



Marilena La Rosa
Michela Mazzola

LIBERI DI SCRIVERE

TIPOLOGIA B

Analisi e produzione di un testo argomentativo

Domenico De Masi Creatività e ozio creativo

Domenico De Masi (1938) è un sociologo italiano, che ha contribuito a elaborare e diffondere il paradigma post-industriale, basato sull'idea che, a partire dalla metà del Novecento, l'azione congiunta del progresso tecnologico, dello sviluppo organizzativo, della globalizzazione, dei mass media e della scolarizzazione di massa abbia prodotto un tipo nuovo di società (il mondo "post industriale") che, per essere compresa, richiede l'elaborazione di un nuovo modello, se non si vuole incorrere nel rischio del disorientamento. Nel suo saggio *TAG. Le parole del tempo*, cerca di rispondere a questa domanda di un nuovo modello sociale e riflette intorno a 26 parole-chiave, che corrispondono ad altrettante questioni cruciali.

L'attuale organizzazione aziendale, ricalcando quella manifatturiera, riesce inadeguata soprattutto nei confronti delle attività creative che l'impresa postindustriale esige per la sua stessa sopravvivenza. Per comprenderne la ragione occorre partire dal concetto di creatività che consiste in una sintesi di fantasia e di concretezza. Noi diciamo che Michelangelo è un genio dell'architettura non solo perché ha concepito la cupola di San Pietro ma perché, dopo averla pensata e disegnata, è riuscito anche a realizzarla trovando i soldi necessari e organizzando un'imponente macchina costruttiva fatta di centinaia di muratori, falegnami, fabbri e scalpellini che lavorarono sinergicamente per molti anni.

Chiamiamo genio una persona dotata di grande fantasia e, *insieme*, di grande concretezza. Ma dal momento che, nel corso della storia, gli individui geniali sono rari, ci viene in soccorso il "gruppo creativo": cioè un team in cui convergono personalità molto fantasiose, anche se poco concrete, e personalità molto concrete, anche se poco fantasiose.

Questo gruppo, mirando a un obiettivo condiviso e lavorando sinergicamente sotto la guida di un leader carismatico, capace di motivarlo ed entusiasmarlo, riesce a ideare e realizzare cose fuori dell'ordinario, purché il clima aziendale lo asseconi. Chi lavora in gruppi del genere è più tormentato e felice – cioè, più vivo – di un bancario costretto a lavorare dietro lo sportello o di un operaio costretto alla catena di montaggio. E, come se non bastasse, nella maggior parte dei casi, è più garantito, corteggiato, gratificato.

Se dunque l'azienda vuole innovazione e creatività, deve assicurare ai creativi un'atmosfera fatta di senso del bello, del ben fatto, del raffinato, del cortese, di tutte quelle buone maniere, di tutti quei valori estetici ed etici che nel Rinascimento restavano orgoglioso appannaggio delle élites, ma che oggi, resi ormai praticabili e legittimi dalla società post-industriale, possono diventare patrimonio comune: dei datori di lavoro come dei lavoratori. La creatività al posto della

25 burocrazia, l'etica al posto dell'astuzia, l'estetica come completamento della pratica, costituiscono dunque un nuovo modo di essere del professional, del manager, del dirigente, in una società dove l'impresa - novello principe - ha il dovere di contribuire alla raffinatezza culturale non meno che al benessere materiale di tutti i suoi collaboratori e di tutti i suoi stakeholder.

Solo questo nuovo stile di vita e di lavoro può assicurare, accanto al benessere dei lavoratori, anche i margini di profitto dell'azienda.

30 La creatività di cui il lavoro postindustriale ha bisogno richiede una condizione esistenziale che amo chiamare "ozio creativo". Per ozio creativo non intendo svogliatezza, pigrizia, disimpegno, ma intendo quello stato di grazia che si raggiunge quando si fa qualcosa che, contemporaneamente, ci dà la sensazione di lavorare, di studiare e di giocare. Qualcosa con cui, contemporaneamente, produciamo ricchezza, apprendimento e allegria. Una sensazione di godibile fierezza che accende la nostra immaginazione e ci fa sentire pienamente umani. È lo stato d'animo che avverte l'artista quando è tutto preso dal suo capolavoro, il bambino quando costruisce il suo castello di sabbia, il manager quando guida un team bene assortito verso una meta innovativa, la casalinga quando perfeziona e ottimizza la gestione domestica con efficienza ed amore, lo scienziato quando insegue con metodo e tenacia una sua invenzione, un politico quando escogita un nuovo assetto civile per la sua comunità.

40 Se si realizzano queste condizioni, il lavoratore, il manager, l'imprenditore, così come l'artista, il bambino, la casalinga, lo scienziato, il politico non sanno neppure essi stessi cosa stanno facendo, dimenticano il tempo che passa, tendono la corda della propria vita oltre ogni prevedibile resistenza.

45 Purtroppo questo felice stato di grazia nel quale il lavoro, lo studio e il gioco vengono a coincidere e ad esaltarsi vicendevolmente, non è facile da raggiungere perché noi veniamo fuori da una lunga epoca industriale durante la quale tutta la vita è stata improntata alla separazione netta tra lo studio concentrato nei primi anni di vita, il lavoro rigidamente svolto in determinati luoghi e in determinate ore, lo svago altrettanto rigidamente limitato a certe altre ore e a certi altri posti. Henry Ford diceva: «Quando lavoriamo dobbiamo lavorare. Quando giochiamo dobbiamo giocare. Non serve a nulla cercare di mescolare le due cose. L'unico obiettivo deve essere quello di svolgere il lavoro e di essere pagati per averlo svolto. Quando il lavoro è finito, allora può venire il gioco, ma non prima».

55 Più che ai principi di Ford, oggi l'organizzazione postindustriale deve ispirarsi alla massima Zen, che coglie alla perfezione l'essenza di ciò che io chiamo ozio creativo: «Chi è maestro nell'arte di vivere distingue poco fra il suo lavoro e il suo tempo libero, fra la sua mente e il suo corpo, la sua educazione e la sua ricreazione, il suo amore e la sua religione. Con difficoltà sa cos'è cosa. Persegue semplicemente la sua visione dell'eccellenza in qualunque cosa egli faccia, lasciando agli altri decidere se stia lavorando o giocando. Lui, pensa sempre di fare entrambe le cose insieme».

60 da Domenico De Masi, *TAG. Le parole del tempo*, Rizzoli, Milano 2015.

1

Analisi

A

Svolgi un'analisi delle sequenze e formula un breve commento per ciascuna, facendo emergere la connessione tra le parti.

B

Quale funzione, a tuo parere, svolge il riferimento a Michelangelo nel primo paragrafo? In quale altra parte del testo e con quale intento viene ripreso?

C

Soffermati sui modi e i tempi verbali. Il tempo presente e il modo indicativo, che sono prevalenti, hanno sempre la stessa funzione? Argomenta facendo gli opportuni riferimenti alle varie parti del testo.

D

Considera il testo relativamente al registro linguistico. Qual è il registro prevalente? Quali altri registri possono essere individuati nel testo?

- E** A quale destinatario è indirizzato il testo che hai letto? Quali sono gli indizi che ti fanno pensare a questo tipo di destinatario?

2 Commento

- A** Elabora un testo che illustri l'importanza del lavoro in team e della sinergia delle competenze, operando le opportune distinzioni tra le varie tipologie di attività e facendo riferimento sia alla tua esperienza sia a narrazioni vere o verosimili a cui hai attinto attraverso romanzi o film.