Pubblicata su *inGenere* ([http://www.ingenere.it](http://www.ingenere.it/))

[Home](http://www.ingenere.it/) > Ho vinto un posto di lavoro facendo la spesa!

**Ho vinto un posto di lavoro facendo la spesa!**

[Valentina Cuzzocrea](http://www.ingenere.it/persone/cuzzocrea) [1]

[Annalisa Murgia](http://www.ingenere.it/persone/murgia) [2]

Tags:

[lavoro](http://www.ingenere.it/category/argomento/lavoro) [3]

Se “il lavoro non è una merce”, come può la sociologia del lavoro interpretare il fatto che possa diventare un premio che si vince in una lotteria? E' quello che è successo, in una catena di supermercati che ha messo in palio, per farsi pubblicità, un posto di lavoro; atipico, ovviamente

L’attuale scenario del mercato del lavoro italiano si caratterizza per la proliferazione di contratti non standard e per il conseguente innalzamento delle barriere di accesso al welfare, a causa dei minori o semi-inesistenti diritti che queste forme di impiego garantiscono (ai contributi pensionistici, ai congedi retribuiti di malattia e maternità, alle indennità di disoccupazione, ecc.). La crescita di forme di impiego destabilizzato e di pratiche di assunzione contingente ha ridisegnato le linee di gerarchia del mercato del lavoro, ampliando il divario tra fasce forti e fasce deboli: oltre alla forte differenziazione tra regioni settentrionali e meridionali, i rischi di precarietà occupazionale riproducono e alimentano i già rilevanti fenomeni della segmentazione generazionale e di genere del panorama italiano, portandoci a riflettere su quanto ed in quali forme il riconoscimento della cittadinanza, la costruzione dell’identità e il consolidamento del legame sociale siano incorporati all’attività lavorativa.

La presentazione di un'iniziativa messa in atto da una grossa catena della distribuzione commerciale in  Sardegna può aiutare a dare un'idea della progressiva erosione – materiale e simbolica – del lavoro considerato “standard” e di quanto il valore attribuito al lavoro sia oggi messo seriamente a rischio da nuove forme di spettacolarizzazione e dall'esaltazione di una retorica che considera il caso o la fortuna come delle occasioni di emancipazione, rappresentate come più “attraenti” e, soprattutto, più probabili, del riconoscimento dei percorsi formativi e professionali. È ormai noto, infatti, che in Italia i giovani non soltanto fanno il loro ingresso nel mercato del lavoro più tardi rispetto ai coetanei europei, ma hanno più frequentemente un'occupazione non coerente con i loro titoli di studio, oltre che una maggiore probabilità di restare senza lavoro e/o di trovare lavori instabili.

Sulla scia di una proposta che era già stata avanzata dai supermercati Tigros di Piemonte e Lombardia, nel novembre 2009 la Cs&D – centro distributivo che serve 253 punti vendita dei supermercati Despar e Sigma in Sardegna – ha lanciato il concorso “Vinci il tuo lavoro”, secondo cui i clienti dei punti vendita, ogni 30 euro di spesa, potevano compilare una cartolina che avrebbe permesso loro di partecipare all’estrazione di 4 posti di lavoro al mese, per un totale di 48 contratti di inserimento all’anno, come addetti alle vendite (banconiere, cassiere, salumiere, ecc.), con la possibilità per i vincitori di cedere il posto a terzi che avessero i requisiti contrattuali di età richiesti (18-29 anni, o fino ai 32 anni se disoccupati di lunga data).

L’evento ha avuto ampia copertura nei media locali, e ha suscitato qualche discussione anche a livello nazionale. L'ideatore si è dichiarato particolarmente soddisfatto dell’iniziativa , che è stata descritta da una parte come filantropica, legata alla promozione dei prodotti sardi e comunque tutto sommato apprezzabile, dall'altra rappresentata come “lodevole”, sia a livello di relazioni sindacali che in termini di opportunità offerte:

“Nella fase preliminare, abbiamo coinvolto i sindacati in un accordo quadro legato all’iniziativa, che abbiamo firmato davanti alle tv e alla stampa locali. Mi è poi capitato di partecipare a varie trasmissioni tv a livello nazionale per presentare il concorso, trasmissioni in cui autorevoli sociologi del lavoro hanno lodato l’iniziativa ”.

Visto il successo del concorso, sia in termini di operazione di marketing, sia per il 'beneplacito' dei sindacati locali – a differenza di quanto accaduto nelle Regioni del Nord Italia in reazione alla stessa proposta – sia, infine, per il dibattito pubblico e mediatico che ne è scaturito, sono diversi gli spunti di riflessione intorno ai significati associati al lavoro che questa iniziativa commerciale e pubblicitaria offre.

In primo luogo è interessante notare il fatto che le confederazioni sindacali locali abbiano firmato un accordo che in altri contesti è stato fortemente criticato, argomentando il loro assenso con le pesantissime difficoltà del mercato del lavoro sardo, un territorio con un elevatissimo livello di ‘scoraggiati’ – soprattutto tra le donne – e un tasso altissimo di disoccupazione giovanile, pari al 44,7%, a fronte di una media nazionale del 25,4% (Istat, 2010). Nel novembre 2009 il segretario generale della camera del lavoro della Cgil sosteneva: “È un’iniziativa dallo stile discutibile, che svilisce il ruolo del lavoro. É un diritto, invece viene abbinato alla fortuna. Capisco che venga seguita una strategia commerciale, però gli ideatori avrebbero dovuto badare anche all’etica. In un territorio come il nostro, povero di lavoro, c’è il rischio che l’occupazione venga vissuta veramente come una lotteria”. Mentre il segretario confederale della Cisl parlava di “trovata pubblicitaria, intelligente e intrigante, finalizzata a incrementare i consumi”, per poi sostenere che si tratta di “un’idea che fa leva su un problema drammatico: in Sardegna ci sono 90 mila disoccupati secondo i dati ufficiali dell’Istat, anche se i numeri reali, i nostri, dicono che i senza lavoro sono più di 180 mila” . Nonostante l'espressione di tali perplessità, il fatto che Cgil, Cisl ed Ente bilaterale abbiano approvato il concorso dovrebbe a nostro avviso farci interrogare sia sulle direzioni che può seguire la contrattazione di secondo livello aziendale, sia sulla cultura del lavoro che viene veicolata attraverso questo tipo di iniziative.

In secondo luogo, questo concorso rappresenta un interessante spunto di riflessione sull'attuale situazione dei diritti di lavoratori e lavoratrici. La crescente precarizzazione  e lo scollamento tra l’assetto del mercato del lavoro e dello stato sociale hanno infatti alimentato una situazione in cui si è spesso costretti ad accettare un “posto” di lavoro, qualsiasi esso sia, soprattutto se si tratta di contesti con una così elevata difficoltà di accesso ad un'occupazione regolare.

Infine, ci sembra che una discussione sulle cartoline distribuite nei supermercati in questione , che consentono di partecipare alla messa in palio di un lavoro, non possa non soffermarsi sugli stereotipi di genere da queste veicolati. È una giovane donna dall'aria molto sorpresa, con i capelli biondi e gli occhi azzurri – piuttosto lontana, dunque, dalle caratteristiche estetiche maggiormente diffuse tra le coetanee sarde – a pronunciare la frase: “Incredibile! Ho vinto un posto di lavoro facendo la spesa!”. Ci sembra che il sotto-testo di questa campagna promozionale da un lato riproduca vecchie divisioni di ruoli di genere, dando per scontato che sia una donna ad occuparsi di fare la spesa, dall'altro alluda al fatto che una giovane donna non possa aspirare ad un'occupazione se non grazie al caso, alla fortuna, in questo caso alla vincita di un gioco a premi. L'allusione diventa peraltro esplicita in un contesto in cui le giovani donne, nonostante abbiano performance scolastiche sistematicamente migliori dei loro coetanei uomini (in termini di tempi e di risultati ottenuti), non solo sono sovrarappresentate nei lavori temporanei, ma anche nei lavori caratterizzati da minore qualità e retribuzione, con delle notevoli conseguenze in termini di dipendenza economica, di percezione di redditi da pensione più bassi e di conseguenza di maggiore esposizione al rischio di povertà (Villa 2010).

In questo scenario di spettacolarizzazione delle performance e delle competenze, dai concorsi nei supermercati ai reality show che mettono in palio un posto di lavoro – si pensi al programma televisivo “Il contratto”, il docu-reality in onda su La7 da febbraio 2011 in cui i concorrenti ambiscono ad un contratto di lavoro a tempo indeterminato – si assiste ad una progressiva (e aggressiva) messa in discussione dei criteri di valutazione e meritocrazia finora associati, quantomeno in via teorica, al processo di assunzione.

A fronte delle definizioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro di lavoro “decente” o “dignitoso” e della promozione della “qualità del lavoro” all'interno dell'Unione Europea, c'è da domandarsi che forme stiano assumendo il valore e la dignità che vengono riconosciuti al lavoro oggi, così come alle persone che lo svolgono. In ambito sociologico l’assunto che il mercato del lavoro non è un vero mercato risulta centrale rispetto alle altre discipline che si occupano di lavoro e delle sue trasformazioni. Ma se “il lavoro non è una merce” (Gallino, 2007), come può la sociologia del lavoro interpretare il fatto che possa diventare un premio in palio ad una lotteria?

Riferimenti bibliografici
Gallino, L. (2007) *Il lavoro non è una merce. Contro la flessibilità*, Roma-Bari, Laterza.
Villa, P. (2010) “*La crescita dell’occupazione femminile: la polarizzazione tra stabilità e precarietà*”, Lavoro e diritto, n. 3, pp. 343-358.

**URL di origine:** <http://www.ingenere.it/articoli/ho-vinto-un-posto-di-lavoro-facendo-la-spesa>

**Links:**
[1] http://www.ingenere.it/persone/cuzzocrea
[2] http://www.ingenere.it/persone/murgia
[3] http://www.ingenere.it/category/argomento/lavoro