

PUÒ LA GENERAZIONE X PASSARE DA AGGREGAZIONE AD ÉLITE?

Gianluca Ansalone *

TEORIA DELLE ELITES (una definizione)

Per teoria delle élites, s'intende: "quella teoria secondo cui in ogni società è sempre e soltanto una minoranza quella che detiene il potere, nelle sue varie forme, di contro a una maggioranza che ne è priva. Poiché, fra tutte le forme di potere, la teoria delle élites è nata e si è sviluppata con particolare riguardo allo studio delle élites politiche, essa può essere ridefinita come quella teoria secondo cui in ogni società appartiene sempre a una ristretta cerchia di persone il potere politico, cioè il potere di prendere e di imporre, anche ricorrendo in ultima istanza alla forza, decisioni valedoli per tutti i membri del gruppo. (N. Bobbio, da N. Bobbio, N. Matteucci, G. Pasquino, *Dizionario di Politica*, Utet, Torino, 1983 cit. p.373.)

APPLICAZIONE DELLA TEORIA E ATTUALIZZAZIONE:

I due massimi rappresentanti di questo filone socio-politico (teoria delle élites) sono **Mosca e Pareto**.

Il primo vede come inevitabile che le società siano governate da una minoranza che prende decisioni per la maggioranza, un riferimento che sovverte la prospettiva di "ottimismo antropologico" di matrice rousseauiana (= per Rousseau valeva il criterio della democrazia diretta e della partecipazione di tutti alle decisioni, sulla base dell'assunto che l'uomo è sempre in grado di prendere le migliori decisioni per sé e per la collettività di cui è parte).

Per Pareto, le élites sono gruppi che governano i diversi ambiti della vita sociale, con particolare riferimento alla politica, all'economia e alla produzione intellettuale, associandosi secondo affinità **emotive e etiche**. Tra gli intellettuali, ad esempio, esistono per Pareto due gruppi élitari, **i cattolici ed i razionalisti**. Nella politica, invece, ci sono quelli che il filosofo chiama i leoni, e che fanno gruppo attorno al valore della forza, e che si contrappongono alle volpi, uomini politici scaltri ed intuitivi.

COME SI CREANO LE ELITES OGGI?

La comparsa del criterio anagrafico nella analisi socio-antropologiche dei gruppi di potere è piuttosto recente ed è una caratteristica delle **società post-moderne**.

Il problema del ricambio della classe generazionale si pone a cavallo tra la fine del XIX secolo e l'inizio del XX, quando la politica smette di essere la professione più ambita e le giovani generazioni si orientano verso percorsi tecnico-professionali. A questo punto inizia una **strutturazione orizzontale dei gruppi di potere**, dove si creano legami tra persone non più appartenenti alla stessa cerchia professionale, ma ad una cerchia **sociale**. In più con la crescente interrelazione tra interessi, si creano legami sempre più fitti tra esponenti di gruppi diversi.

UN MODELLO DI SOCIETA' ANAGRAFICA

L'invecchiamento della popolazione e la crescita della burocrazia sono due aspetti caratteristici delle società post-belliche e che hanno affermato un clima di **conservazione** nelle istituzioni, ma anche nella politica, in economia e, cosa forse ancora più evidente, nelle università e nella ricerca.

A questo punto **il criterio anagrafico diventa essenziale**: non si tratta più solo di accedere ad un gruppo di potere, ma di crearne uno nuovo. La contiguità anagrafica è un parametro che consente non solo di beneficiare temporaneamente dei vantaggi

dell'appartenenza ad un gruppo di potere, ma piuttosto di costruire percorsi più duraturi, con la garanzia che l'età anagrafica e, quindi, il percorso di potere, coincideranno.

GLI ESEMPI

C'è un esempio positivo da tenere presente e che è forse espressione della società in cui si genera, quella americana: **il CEO di Ford Italia** è un quarantenne, la media del Board of Directors della stessa società è di 43 anni circa.

Questa è una caratteristica di tutte quelle aziende attive soprattutto nel *retail* e nel *merchandising*, quali **Vodafone, Coca Cola**, etc.

Dall'altro lato, aziende che operano in settori diversi, in cui il cliente finale è più istituzionale, hanno una strutturazione anagrafica diversa. **E' il caso di ENI, Boeing o Finmeccanica**, casi in cui il rapporto con il cliente finale (le Forze Armate nel nostro caso) ha bisogno di tempo per approfondirsi, consolidarsi e strutturarsi.

Richard Florida, studioso di Harvard, conia invece il termine "**classe creativa**" per indicare **quelle figure che trovano nell'atto creativo la misura del loro lavoro**. La classe creativa sarebbe la nuova classe emergente, superiore per numero alla classe operaia e a quella dei lavoratori dei servizi, di loro anche meglio remunerata. Secondo Florida, la classe creativa sarebbe un insieme di individui con interessi comuni e che tendono a pensare, sentire e comportarsi in modo simile, il cui principale fattore di comunanza è dato dal lavoro che queste persone svolgono per vivere. Figlia della rivoluzione tecnologica e di quella culturale sessantottina, la classe creativa sarebbe portatrice di stili di vita, atteggiamenti, valori e pratiche sociali profondamente differenti da quelli di altre classi.

Verosimilmente, quella creativa non è né una classe, né un'élite, ma ha la potenzialità per diventare l'una o per esprimere l'altra. In ogni caso, è innegabile che nell'approccio al lavoro degli individui che compongono questo ampio gruppo, si stiano facendo strada valori, atteggiamenti e pratiche radicalmente diversi da quelli che tradizionalmente hanno caratterizzato i rapporti di produzione capitalistici, direi tipici del fordismo, visto l'esempio precedente.

Figure 2: The Euro-Creative Class Index
Creative Occupations as a percent of Total Employment (2000)

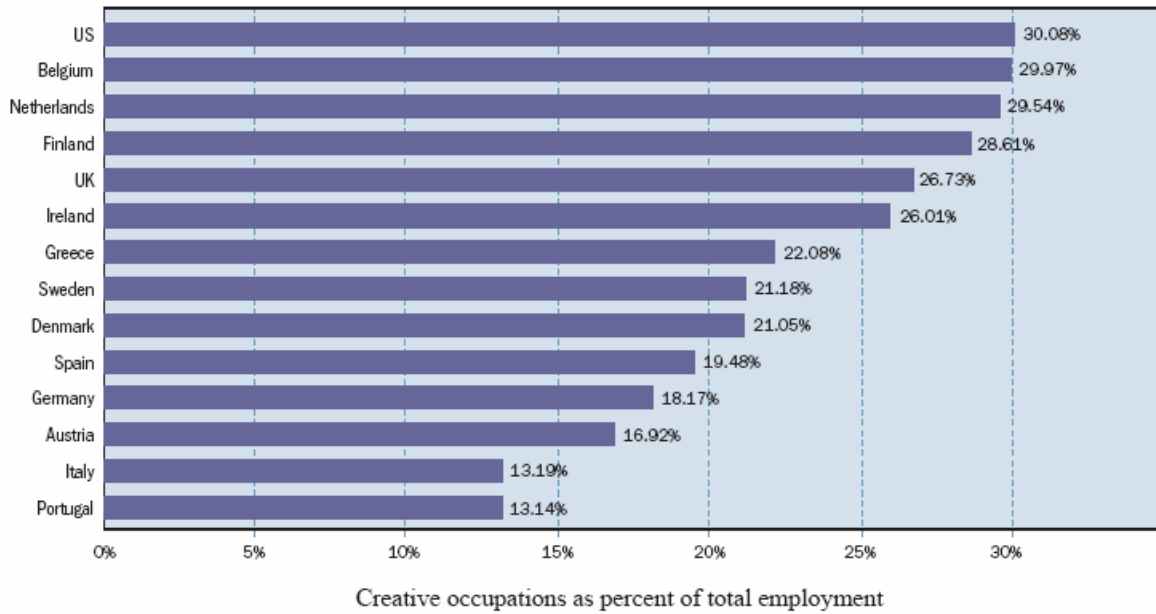
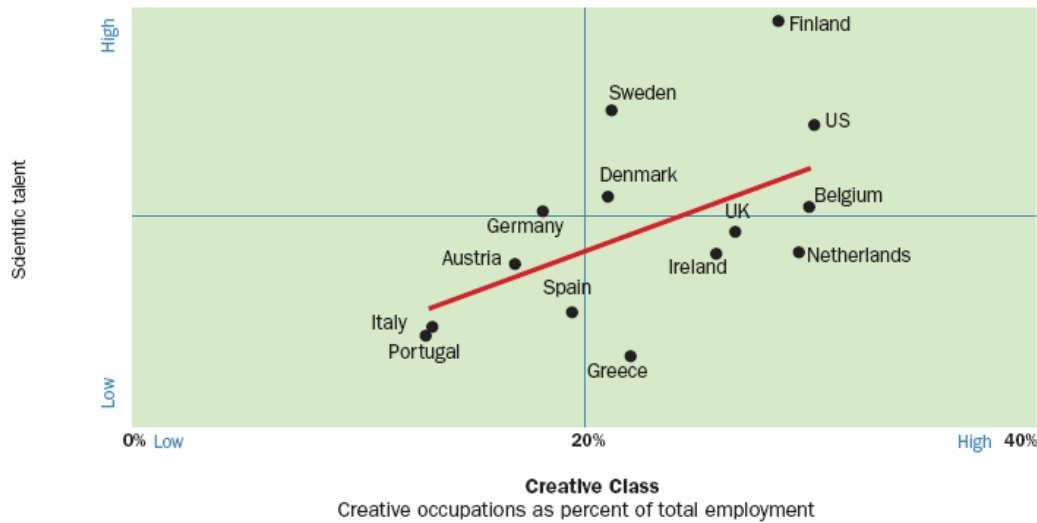


Table 1: The Euro-Talent Index

Euro-Talent Index		Creative Class	Human Capital*	Scientific Talent
Rank	Score			
1.	United States	15.00	15.00	11.41
2.	Finland	13.22	14.27	7.22
3.	Netherlands	12.86	14.73	13.65
4.	Belgium	10.95	14.95	6.65
5.	United Kingdom	10.81	13.33	8.68
6.	Sweden	10.72	10.56	7.11
7.	Ireland	9.48	12.97	5.98
8.	Germany	9.25	9.06	7.89
9.	Spain	8.31	9.72	7.89
10.	Denmark	8.21	10.50	3.05
11.	France	7.93	n.a.	5.92
12.	Greece	7.61	11.01	6.37
13.	Austria	6.81	8.44	3.50
14.	Italy	5.86	6.58	4.91
15.	Portugal	5.37	6.55	3.67

The Scientific Talent Index and the Creative Class



ALCUNI PROPOSTE: IL CHANGE MANAGEMENT

Il Change Management, ovvero quella pratica per la quale il Capo Azienda favorisce lo slittamento in avanti delle migliori risorse evitando di blindare posizioni, dovrebbe essere una consuetudine aziendale almeno quanto la compilazione del bilancio ogni anno.

Rispetto a questa auspicabile pratica, l'Italia accusa un ritardo innanzitutto culturale, quindi anche legislativo. Ad esempio:

- a) **Super Bonus (Legge Maroni)**: a volte, nel nostro Paese, si creano delle **petizioni di principio**. Si cercano cioè soluzioni ad alcuni problemi complessi che, necessariamente, impediscono la risoluzione di altri. La legge sul Super Bonus, ad esempio, è un modo per far fronte al buco nei conti pubblici e al peso che la spesa previdenziale ha sulle casse dello Stato. In tal modo, però, la permanenza di manager attempati nei ruoli chiave delle aziende fa da tappo all'emergere di forze nuove e fresche.
- b) **ENEL**: all'arrivo di Franco Tatò alla guida dell'ENEL venne annunciato uno svecchiamento generale con il pensionamento di tutte quelle risorse che avevano più di 55 anni di età. Una manovra non esattamente riuscita perché molte delle persone coinvolte da questa politica rimasero in contatto lavorativo con l'ENEL attraverso consulenze esterne. Insomma, un provvedimento a pioggia che non ebbe successo perché ci si rese conto che un po' di esperienza serviva ancora e non si poteva decapitare del tutto quanto costruito fino ad allora.

C'E' UNO SCOLLAMENTO TRA CLASSE DIRIGENTE E CITTADINI: COME DOVRANNO REAGIRE LE NUOVE CLASSI DIRIGENTI?

Il fenomeno dello **scollamento tra classe dirigente e cittadini** si manifesta sotto diverse forme e fenomeni, che in molti casi durano da anni e con cui le nuove classi dirigenti devono fare i conti:

- a) **progressivo astensionismo** alle elezioni politiche, nazionali o locali, cosa che denuncia una fondamentale sfiducia nei confronti delle classi dirigenti e contro ciò che vengono definiti i “poteri forti” (imprenditoria, politica, cultura);
- b) **calo costante degli iscritti ai partiti politici**, nella misura in cui, soprattutto in Italia, la militanza politica viene percepita come un handicap rispetto alle altre attività della vita sociale;
- c) in tale contesto, un dato ancora più negativo di **militanza giovanile** nei movimenti e nei partiti politici, quasi a sottolineare il fatto che anche la prossima generazione non vedrà che pochi “politici di professione”.

Ciò premesso, occorre per la nuova classe dirigente che si appresta a detenere le leve del potere politico, imprenditoriale o mediatico, ragionare su un **doppio binario**:

- 1) **non è possibile sbarazzarsi del tutto del criterio della “cooptazione”**. Nella selezione della classe dirigente, funzionano ancora meccanismi “verticali” per i quali chi detiene il potere sceglie i propri delfini, di solito tra i migliori.
- 2) **Tale cooptazione non deve però essere l’alibi di una chiusura della “fortezza” dirigente** rispetto ai cittadini e alla società civile. Occorre promuovere un criterio di **selezione meritocratica**, sul modello del “sogno” americano e della frontiera, per il quale chiunque abbia capacità particolari ha il diritto di vederle valorizzate e gratificate. E’ compito della classe dirigente favorire le migliori condizioni di scenario perché ciò accada.
- 3) Da giovane sono ovviamente favorevole a che si realizzi il progetto di un **ricambio delle élites**. Sono altrettanto convinto, però, che “chi ha i capelli bianchi” abbia comunque un ruolo di apporto di sapere, esperienza e capacità che sono un patrimonio importante per chi deterrà un giorno auspicabilmente **le leve del potere**. Se il Change Management funziona, non c’è nulla da temere dal presunto “golpe” delle gerontocrazie.
Quindi sono favorevole ad un modello che sfumi quello della società anagrafica, che non avrebbe ancora solide cui ormeggiarsi, le ancore dell’esperienza e del sapere.

11 novembre 2005

** Gianluca Ansalone, presidente di “Il Telescopio – Laboratorio di Idee”, esperto di geopolitica e relazioni internazionali*