggi condivise con le Regioni.

Solo il 20 novembre dibattendo con Maurizio Landini a *In Mezzora*, Renzi aveva detto per esempio: **“Se abbiamo una disoccupazione giovanile così alta, è anche perché il sistema delle politiche attive non è riuscito a ingranare**. [...] Sul mondo del lavoro cambia tanto di ciò che voleva anche il sindacato per esempio sulla politiche attive del lavoro che permette di avere una situazione uniforme. Se vince il ‘sì’ possiamo avere dei miglioramenti sul mondo del lavoro che pur con i miglioramenti del Jobs Act ancora a me non soddisfa”.

Perché un abile comunicatore come Matteo Renzi si sia mosso in questo modo è in realtà molto semplice. **Per superare (non ad abolire) l'articolo 18 sono bastate poche righe scritte nella Gazzetta Ufficiale**, in una fase storica in cui il sindacato, complice la lunga crisi economica, non ha saputo porre alcuna significativa resistenza tanto a livello politico quanto nei luoghi di lavoro. **Non basta invece un intero decreto legislativo, finalizzato a delineare una nuova governance delle politiche attive del lavoro**, per cambiare una realtà che vede il nostro Paese

Jobs Act: quando la comunicazione politica diventa un boomerang

in ritardo di decenni rispetto a tutti i principali Paesi del Nord Europa. Basti pensare che anche solo per avere un sito internet della nuova Agenzia Nazionale c'è voluto più di un anno. Figurarsi quanto ci vorrà ora a portare la riforma nei territori e a dare le risposte concrete alle persone in cerca di occupazione.

Che la strada fosse in salita lo si era del resto già intuito con il programma nazionale Garanzia Giovani, del quale lo stesso Renzi disse di non parlare molto, proprio perché malfunzionante. In quella stessa occasione aveva inoltre ribadito che il problema era proprio “il Titolo V della Costituzione”.

A far fiorire un capillare ed organico nuovo sistema di servizi al lavoro nemmeno sarebbe bastato quindi il “sì” al referendum, condizione necessaria ma, appunto, non sufficiente. **Tuttavia l'unico modo di realizzare un racconto che menzionasse le politiche attive senza mostrare direttamente carenze e contraddizioni fondamentali del Jobs Act era quello di indicarne la connessione con la riforma costituzionale.** Connessione che però non è certo potuta essere al centro della campagna referendaria del sì, rimanendo comunque un'arma a doppio taglio, e un argomento tecnico, che non fa presa diretta sull'esperienza e sui valori dei cittadini.

Quello che interessa qui sottolineare non sono però gli effetti tecnici del voto (su cui rinvio a [Michele Tiraboschi](#)). **Il dato più interessante di questi giorni è il sorgere all'orizzonte di un ulteriore referendum, quello sul Jobs Act promosso dalla CGIL.** Un triplo quesito volto a disarticolare la riforma di Renzi in materia di articolo 18, voucher e appalti.

I nodi sembrano quindi venire al pettine tutti insieme. Non solo la comunicazione enfatica e trionfalistica di Renzi non è riuscita ad incidere sulla percezione della situazione economica proprio di quelle fasce della popolazione che dovevano essere più interessate dal Jobs Act e che hanno invece votato no al referendum costituzionale, (come mostrano [i dati](#)), **ma ora il Governo potrebbe anche trovarsi a dover difendere una difficile posizione favorevole al mantenimento delle tutele crescenti in assenza di una vera contropartita per il superamento dell'articolo 18.** Se infatti è difficile augurarsi un nuovo ulteriore stravolgimento delle condizioni normative del lavoro in Italia, non è difficile intuire che, anche in ragione della

Jobs Act: quando la comunicazione politica diventa un boomerang

dinamica del voto al referendum costituzionale, in questo caso sarebbe il “no” all’abrogazione di parte del Jobs Act ad avere probabilmente l’appeal maggiore sugli elettori.

Certo, la storia passata non si fa con i “se” e con i “ma”, ma, con i “se” e con i “ ma” si fanno le strategie. E nel muovere le mosse contro una minaccia percepita seriamente il fronte governativo pare cominciare con il piede sbagliato. Filippo Taddei, per difendere il Jobs Act, in un’intervista ha dichiarato addirittura che la riforma “ha offerto maggiori tutele ai lavoratori”, mentre il Ministro Poletti ha preferito auspicare che si tagli la testa al toro andando a elezioni prima che il referendum si possa tenere. Salvo dovendosi poi scusare parlando di “scivolone personale”.

Quella che sembra prendere forma sempre più chiaramente a chi osserva la complessiva vicenda del Jobs Act è una già denunciata mancanza di una visione^[1]. Mancanza testimoniata ancora proprio dalla soluzione ipotizzata da Poletti, che non farebbe altro che rimandare di un anno la consultazione popolare. **Tale visione mancante è quella della sostenibilità.** Una sostenibilità che riguarda il metodo politico quanto quello comunicativo, oggi, e invero da sempre, due facce della stessa medaglia.

Lo ha ben detto [Filippo Sensi](#), ex capo ufficio stampa di Palazzo Chigi, che “oggi non si può pensare a un provvedimento senza un processo comunicativo”. E’ però ben vero anche il contrario: **non può reggere una efficace comunicazione se le riforme annunciate e scritte sulla carta poi non portano gli effetti annunciati nel Paese.**

La strategia comunicativa antagonista ed eroica di Renzi, quella dei miracoli e dei boom del Jobs Act, tardivamente ridimensionati a “risultati ancora non sufficienti”, **è infatti la diretta conseguenza di un determinismo turbo-riformista** che ha voluto recuperare solo di recente, e in parte strumentalmente, un dialogo con i corpi intermedi.

Il compito di un Governo non è però tanto quello di Legiferare, posto che questo compito dovrebbe spettare al Parlamento ai sensi della nostra Costituzione, quanto quello di fare le politiche, e per

Jobs Act: quando la comunicazione politica diventa un boomerang

queste non bastano né le leggi né tanto meno la comunicazione, che quando si scosta dagli effetti concreti delle politiche diventa un pericoloso boomerang.

Se si vuole parlare della possibilità di una comunicazione sostenibile, ossia di una comunicazione che non si riveli controproducente nel lungo periodo, ma che migliori invece le possibilità di un consenso duraturo, allora la politica dovrebbe abbandonare non la risolutezza, ma la passione per le vie “direttissime” e soprattutto “solitarie”. La politica non è alpinismo mistico e non dovrebbe amare il rischio della scommessa ardita più della sperimentazione condivisa delle misure.

Era per esempio così impellente e “realmente efficiente” nel mercato del lavoro italiano la questione dell’articolo 18, tanto da meritare un superamento a piè pari per tutti gli assunti post 6 marzo 2015, per decreto? Scelta oltretutto aggravata dalla consapevolezza non solo dell’inesistenza di politiche del lavoro realmente compensative, ma anche dalla consapevolezza che tali politiche impiegheranno molto tempo per essere implementate? Certo, Renzi è riuscito a comunicare bene il messaggio secondo cui il Jobs Act sarebbe la più incisiva delle riforme dello scorso Governo, tanto che questa idea ha convinto molti *opinion makers* ed editorialisti, nonché le istituzioni Europee e capi di Stato esteri. Vista però la situazione attuale sia del mercato del lavoro sia del consenso espresso dall’elettorato, la domanda rimane valida.

Era poi necessario annunciare, dopo aver superato l’articolo 18, un nuovo avvento della stabilità del lavoro dovendo poi necessariamente dichiarare compiuto tale scommessa indicando gli effetti qualitativi dovuti incontestabilmente agli incentivi economici, ma terminati insieme a questi ultimi?

In conclusione parlare di comunicazione sostenibile è parlare di comunicazione che va oltre il consenso di breve periodo e contribuisce a costruire una strada politica, strada che in questo caso il governo rischia di trovarsi non solo sbarrata due volte, ma addirittura ritorta contro. Fondamentalmente perché **non può esserci comunicazione sostenibile senza una politica di sostenibilità da comunicare. Nel metodo e nella sostanza.**

Jobs Act: quando la comunicazione politica diventa un boomerang

Francesco Nespoli

Scuola di dottorato in Formazione della persona e mercato del lavoro

Università degli Studi di Bergamo

 @FranzNespoli

[1] Si veda l'e-Book open acces [Il Jobs Act dal progetto alla attuazione](#), a cura di Francesco Nespoli, Michele Tiraboschi e Francesco Seghezzi, ADAPT Labour Studies e-Book series, n. 47.

Scarica il **PDF** 