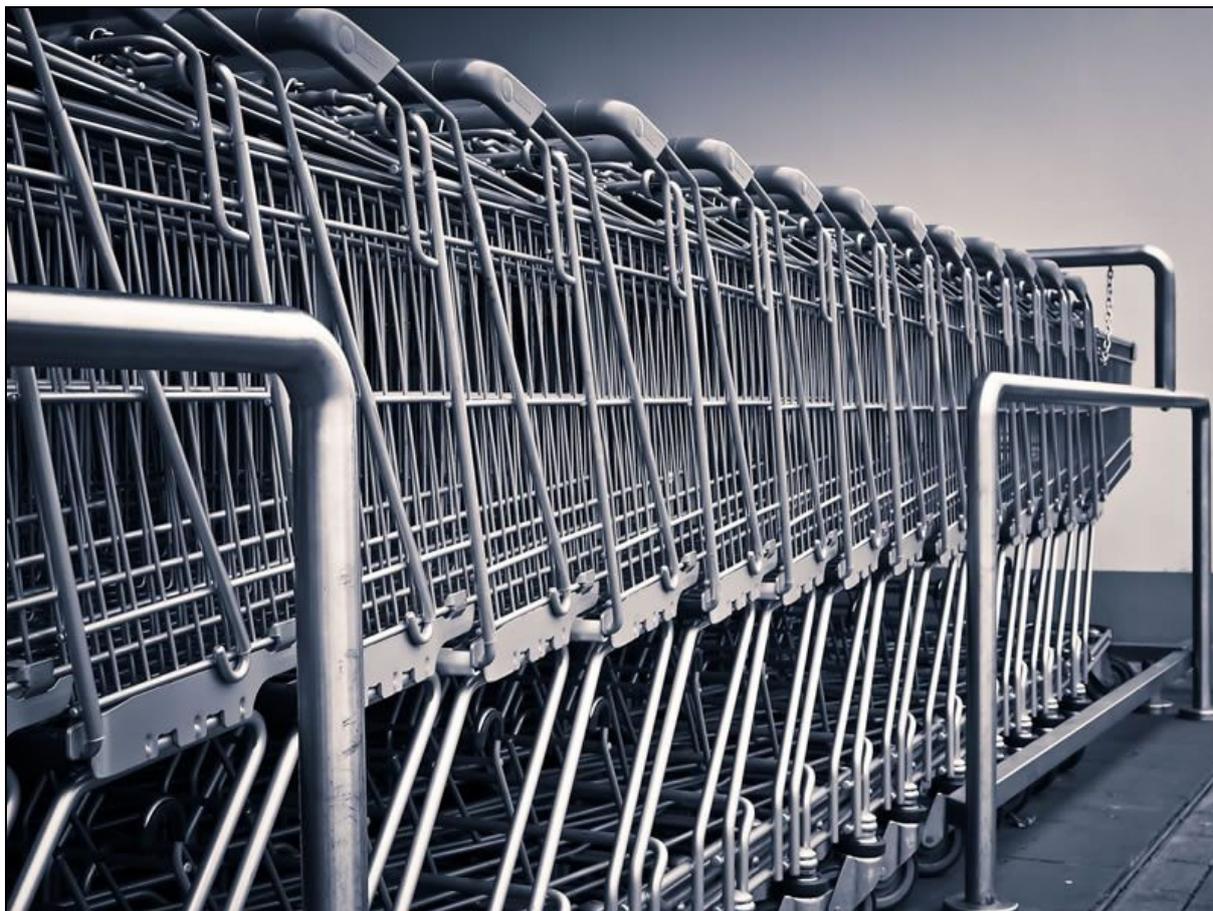


CLASSI E CLIENTI – 04/01/2018 Prospettiva Marxista –



La liberalizzazione degli orari commerciali concessa agli imprenditori del settore dal governo Monti ha prodotto quel che era largamente prevedibile, ovvero una massiccia erosione del poco tempo libero rimasto ai lavoratori del commercio e della grande distribuzione.

Non bastavano le aperture domenicali, o i prolungamenti degli orari di apertura sino a mezzanotte, di cui la Carrefour s'è fatta apripista. Dei pochi giorni di svago rimasti ai lavoratori andava fatto olocausto in nome del profitto e della concorrenza sempre più feroce, che non può che scaricare le proprie conseguenze sulle spalle dei lavoratori. E così, via il Ferragosto! E se qualche lavoratore preferisce starsene in spiaggia piuttosto che dietro ad una cassa, significa che non ha voglia di lavorare. Ma ciò, non è bastato. E in virtù del principio secondo il quale ciò che non è difeso verrà conquistato dall'avversario, da quest'anno, via il Natale e Santo Stefano. Non dappertutto, certo, ma in seno a quei pionieri che sanno "osare", sanno "rischiare", specialmente sulle ossa rotte di una classe che, ormai da alcune generazioni, si mostra pressoché inerme.

Con l'inadeguata intensità di conflitto che i rapporti di forza contingenti concedono di esprimere, da un paio d'anni la classe sta tentando di rispondere all'attacco. Una risposta dagli effetti quasi nulli, stante l'oggettiva forza della parte datoriale che spesso utilizza l'enorme bacino di forza lavoro di riserva che ha a disposizione per sostituire chi sciopera con personale in somministrazione. Ma anche perché i sindacati, dopo anni di stasi sociale, hanno espresso

quadri che, evidentemente, non riescono ad imbastire una prassi di lotta che sopperisca almeno in parte allo svantaggio dato dall'eccessiva disponibilità della forza lavoro sul mercato.

Ma c'è un elemento che è affiorato sin dall'inizio delle lotte del settore. Un leitmotiv fastidioso, una nenia che contiene pericolose note autoassolutorie, iniziata già due anni fa in occasione dello sciopero generale della grande distribuzione del 19 dicembre 2015, e che negli ultimi tempi, complice lo sciopero all'Oriocenter di Bergamo, si è fatta troppo insistente per poterla ancora liquidare come innocua ingenuità. Stiamo parlando dei piagnistei da parte di taluni sindacalisti per la mancata solidarietà da parte dei clienti alle istanze dei lavoratori, tanto che, nel caso dello sciopero all'Oriocenter, la figura del cliente appariva, nei discorsi di alcuni rappresentanti dei lavoratori, come uno degli attori principali, dai quali pareva dipendere l'esito della battaglia.

Ad esempio, parlando dei clienti, un funzionario della Filcams Cgil di Bergamo ha dichiarato: *«Speravamo in una maggiore solidarietà, che da molti è arrivata nelle settimane scorse almeno a parole. Lasciare vuoti i corridoi del centro commerciale sarebbe stato un segnale fortissimo. Ma così non è andata»*. Gli fa eco amareggiato un collega della Fisascat Cisl: *«Dispiace constatare che nella cattolica Bergamo si seguano più agevolmente i richiami del consumismo a ogni costo, piuttosto che gli inviti di Papa e vescovo al rispetto dei tempi del lavoro e del riposo. A Oriocenter non sono certo mancati i clienti nel giorno di Santo Stefano»*. In occasione dello sciopero del dicembre 2015 era stata addirittura la Camusso in persona a chiedere la solidarietà dei clienti.

Di fatto non riteniamo ci sia nulla di male a chiedere solidarietà ai clienti, basta che non lo si consideri un appoggio strategico, ovvero un modo per alleggerirsi il lavoro trasferendolo in parte sulle spalle di chi, socialmente, non ha nessun interesse a svolgerlo. Il fatto che i clienti elargiscano solidarietà ai lavoratori in lotta, è una cosa in più. Se c'è ben venga. Se non c'è, non bisogna lagnarsene, ne tantomeno dar segni di stupore, considerando anche l'imbarbarimento sociale che sta vivendo la società occidentale, per il quale l'unico diritto che va difeso è quello dell'individuo-monade di soddisfare in qualsiasi momento le proprie brame edonistiche. D'altro canto la figura sociale del cliente, composta da un magma umano interclassista, non ha nel suo complesso interesse a favorire i lavoratori nella loro giusta lotta contro il datore di lavoro. I pieni titolari di questo interesse sono, e sempre rimarranno, esclusivamente i lavoratori.

Certo, come già abbiamo ribadito, i rapporti di forza attuali forse non consentono di attuare lotte che risultino, nell'immediato, efficaci. Ma se da un lato le condizioni contingenti d'eccesso di forza lavoro sul mercato non si possono cambiare, dall'altro si può cambiare il sindacato, rendendolo migliore affinché risponda con maggior efficacia ed adeguatezza alle urgenti istanze di difesa salariale e di miglioramento delle condizioni di lavoro. È su questo aspetto che bisogna lavorare dopo un'intensa autocritica, e non addossare la colpa, anche parziale, dei propri insuccessi sulla mancata solidarietà da parte dei clienti.