

Popolare è chi il popolare fa? Lavoro, identità e comunicazione tra europee 2019 e cronaca industriale

*ADAPT - Scuola di alta formazione sulle relazioni industriali e di lavoro
Per iscriverti al Bollettino ADAPT [clicca qui](#)
Per entrare nella **Scuola di ADAPT** e nel progetto **Fabbrica dei talenti**
scrivi a: selezione@adapt.it*

Bollettino ADAPT 10 giugno 2019, n. 22

Alcuni aspetti dei risultati delle **elezioni europee** del 26 marzo scorso meritano qualche ulteriore riflessione a freddo, soprattutto dopo la diffusione di alcune stime socio-demografiche. Alle conferme già ricordate in precedenza (si vedano gli articoli di F. Nespoli e F. Seghezzi sul [Bollettino ADAPT del 27 marzo 2019](#)) vanno aggiunti altri aspetti di continuità con il recente passato ed alcune novità, non tutte attese.

Tra le novità attese va annoverato il mancato exploit a livello europeo delle forze sovraniste, nazionaliste, euroscettiche o di estrema destra. Già [le simulazioni della composizione del parlamento europee elaborate sulla base dei sondaggi pre-elettorali](#) disponibili avvertivano che il maggior contributo all'aumento dei seggi dei "populisti" al Strasburgo sarebbe provenute dalla Lega e dal Front National. Una novità meno attesa costituisce, per converso, un indizio per un'importante conferma. Non era infatti previsto in queste dimensioni un crollo come quello del Movimento 5 stelle, che ha offerto un primo elemento di discussione a quanti si domandano se il populismo e la tripolarizzazione politica, non solo in Italia, rappresentino per sé stessi una svolta storica o siano piuttosto il risultato di un'epoca di mutevolezza del consenso. Un crollo di quasi 15 punti percentuali (dal 32% al 17%) solo ad un anno dal suo trionfo alle politiche, indica proprio che la volatilità elettorale può colpire anche le formazioni politiche più "giovani" del panorama partitico.

Un'ulteriore conferma riguarda il [disallineamento tra condizioni socio-economiche e tradizionali identificazioni politiche](#), almeno se si tiene conto del fatto che, secondo un sondaggio SWG, molti lavoratori appartenenti all'insieme professionale degli operai ha accordato il suo consenso alla Lega, la forza di maggioranza che meno ha trattato il tema del lavoro durante la campagna elettorale. Nei discorsi del leader della Lega il tema lavoro si trova riflesso nel frame anti-elitario della "Europa della precarietà" e nelle "centinaia di migliaia" di giovani che dovrebbero trovare

Popolare è chi il popolare fa? Lavoro, identità e comunicazione tra europee 2019 e cronaca industriale

lavoro grazie a Quota 100 (con “stime” tanto variate nel tempo da rendere inutile ogni considerazione sulla loro fondatezza).

Come ha scritto Dario Di Vico sul Corriere della Sera, il successo di Salvini è invece probabilmente (almeno per esclusione) dovuto a una “consonanza antropologica”. Per dirla col maestro americano della neo-retorica, Kenneth Burke, per gli elettori delle fasce professionali meno retribuite la “identificazione” (il meccanismo fondamentale delle moderne teorie del consenso) con Salvini è maturata attraverso gli aspetti collaterali del lavoro lavorato, ossia quelli che legano la condizione occupazionale e professionale, e quindi economica, con la condizione socio-culturale (basti pensare che il cibo è l’argomento più rappresentato di Salvini su Instagram). Insomma, per fare una citazione più pop, e quindi più pertinente, “Popolare è chi il popolare fa”.

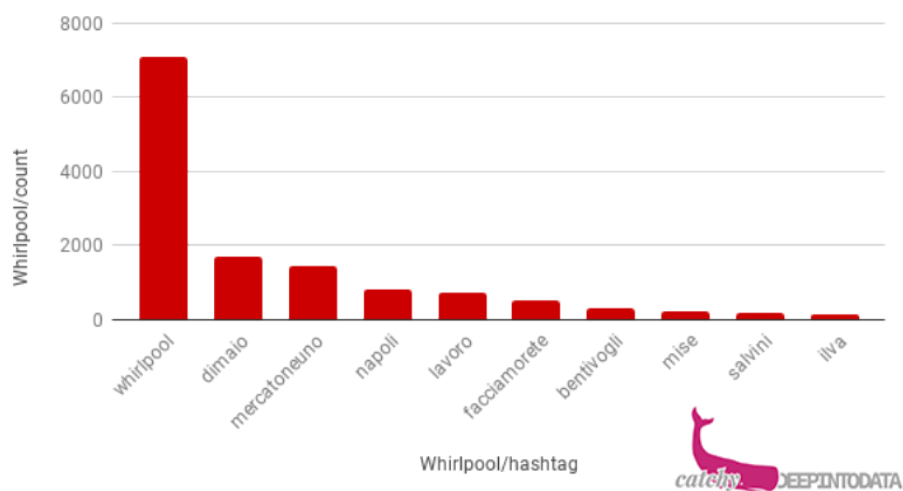
Una domanda conseguente riguarda allora il ruolo dei valori che tradizionalmente hanno animato l’affiliazione operaia ai partiti del socialismo europeo, solidarietà di “classe” in primis. Se non è più la professione in sé a determinare identificazione, e se questa identificazione non è quindi rivolta internamente verso una comunità professionale, bensì verso il leader di un partito che ha avuto la culla, e ora ha i suoi feudi, nei territori più produttivi e industrializzati del Paese, quali possono essere le ripercussioni della comunicazione politica che fa leva sul lavoro lavorato?

La domanda si può porre anche in questi termini: detta in altri termini, come si spiega la contraddizione tra le preoccupazioni per lavoro ed economia che tutti i sondaggisti classificano come la principale tra gli italiani, e il fatto che le condizioni economiche non siano di per sé determinanti nella distribuzione delle scelte di voto? Si tratta di una domanda che riguarda molto da vicino la rappresentanza del lavoro, sia quella dei datori di lavoro, sia quella dei lavoratori. In queste ore le cronache si sono popolate di notizie che danno l’impressione di un nuovo fermento nei processi di espansione e contrazione del panorama industriale italiano. A partire dai casi Conad-Auchan e Fca-Renault, passando dalle vicende di Whirlpool e Mercatone Uno, per arrivare allo sciopero dei lavoratori Knorr e all’improvviso annuncio della cassa integrazione in Accelor-Mittal. **L’esposizione mediatica di questi fatti rende evidente quanto la rappresentanza oggi debba sapersi muovere sul terreno della comunicazione pubblica, non solo a livello locale.**

Popolare è chi il popolare fa? Lavoro, identità e comunicazione tra europee 2019 e cronaca industriale

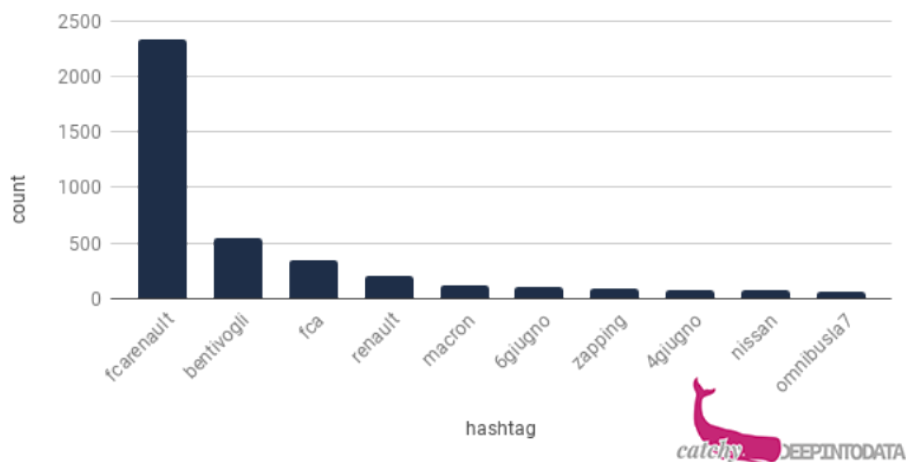
Lo dimostrano anche le numerose incursioni della politica con l'effetto di marginalizzare le parti sociali. Proprio a questo riguardo si osserva l'esistenza di uno spazio di azione privilegiato per il sindacato, almeno a livello dell'immagine pubblica. I casi citati, pur diversi tra loro, si collocano nell'alveo di **due tipologie di schemi**, per le quali le forze politiche in carica mostrano comportamenti diversi. Da un lato abbiamo lo schema dell'espansione italiana di grandi imprese, per acquisizione o per fusione, dall'altro lo schema, caro a Di Maio, dei "prenditori", ingrati verso lo Stato Italiano e infedeli rispetto agli accordi siglati con esso. Su quest'ultimo punto la retorica populista si trova allenata. Ma se la solidarietà e il senso di appartenenza intra-gruppo si trovano affannati, quanto gli eventuali effetti di identificazione o disillusione che dovessero prodursi per esempio tra gli operai Whirlpool (che in un video che ha già fatto il giro di Twitter inneggiano al Ministro Di Maio con cori da stadio definendolo "Uno di noi") potrebbero determinare un cambiamento nelle opinioni di altri operai in altri settori, in altri territori, in altre fabbriche? **Se per la politica il dubbio diventa preoccupante, per il sindacato si tratta invece di una conferma, perché esso vive del consenso che cresce dal basso, dai luoghi stessi dove si vive il lavoro.**

Hashtag co-occorrenti a #whirlpool (28/5-6/8/2019)

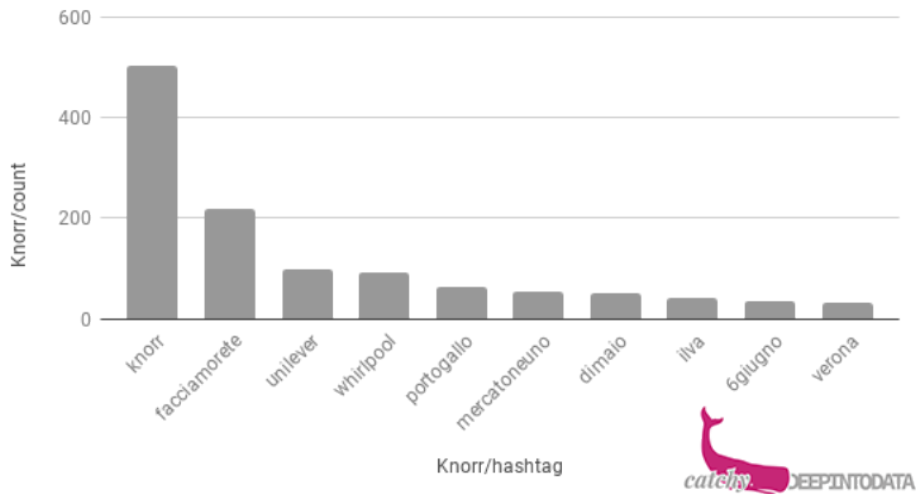


Popolare è chi il popolare fa? Lavoro, identità e comunicazione tra europee 2019 e cronaca industriale

Hashtag co-occorrenti a #fcarenavault su Twitter (28/5-6/8/2019)



Hashtag co-occorrenti a #Knorr su Twitter (28/5-6/8/2019)



L'occasione per dare visibilità all'azione sindacale locale viene invece dalle grandi operazioni espansive a livello globale, dove si osserva il silenzio della politica di governo. Quest'ultima scelta è anche funzionale ad esimersi dalla narrazione delle vicende: basta osservare che (dati [Catchy Big Data](#)) se per i casi Whirlpool, Mercatone Uno e Knorr, **#DiMaio** è il secondo *hashtag* più associato alle vicende dagli utenti di Twitter, nel conversato sull'accordo Fca-

Popolare è chi il popolare fa? Lavoro, identità e comunicazione tra europee 2019 e cronaca industriale

Renault non compare il nome di alcun esponente politico italiano (mentre spicca il nome di Macron). La spiegazione è forse da ritrovare nella stessa ossatura della retorica populista che inquadra il lavoro in senso anti-elitario, nazionalista e antieuropeo. In altre parole è quasi controproducente per Di Maio e Salvini mettersi dal lato delle “imprese potenti” o delle multinazionali, proprio in quanto non-popolari. Figuriamoci poi se si tratta di Conad, che aveva commentato aspramente l’azione di Di Maio a favore delle chiusure domenicali, o di Fca, [criticata dallo stesso Ministro](#) per essere “stata imbottita di soldi pubblici (dei cittadini italiani) per delocalizzare all’estero produzione e posti di lavoro”.

Anche in queste vicende è quindi il sindacato a poter meglio agire alla luce del sole, o meglio dei riflettori.

Francesco Nespoli

ADAPT Research Fellow

 [@Franznespoli](#)