

Il lavoro che ami è una trappola

Miya Tokumitsu

Fa' quello che ami. Ama quello che fai. Questi due motti sono incorniciati e appesi alla parete di un salotto che non si può definire altro che "molto curato". L'immagine è apparsa prima su un noto blog che si occupa di design, e poi sulle bacheche di Pinterest e Tumblr,aggiudicandosi migliaia di *like*.

Illuminata e fotografata con amore, è una stanza arredata per ispirare *Sehnsucht*: un termine che potrebbe essere sommariamente tradotto dal tedesco come il desiderio di una cosa o di un luogo utopici. Anche se la duplice esortazione al lavoro è collocata all'interno di uno spazio per il riposo, dove abbondano oggetti artistici e il lavoro non è faticosa ma amore, quella stanza è esattamente il luogo dove tutti gli utenti dei social network vorrebbero essere. La disposizione a dittico dei quadretti fa pensare a una versione laica dell'altare di una casa medievale.

Sembra proprio che "fa' quello che ami" sia diventato lo slogan ufficiale dei nostri tempi, quando si parla di lavoro. Il problema è che non porta alla salvezza ma alla svalutazione di quello stesso lavoro che dice di elevare, e soprattutto alla disumanizzazione della gran parte dei lavoratori.

Sulle prime può sembrare un consiglio edificante, che ci spinge a chiederci quale sia la cosa che preferiamo fare, e a trasformarla in un'attività da cui ricavare un reddito. Ma perché dovremmo finalizzare il nostro piacere al profitto? A chi si rivolge, o non si rivolge, questa esortazione?

Incoraggiandoci a restare concentrati su noi stessi e sulla nostra felicità individuale, lo slogan ci distrae dalle condizioni di lavoro degli altri, e al tempo stesso conferma le nostre scelte, sollevandoci da qualsiasi responsabilità nei confronti di tutti quelli che lavorano anche senza amare quello che fanno. È la stretta di mano segreta dei privilegiati, è una visione del mondo che maschera il suo elitismo da nobile aspirazione a migliorare se stessi. Secondo questa scuola di pensiero, il lavoro non è qualcosa che si fa per un compenso, ma un atto d'amore verso se stessi: se il profitto manca, è perché il lavoratore non ci ha messo abbastanza passione. Il suo vero obiettivo è convincerci che lavoriamo per noi stessi, e non per il mercato.

Gli aforismi hanno origini e incarnazioni diverse,

ma la natura generica e stereotipata di "fa' quello che ami" rende difficile un'attribuzione esatta. Il sito Oxford Reference collega la frase e le sue varianti a Martina Navrátilová, François Rabelais e altri. Su internet è spesso attribuita a Confucio, e collocata in un confuso passato orientalizzato. Oprah Winfrey e altri predicatori della positività la includono nel loro repertorio da decenni, ma il suo più importante e recente evangelista è il defunto amministratore delegato della Apple, Steve Jobs.

Il suo discorso del 2005 ai neolaureati della Stanford university può essere un mito originario credibile, soprattutto da quando Steve Jobs è stato beatificato

Sembra proprio che "fa' quello che ami" sia diventato il mantra ufficiale dei nostri tempi, quando si parla di lavoro, ma porta alla svalutazione di quello stesso lavoro che dice di elevare

come santo patrono del lavoro esteticizzato, ben prima della sua morte prematura. In quel discorso, raccontando la nascita della Apple, Jobs ha introdotto questa riflessione: "Dovete scoprire le vostre passioni. E questo vale nel lavoro come nell'amore. Il vostro lavoro occuperà una grossa parte della vostra vita, e l'unico modo per essere veramente soddisfatti è farlo bene. E per fare bene il vostro lavoro, l'unico modo è amare quello che fate".

In queste poche righe la parola "vostro" è ripetuta ben quattro volte. Un richiamo all'individualità che non stupisce venendo da uno come Jobs che ha coltivato una sua immagine di lavoratore ispirato, libero, appassionato: tutti stati d'animo caratteristici dell'amore romantico perfetto. Jobs è riuscito a rappresentare in modo così efficace la simbiosi tra il lavoratore e la sua azienda che i jeans con il maglione a collo alto hanno finito per diventare l'emblema della Apple e di tutti quelli che ci lavorano.

Ma rappresentando la Apple come un frutto del suo amore individuale Jobs ha cancellato il lavoro di migliaia di anonimi che lavorano negli stabilimenti dell'azienda, al riparo da occhi indiscreti, dall'altra parte del pianeta: gli stessi che hanno permesso a Jobs di tradurre in pratica il suo amore.

La violenza di questa cancellazione va denunciata. "Fa' quello che ami" è una frase che può suonare innocua e delicata, ma in ultima analisi è egocentrica al limite del narcisismo. Nella formulazione di Steve Jobs, è la deprimente antitesi dell'utopia visionaria del lavoro di Henry David Thoreau, che scriveva:

Sarebbe una buona economia quella di una città che

MIYA TOKUMITSU ha un dottorato di ricerca in storia dell'arte alla University of Pennsylvania. Questo articolo è uscito su Jacobin con il titolo *In the name of love*.



ALFANE

pagasse i suoi lavoratori così bene da dar loro l'impressione di lavorare non per vili scopi di mera sopravvivenza, ma per alti scopi scientifici e perfino morali. Non assumete chi fa il suo lavoro per danaro, ma chi lo fa per amore.

Evidentemente, Thoreau non aveva grande dimestichezza con il proletariato (è difficile immaginare qualcuno che lavi i pannolini per scopi scientifici o addirittura morali, anche se ben pagato). Nonostante questo, secondo lui garantire a tutti un lavoro ben remunerato e interessante sarebbe un vantaggio per la società nel suo insieme. Al contrario, la moderna visione jobsiana del lavoro che ci vuole concentrati solo su noi stessi, ci assolve da ogni obbligo e presa di coscienza nei confronti del mondo esterno, costituendo di fat-

to un tradimento – più o meno consapevole – di tutti i lavoratori.

Una conseguenza di questo isolamento è la divisione tra i lavoratori, fondamentalmente in senso classista. Il lavoro viene diviso in due categorie: quello piacevole (creativo, intellettuale, socialmente prestigioso) e quello che non lo è (ripetitivo, non-intellettuale, generico). Chi fa lavori piacevoli è privilegiato in termini di ricchezza, status sociale, istruzione, pregiudizi razziali e peso politico, anche se costituisce una piccola minoranza della forza lavoro complessiva.

Per chi è costretto a fare un lavoro che non ama è tutta un'altra storia. I lavori che si fanno per motivi e bisogni diversi dall'amore (cioè la maggior parte) non sono solo sminuiti, ma cancellati, dal credo di Jobs. Co-



Storie vere

Il consiglio per l'educazione del Gujarat, in India, ha pubblicato dei nuovi libri di testo per gli studenti delle scuole medie. Il risultato, però, non è all'altezza del compito: si parla, per esempio, di quando "nella seconda guerra mondiale il Giappone sganciò una bomba atomica sugli Stati Uniti", oppure si sbaglia la data dell'assassinio del mahatma Gandhi. Dopo 120 segnalazioni di sviste del genere, il ministro dell'educazione Bhupendrasinh Chudasama ha detto che per ora non ritirerà il volume dalle scuole, ma che "è stato costituito un comitato di due persone per correggere gli errori e porre rimedio".

me nel suo discorso ai ragazzi del college, il lavoro sgradevole ma socialmente necessario è semplicemente cancellato dal livello di coscienza.

Pensate alla grande varietà di lavori che hanno permesso a Jobs di vivere anche un solo giorno da amministratore delegato della Apple. Il cibo che ha mangiato è stato raccolto nei campi e trasportato a destinazione. Le merci della sua azienda sono state assemblate, impacchettate e spedite. Gli spot pubblicitari sono stati concepiti, scritti, interpretati e filmati. Le cause legali sono state discusse in tribunale. I cestini della carta straccia negli uffici sono stati svuotati, e le cartucce delle stampanti sostituite. La creazione di lavoro funziona nei due sensi. Eppure, dal momento che la stragrande maggioranza dei lavoratori resta invisibile agli occhi delle élite innamorate del loro lavoro, non stupisce che le gravi difficoltà affrontate oggi dai lavoratori (salari ridicoli, costi degli asili nido e via dicendo) stentino a essere percepite come problemi politici perfino dalle frange più progressiste della classe dirigente.

Ignorando la maggior parte dei lavori e riclassificando il resto come "amore", "fa' quello che ami" potrebbe essere la più elegante ideologia in circolazione contro i lavoratori. Perché i lavoratori dovrebbero associarsi e difendere i loro interessi di classe se una cosa chiamata lavoro neppure esiste?

Inoltre, "fa' quello che ami" nasconde il fatto che poter scegliere un mestiere principalmente come forma di gratificazione personale è un privilegio immeritato, il segno di un'appartenenza di classe. Perfino il grafico freelance a cui i genitori hanno pagato la retta dell'università e l'affitto dell'elegante appartamento a Brooklyn può dispensare questa filosofia a tutti quelli che ambiscono al suo successo.

Se crediamo che lavorare come imprenditori nella Silicon valley, addetti stampa di un museo o ricercatori di un istituto sia essenziale per essere persone autentiche – in pratica, per amare noi stessi – cosa pensiamo

delle vite interiori e delle speranze di quelli che puliscono le stanze d'albergo e riforniscono gli scaffali di un grande magazzino? La risposta è: niente.

Eppure, sono proprio i lavori più faticosi e sottopagati quelli che un numero sempre maggiore di americani fa e continuerà a fare. Secondo l'ufficio statistiche del ministero del lavoro degli Stati Uniti, i due mestieri più richiesti da qui al 2020 saranno l'assistente sanitario e il collaboratore domestico, con salari medi rispettivamente di 19.640 e 20.560 dollari all'anno. Elevare un certo tipo di professioni a qualcosa che vale la pena di amare significa automaticamente denigrare il lavoro di quelli che fanno mestieri poco attraenti ma che mandano avanti la società.

E se da una parte questo svilisce i molti mestieri che consentono a tanti di noi di fare una vita comoda e un lavoro che amiamo, dall'altra danneggia gravemente le professioni che pretendono di celebrare, soprattutto quelle all'interno di strutture istituzionali. Il mantra del "fa' quello che ami" ha avuto effetti devastanti in particolare in ambito accademico. Nei primi anni del duemila il dottorando medio snobbava i facili guadagni dell'economia e della giurisprudenza (ora un po' meno facili) accettando di vivere di un magro stipendio pur di poter perseguire la sua passione per la mitologia nordica o la storia della musica afrocubana.

La ricompensa per chi ha seguito questa nobile vocazione negli Stati Uniti è un mercato del lavoro accademico in cui circa il 41 per cento dei docenti è professore a contratto: cioè un insegnante che di solito è pagato poco, non ha né indennità, né un ufficio, né la sicurezza del posto di lavoro, né prospettive professionali a lungo termine negli istituti in cui lavora.

Ci sono molti motivi per cui i dottorati di ricerca continuano a fornire manodopera altamente qualificata in cambio di stipendi estremamente bassi. Uno è la pervasività della dottrina del "fa' quello che ami" in ambito accademico. Sono poche le professioni che legano così intimamente l'identità personale del lavoratore al prodotto del suo lavoro. Questa identificazione spiega in parte perché tanti professori di ruolo che simpatizzano per la sinistra restino stranamente in silenzio di fronte alle condizioni di lavoro dei loro pari. Se la ricerca accademica va portata avanti solo per amore, le reali condizioni di lavoro e la sua retribuzione diventano secondarie, se non addirittura insignificanti.

A molti accademici piace pensare di avere evitato un ambiente di tipo aziendale, con i suoi relativi valori, ma nel suo saggio *We work*, Marc Bousquet osserva che l'accademia potrebbe rappresentare, in realtà, un modello gestionale perfetto per le aziende:

Come emulare il luogo di lavoro accademico e convincere la gente a lavorare a un alto livello di intensità intellettuale ed emotiva cinquanta o sessanta ore alla settimana, per la paga di un barista o anche meno? Esiste un modo per indurre i dipendenti a restare chinati sulle loro scrivanie ripetendosi "Amo quello che faccio" anche quando il carico di lavoro aumenta e la busta paga diminuisce? In che modo possiamo convincere i nostri lavoratori a diventare come i docenti universitari e a negare il fatto di stare lavorando?

Nessuno vuole sostenere che il lavoro non possa essere piacevole. Ma il lavoro emotivamente gratificante è pur sempre lavoro, e riconoscerlo non danneggia nessuno. Non riconoscerlo, invece, apre la strada al più feroce sfruttamento e danneggia tutti i lavoratori.

Paradossalmente, il culto del “fa’ quello che ami” rafforza lo sfruttamento anche nell’ambito delle cosiddette professioni piacevoli, in cui gli straordinari e il lavoro sottopagato o gratuito sono la nuova norma: giornalisti a cui si chiede di fare anche il lavoro dei fotografi che sono stati licenziati, passare il fine settimana su Twitter, controllare l’email del lavoro nei giorni di malattia. Niente facilita lo sfruttamento come convincere i lavoratori che stanno facendo una cosa che amano. Invece di costruire una nazione di lavoratori felici e reallizzati, la nostra epoca ha visto l’ascesa del professore a contratto e dello stagista non retribuito: gente che viene persuasa a lavorare per pochi soldi o gratis, se non addirittura in perdita.

Non dovrebbe sorprendere che gli stagisti non retribuiti abbondino in campi socialmente appetibili come la moda, i mezzi d’informazione e le arti. Si tratta di settori abituati da tempo a masse di dipendenti disposti a lavorare in cambio di moneta sociale anziché di veri salari. Esclusa da queste opportunità, naturalmente, è la stragrande maggioranza della popolazione: quella che deve lavorare per lo stipendio. Un’esclusione che cristallizza l’immobilità economica e professionale, e isola questi settori dalla diversità di voci offerte dalla società.

Non è una coincidenza che le industrie che fanno più affidamento su stagisti e tirocinanti – moda, informazione, arti – sono anche quelle in cui la presenza femminile è più numerosa. Le donne costituiscono la maggioranza della forza lavoro sottopagata o non retribuita: nel campo delle professioni di cura, delle docenze a contratto e degli stage non retribuiti sono molto più numerose degli uomini. Quello che unisce tutti questi

lavori è la convinzione che la paga non debba essere la principale motivazione per farli, a prescindere dal titolo di studio di chi li fa. Le donne dovrebbero lavorare perché sono naturalmente portate a prendersi cura degli altri e ad avere l’obiettivo di piacere agli altri: dopotutto, da tempo immemore si prendono cura dei bambini, degli anziani e della casa, senza alcun compenso. E parlare di soldi non si addice a una signora.

In linea con la sua mitologia americana, il sogno del “fa’ quello che ami” è democratico solo a prima vista. I ricercatori possono fare il lavoro che amano, e trasformare il loro amore per il romanzo vittoriano in un mestiere scrivendo profondissimi saggi per la *New York Review of Books*. Anche chi non ha fatto l’università può farlo, magari costruendo un impero alimentare sulla ricetta della marmellata di una vecchia zia. Dopotutto, negli Stati Uniti chiunque ha la possibilità di fare quello che ama e arricchirsi.

Fa’ quello che ami e non lavorerai un solo giorno in vita tua! Prima di soccombere al calore inebriante di questa promessa, è fondamentale chiedersi: “A chi conviene, esattamente, fare in modo che il lavoro non sia percepito come lavoro? Perché i lavoratori dovrebbero avere l’impressione di non lavorare se invece è proprio quello che fanno?”. Lo storico Mario Liverani ci ricorda che “l’ideologia ha la funzione di presentare allo sfruttato lo sfruttamento in una luce favorevole, come qualcosa di vantaggioso per gli svantaggiati”.

Mascherando gli stessi meccanismi di sfruttamento che alimenta, “fa’ quello che ami” è il più perfetto strumento ideologico del capitalismo. Distoglie l’attenzione dal lavoro degli altri, mascherando il nostro da qualcos’altro. Nasconde il fatto che se considerassimo lavoro quello che facciamo, potremmo stabilire dei limiti appropriati ed esigere un compenso equo e orari umani compatibili con la famiglia e lo svago.

Se lo facessimo, aumenterebbe il numero delle persone in grado di fare il lavoro che amano. ♦ *dic*