



## UNA NUOVA NARRAZIONE DEL LAVORO

### Con il panel dedicato ai nuovi linguaggi chiude la seconda edizione di Nobilita

### Appuntamento al 21/22/23 marzo 2020

*Bologna, 23 marzo 2019 – “L’anno scorso alla fine del festival abbiamo detto che avevamo fatto pace con le parole del lavoro. Quest’anno forse abbiamo dato un significato **diverso** alle parole del lavoro e soprattutto abbiamo proposto una nuova narrazione”. Così **Osvaldo Danzi**, presidente di **FiordiRisorse**, alla chiusura di **Nobilita**, il festival sulla cultura del lavoro che termina all’Opificio Golinelli dopo tre giorni di riflessioni, scambi e confronti. “L’abbiamo fatto aprendo con **Marco Bentivogli**, uno che conosce davvero l’industria 4.0, e chiudendo con la sociolinguista Vera Gheno. Nel mezzo abbiamo sentito storie di buone pratiche in azienda e pessime storie di caporalato – continua Danzi – *lo mi auguro che da adesso in poi prendendo una bottiglia di pomodoro al supermercato vi venga una scossa, la prossima volta che sentirete parlare un responsabile di welfare di quanto sono attenti ai dipendenti vi venga da chiedere come parli o risponda alle mail di quelle stesse persone. Noi vorremmo, dando un nuovo significato alle parole del lavoro, che ognuno di voi diventi un bell’irrequieto, per usare le parole di Ivan Ortenzi, che come un filosofo faccia qualche domanda in più e rompa le scatole”.**

L’ultimo appuntamento di Nobilita si è concentrato sulle nuove forme di comunicazione. Com’è cambiata nel mondo dei social network? Ha ancora senso parlare delle vecchie classi sociali? O sono emerse, piuttosto, delle classi “social”? “Penso fermamente che in un mondo interconnesso dissentire senza litigare sia una delle capacità fondamentali di cui c’è più bisogno, questo apre anche ampie possibilità lavorative nel prossimo futuro. Ed è un’attitudine particolarmente importante ora che il pubblico non è più inerte ma reagisce in diretta alle nostre discussioni, mentre stiamo esprimendo il nostro pensiero”, spiega **Bruno Mastroianni**, docente di etica della comunicazione e social media manager per la Rai. Ricordando i livelli di cattiveria di certe discussioni su Facebook o su Whatsapp (i terribili gruppi delle mamme delle scuole) Mastroianni suggerisce quindi di sostituire la vecchia idea di “battaglia” che fonda il nostro concetto di dialogo a quello di “collaudo”. “Dobbiamo abituarci a vedere le discussioni come collaudi – raccomanda – *la mia posizione che prendo nei confronti di un qualsiasi tema, sono poi in grado di metterla a collaudo di fronte al pubblico? Regge di fronte al collaudo del pubblico?”.*

“L’incontro con l’altro non mette a repentaglio la nostra integrità, ma la arricchisce – continua il ragionamento **Massimo Guastini**, executive partner e copywriter di Cookies & Partners – *Vale il discorso dei neuroni: se non si interconnettono tra loro sono destinati a morire*”. Quello che non si può chiedere a un pubblicitario, che lavora di comunicazione, però, è di predire il futuro. “Non posso sapere come sarà il mondo della comunicazione tra dieci anni, ma so cosa non cambierà, ci sono principi della vecchia retorica che valgono da 2mila anni e resteranno tali anche in futuro – risponde – *Quello che è cambiato però è che oggi possiamo aggiustare le nostre campagne e le nostre comunicazioni in tempo reale, una cosa che prima non potevo fare: oggi ci sono opportunità che non avevamo mai avuto prima*”.



Raccomandazioni che diventano ancora più importanti considerando l'evoluzione della nostra società. *“La struttura demografica e la geografia della popolazione di uno Stato influenzano anche i suoi modi di comunicare – spiega **Alfonso Giordano**, demografo e statistico alla LUISS – Nel 1980 c'erano 17 milioni di under 20 e 10 milioni di over 60, mentre nel 2015 questo rapporto si è invertito: 10 milioni di under 20 e 17 milioni di over 60. Al momento ci sono 14 figli per 20 adulti, e questa tendenza sarà regressiva, per la banale osservazione che una popolazione sempre più anziana stenta a rinnovarsi. Dunque, anche la comunicazione (attraverso i social) risente di queste tendenze. Pur senza cadere in facili generalizzazioni, le diverse generazioni (baby boomer, gen. x, millennial e gen. z) ora attive, comunicano idee e valori diversi e, soprattutto, incidono in maniera differente”.*

Ma non si deve parlare di peggioramento del linguaggio, riprendendo vecchi luoghi comuni sui “giovani d'oggi”. *“La cosa che i social hanno fatto vedere più di prima è l'uso di una lingua cui non eravamo abituati a vedere scritta – aggiunge **Vera Gheno**, sociolinguista e social media manager dell'Accademia della Crusca – L'italiano popolare, l'italiano che io chiamo affettuosamente cialtrone, prima emergeva solo in alcuni contesti circoscritti e ristretti, adesso invece abbiamo messo in mano un megafono ed è emerso un livello di lingua che prima esisteva ma non emergeva”. C'è però, a suo dire, una specificità tutta italiana. “A casa parliamo l'italiano cialtrone della quotidianità e abbiamo studiato per anni una lingua che è quella della scuola, che assomiglia a un cappotto in naftalina – continua – Ma nel mezzo c'è un gap, il problema è che gli italiani hanno difficoltà a trovare un linguaggio intermedio adatto al mondo del lavoro, per cui spesso si ricorre al burocratese”.*

Ecco dunque quello che Nobilita ha provato a fare: ridare significato, trovare le parole giuste per il mondo del lavoro di oggi.

FiordiRisorse – Persone Maiuscole è una business community nata nel 2008 come Gruppo sulla piattaforma LinkedIn con l'intento di promuovere relazioni aggregando Persone e Imprese che operano nel Centro/Nord Italia. Riconosciuta come Best Practice italiana da LinkedIn, conta oggi più di 6.000 associati: una vera e propria Community, dove le aziende si aprono al pubblico condividendo progetti e processi in modo trasparente e costruttivo. [www.fiordirisorse.eu](http://www.fiordirisorse.eu) SENZAFILTRO è la testata giornalistica che tratta i temi del lavoro, cultura manageriale e libere professioni e che fa capo alla Business Community FiordiRisorse

#### **Ufficio Stampa Fior di Risorse a cura di Mec&Partners**

Patrizia Semeraro | [patrizia.semeraro@mec-partners.it](mailto:patrizia.semeraro@mec-partners.it) | +39 347 6867620

Luciana Apicella | [luciana.apicella@mec-partners.it](mailto:luciana.apicella@mec-partners.it) | + 39 335 7534485